



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

TEMA:

**CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA “JOLU SPORTS”, EN EL
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.**

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

AUTOR:

José Luis Zambrano Panezo

LA LIBERTAD - ECUADOR

2019



CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA “JOLU SPORTS”, EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.

AUTOR:

Zambrano Panezo José Luis

TUTOR:

Valencia Medranda José Adrián

Resumen

El siguiente estudio de investigación está direccionado a la creación de una microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva Jolu Sports para el cantón Santa Elena. Para la realización del proyecto se tuvo que realizar un estudio macro y micro sobre factores sociales, económicos que inciden en la creación de una microempresa de ropa deportiva, se realizó una investigación de mercado para el conocimiento del grado de aceptación que tendrá el cliente acerca de la ropa deportiva, además un estudio técnico, organizacional y se evaluó los aspectos financieros del negocio. En la investigación se realizó encuestas dirigidas a los clientes potenciales y entrevistas a propietarios de casas deportivas marca del cantón para conocer sus opiniones sobre aspectos importantes para la formación de una línea de ropa deportiva y de esta manera plasmar en la propuesta la factibilidad de su desarrollo. Y finalmente se evaluó el aspecto financiero del modelo de negocio para conocer la viabilidad del proyecto mediante indicadores.

Palabras claves:

Microempresa, fabricación, comercialización, ropa deportiva, competitividad, viabilidad.



“CREATION OF A MICROENTERPRISE FOR THE FABRICATION AND COMMERCIALIZATION OF SPORTS CLOTHING “JOLU SPORTS” OF THE CANTON SANTA ELENA, PROVINCE OF SANTA ELENA, YEAR 2018”

AUTHOR:

Zambrano Panezo José Luis

TUTOR:

Valencia Medranda José Adrián

Abstract

The following research study is aimed at the creation of a Jolu Sports sportswear manufacturing and marketing microenterprise for the Santa Elena canton. In order to carry out the project, a macro and micro study on social, economic factors that affect the creation of a sportswear microenterprise had to be carried out, a market investigation was carried out to know the degree of acceptance that the client will have about sportswear, in addition to a technical, organizational study and the financial aspects of the business were evaluated. In the investigation, surveys were conducted aimed at potential clients and interviews with owners of sports houses brand of the canton to know their opinions on important aspects for the formation of a sportswear line and in this way capture the feasibility of its development. And finally, the financial aspect of the business model was evaluated to determine the viability of the project through indicators.

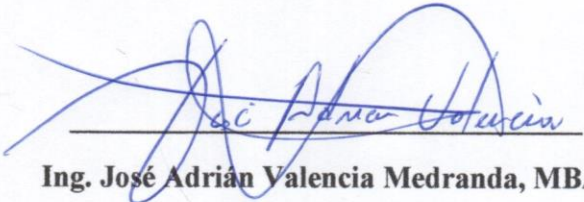
Keywords:

Microenterprise, manufacturing, marketing, sportswear, competitiveness, viability.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA “JOLU SPORTS”, EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”**, elaborado por el Sr. Jose Luis Zambrano Panezo, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad 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 la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



Ing. José Adrián Valencia Medranda, MBA.

PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA “JOLU SPORTS”, EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”**, elaborado por **Jose Luis Zambrano Panezo** declara que la concepción, análisis y resultados son verídicos y aportan a la actividad científica, educativa, empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

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

Atentamente,



JOSE LUIS ZAMBRANO PANEZO

CI: 131348540-9

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por ser mi guía y apoyo,

a mis padres y hermanos,

a mi novia,

a mis amigos y profesores en especial

al Ing. Adrián Valencia y Ing. Manuel Serrano,

por su tiempo y orientación en el desarrollo de este proyecto

Jose Luis Zambrano

DEDICATORIA

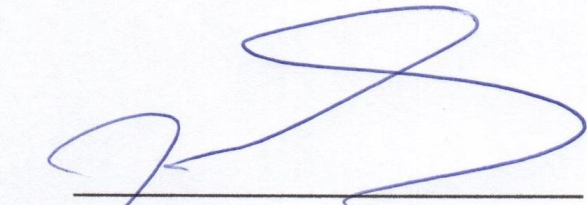
Este proyecto se lo dedico a mis padres, hermanos y familiares por el apoyo brindado desde mi niñez, que me han ayudado a formar mi carácter y criterio a inculcarme que el estudio es la mejor arma de superación y cumplir metas deseadas.

A mi novia por estar siempre apoyándome incondicionalmente en los buenos y malos momentos.

A mis amigos y profesores que han estado es mi formación universitaria.

Jose Luis Zambrano

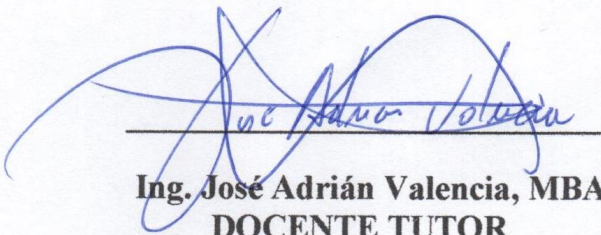
TRIBUNAL DE GRADO



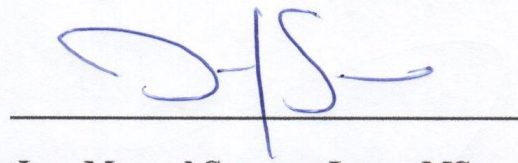
**Ing. Mercedes Freire Rendon, MSc.
DECANA (E) DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**



**Ing. Mercedes Freire Rendon, MSc.
DIRECTORA (E) DE CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



**Ing. José Adrián Valencia, MBA.
DOCENTE TUTOR**



**Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.
DOCENTE DE ÁREA**



**Ab. Víctor Manuel Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL (E)**

ÍNDICE GENERAL

Resumen.....	ii
Abstract.....	iii
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	iv
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	v
AGRADECIMIENTOS	vi
DEDICATORIA	vii
TRIBUNAL DE GRADO.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
1.1 Revisión de la literatura	9
1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos.....	12
1.3 Fundamentos sociales, psicológicos, filosóficos y legales.....	19
1.3.1 Fundamentos Sociales	19
1.3.2 Fundamentos Psicológicos	20
1.3.3 Fundamentos Legales	20
CAPÍTULO II	28
MATERIALES Y MÉTODOS	28
2.1 Tipos de investigación.....	28
2.2 Métodos de la investigación.....	29
2.3 Diseño de muestreo.....	30
2.4 Diseño de recolección de datos	32
CAPÍTULO III.....	34
PROPUESTA	34
3.1 Naturaleza del negocio.....	34
3.1.1 Descripción de la idea de negocio.....	34
3.1.2 Justificación de la microempresa o producto.	35

3.1.3	Nombre de la microempresa.....	35
3.1.4	Descripción de la microempresa	36
3.1.5	Análisis FODA	37
3.1.6	Filosofía empresarial	38
	Misión	38
	Visión	38
	Objetivos	38
	Objetivos a Corto plazo.....	38
	Objetivos a Mediano plazo.....	39
	Objetivos a Largo plazo	39
3.1.7	Calificación del equipo emprendedor.....	39
3.1.8	Ventaja competitiva.....	41
3.2	Mercado.....	41
3.2.1	Tamaño del mercado	41
3.2.2	Consumo aparente	42
3.2.3	Participación de la competencia en el mercado.....	43
3.2.4	Estudio de mercado	44
	Objetivos del estudio de mercado	44
	Necesidad de investigación	46
	Tabulación y análisis de resultados.....	46
3.2.6	Marketing mix	64
	Diseño y desarrollo del producto	65
3.2.7	Plan de introducción al mercado (Plan de Marketing)	72
3.3	Proceso de producción	73
3.3.1	Objetivos del área de producción	73
3.3.2	Descripción del proceso de producción.....	73
3.3.3	Diagrama de flujo de producción y entrega del bien.....	74
3.3.4	Necesidades de materia prima	75
3.3.5	Identificación de proveedores.....	75
3.3.6	Equipos a utilizar y características	76
3.3.7	Diseño, distribución de la planta y oficina (layout)	77

3.4	Organización	78
3.4.1	Objetivos del área de organización.....	78
3.4.2	Estructura organizacional	78
3.4.3	Desarrollo del personal.....	83
3.4.4	Políticas institucionales	83
3.4.5	Evaluación del desempeño	84
3.4.6	Marco legal de la organización.....	88
3.5	Finanzas.....	92
3.5.1	Objetivos del área de finanzas	92
3.5.2	Sistema contable de la empresa.....	93
3.5.3	Catálogo de cuentas	95
3.5.4	Costos y gastos	97
3.5.5	Capital social	99
3.5.6	Flujo de efectivo	103
3.5.7	Presupuesto de Ingresos	104
3.5.8	Estados de resultado proyectados.....	106
3.5.9	Balance general proyectado.....	107
3.5.10	Indicadores financieros.....	108
3.6	Resultados	108
	Conclusiones	110
	Recomendaciones.....	111
	BIBLIOGRAFÍA.....	112
	Anexos.....	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población Prov. Santa Elena por Edad	30
Tabla 2: Muestra a Encuestar y entrevistar	32
Tabla 3: Nombres para la microempresa	36
Tabla 4: Análisis FODA.....	37
Tabla 5: Consumo aparente.....	42
Tabla 6: Participación de la competencia en el mercado	43
Tabla 7: Segmentación de mercado	45
Tabla 8: Edad:	46
Tabla 9: Género.....	47
Tabla 10: Cantón.....	48
Tabla 11: Estado civil.....	48
Tabla 12: Viabilidad de la creación de la microempresa de ropa deportiva.	50
Tabla 13: Compraría ropa deportiva	51
Tabla 14: Ingresos mensuales	52
Tabla 15: Tiempo de adquisición de ropa deportiva.....	53
Tabla 16: Numero de familiares que usan ropa deportiva	54
Tabla 17: Beneficios de la oferta	55
Tabla 18: Marcas de ropa deportiva.....	56
Tabla 19: Oferta actual de ropa deportiva.....	57
Tabla 20: Establecimiento de compra	58
Tabla 21: Promedio de gasto en ropa deportiva.....	59
Tabla 22: Redes sociales preferidas	60
Tabla 23: Venta por catálogo	61
Tabla 24: Líneas de prendas deportivas	65
Tabla 25: Determinación del precio	69
Tabla 26: Identificación de proveedores	75
Tabla 27: Equipos a utilizar y características.....	76
Tabla 28: Manual de funciones del administrador	79
Tabla 29: Manual de funciones del Diseñador Gráfico	80
Tabla 30: Manual de funciones de los operadores.....	81

Tabla 31: Manual de funciones del vendedor	82
Tabla 32: Desarrollo del personal	83
Tabla 33: Horario de trabajo	84
Tabla 34: Presupuesto de Costo de ventas	97
Tabla 35: Presupuesto de Gastos.....	98
Tabla 36: Capital social.....	99
Tabla 37: Capital de trabajo	99
Tabla 38: Inversión Total	100
Tabla 39: Financiamiento.....	101
Tabla 40: Costo de capital promedio ponderado.....	102
Tabla 41: Flujo de efectivo	103
Tabla 42: Flujo neto de caja	104
Tabla 43: Presupuesto de ingresos	104
Tabla 44: Estado de resultados proyectados	106
Tabla 45: Balance general proyectado	107
Tabla 46: Indicadores financieros	108
Tabla 47: Evaluación del proyecto.....	108
Tabla 48: Periodo de recuperación de la inversión	109

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Recursos de una microempresa.....	13
Gráfico 2: Edad	46
Gráfico 3: Género.....	47
Gráfico 4: Cantón.....	48
Gráfico 5: Estado civil	49
Gráfico 6: Viabilidad de la creación de la microempresa de ropa deportiva.	50
Gráfico 7: Compraría ropa deportiva	51
Gráfico 8: Ingresos mensuales	52
Gráfico 9: Tiempo de adquisición de ropa deportiva.....	53
Gráfico 10: Número de familiares que usan ropa deportiva	54
Gráfico 11: Beneficios de la oferta	55
Gráfico 12: Marcas de ropa deportiva.....	56
Gráfico 13: Oferta actual de ropa deportiva.....	57
Gráfico 14: Establecimiento de compra.....	58
Gráfico 15: Promedio de gasto en ropa deportiva.....	59
Gráfico 16: Redes sociales preferidas	60
Gráfico 17: Venta por catálogo	61
Gráfico 18: Líneas de prendas deportivas.....	66
Gráfico 19: Empaques y Etiquetas	67
Gráfico 20: Logotipo.....	68
Gráfico 21: Eslogan de la microempresa	68
Gráfico 22: Flujograma del proceso de producción.....	74
Gráfico 23: Distribución de planta - Microempresa "Jolu Sorts"	77
Gráfico 24: Organigrama	78
Gráfico 25: Evaluación de desempeño.....	85
Gráfico 26: Sistema Contable	93
Gráfico 27: Ventas	105

INTRODUCCIÓN

Actualmente la tendencia mundial de ropa deportiva no solo se ha basado en ofrecer prendas para la realización de algún deporte en específico, sino más bien su uso se ha ampliado hacia actividades como correr, caminar, pasear e incluso para ir a trabajar usando ropa más cómoda y a su vez práctica.

Según la revista (ie University, 2017), *“La mezcla de deporte y moda no es una tendencia, sino el reflejo de un cambio de valores en una sociedad que apuesta cada vez más por aspectos como la salud, el reciclaje o la ecología. Esta realidad ha llevado a las marcas de artículos deportivos no solo a impulsar la necesaria y tradicional innovación técnica y de diseño, sino también a centrarse en una nueva forma de entender la estética deportiva: el athleisure o unión de lo atlético con el ocio”*.

Esto a su vez demuestra que la sociedad espera que la ropa deportiva, cumpla cada vez sus exigencias, ya sea, en formas, estilos, colores, bordados y texturas, el cual lo hace un producto de calidad. No obstante, las empresas de confección de ropa deportiva tienen la obligación controlar los sistemas de calidad de sus productos, garantizando a sus clientes un producto bueno, con el que puedan sentirse cómodo a la hora de realizar cualquier actividad física.

Por otro lado, la demanda de ropa deportiva ha captado la atención de varias personas que buscan de este negocio una oportunidad de superación, ejemplo de esto es Supertex, establecida en Colombia, quien se convirtió en uno de los

proveedores de grandes marcas a nivel internacional, como Adidas, Nike y Under Armour, entre otras, superando las expectativas que Supertex tenían antes de crear esta empresa que hoy en día exporta sus productos hacia otros países. Dentro del país una de las empresas que predomina en el mercado de fabricación y comercialización de ropa deportiva es Marathon, esta empresa ofrece implementos y prendas deportivas a niños, jóvenes y adultos, marathon es auspiciante de varios clubes deportivos del país y de la selección nacional, esto conlleva al trabajo duro de mejorar cada día y expandirse hacia otros horizontes.

la actividad textil se ha diversificado en el mercado nacional, permitiendo que se fabriquen un sinnúmero de productos, tanto de prendas de vestir como textiles del hogar. Convirtiendo a la industria textil y de fabricación en la tercera más grande en el sector de manufactura, aportando más del 7% del PIB Manufacturero nacional, según la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador. (AITE, 2017)

En Ecuador, la industria textil es considerada una de las mejores opciones de trabajo para generar ingresos, pues al ser un sector no tan explotado, puede considerarse como una fuente de crecimiento económico, generando productividad y capacidad de expansión en las empresas. Además de que las Pymes tienen grandes posibilidades de crecimiento dentro del mercado si cuentan con una mano de obra especializada con el fin de que puedan generar una excelente calidad en sus productos.

La preferencia por las prendas deportivas que ofrecen marcas reconocidas se basa principalmente en la tecnología utilizada para la práctica de las diferentes

disciplinas deportivas. De acuerdo con datos del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), la importación de prendas de vestir fue de \$ 39,1 millones en el primer semestre de 2017 y la cifra aumentó a \$ 47, 5 millones en el mismo periodo de 2018.

En la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, se analizará la factibilidad de crear una microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva, debido a los requerimientos y exigencias que el cliente tiene por encontrar un lugar accesible y acorde a sus necesidades. Además, actualmente existen muy pocas casas deportivas que se dediquen a realizar esta actividad dentro del cantón, lo cual no cubre la demanda total del mercado y genera que los clientes migren a otras partes para adquirir estas prendas deportivas.

El sector productivo de ropa deportiva también ha tenido un déficit en el mercado, una de las razones es el alza en el precio de materia prima, la escasez de mano de obra calificada ha afectado a este sector, ya que muy pocas personas dominan a la perfección el manejo de las maquinarias para la realización de los productos, además el apoyo limitado de las instituciones de gobierno para que estas empresas se mantengan en el tiempo.

A pesar de este déficit actual, el **planteamiento del problema** se origina a partir de las inseguridades que los emprendedores tienen al momento de elegir su idea de negocio y poder plasmarla como su sustento de vida.

Según lo mencionado anteriormente, la demanda existente no es aprovechada, razón por la cual se plantea la idea de un emprendimiento, que pueda satisfacer las

necesidades de los clientes, esto será aprovechado con la creación de una microempresa de ropa deportiva donde se venda toda clase de indumentarias para los distintos deportes y actividades, que hoy en día son muy practicadas con el fin de llevar una vida sana.

Además, con la creación de la microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva, se considerará introducir una nueva marca, la cual logrará que la sociedad se identifique con ella, inspire pasión por el deporte debido a que las personas buscan en una prenda de vestir: calidad, innovación, creatividad, y sobre todo durabilidad. Así mismo con la creación de la microempresa se busca generar nuevas plazas de trabajo, contribuyendo así al sector socio económico de la Provincia.

Por lo detallado anteriormente la **formulación del problema** se describe por medio de la siguiente pregunta que da indicios a una investigación: ¿De qué manera la creación de la microempresa “Jolu Sports” logrará mejorar la competitividad del sector de ropa deportiva del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena?

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

- ¿Cuáles son las condiciones del mercado que determinan la creación de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva?
- ¿Cuál será la rentabilidad con la creación de una microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva?

- ¿Logrará mejorar la competitividad del sector de ropa deportiva con la creación de la microempresa “Jolu Sports” en el cantón Santa Elena?

El **objetivo general** del presente trabajo de investigación consiste en determinar como la creación de la microempresa “Jolu Sports”, logrará mejorar la competitividad del sector de ropa deportiva en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

La **idea a defender** es la siguiente: la creación de la empresa "Jolu Sports", logrará mejorar la competitividad del sector de ropa deportiva del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

Las **tareas científicas** que contribuyen a este trabajo se crean a partir de la idea a defender que se planteó en el párrafo anterior, las cuales se detallan a continuación:

- Determinar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado para conocer la aceptación de los posibles clientes potenciales con la finalidad de buscar elementos de diferenciación con respecto a la competencia.
- Elaborar el estudio financiero con el fin de conocer la rentabilidad de la microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva.
- Determinar la viabilidad con la creación de la microempresa “Jolu Sports” para lograr la competitividad del sector de ropa deportiva en el cantón Santa Elena.

El trabajo de emprendimiento se **justifica** considerando que, la oportunidad de la creación de una microempresa de Fabricación y comercializadora de ropa deportiva

obligará a realizar un estudio minucioso del mercado con el objetivo de conocer la demanda insatisfecha de ropa deportiva en el Cantón de Santa Elena, también es importante, determinar de manera clara y precisa los recursos económicos que se necesitarán para que dicho proyecto se convierta en realidad. Básicamente, lo que se busca, es que la empresa tenga éxito convirtiéndose en un referente en la Provincia de Santa Elena en la fabricación de ropa deportiva de calidad.

Es por esta razón que se pretende potenciar la productividad local y desde el punto de vista económico presentar una nueva alternativa de negocios, esto permitirá ampliar opciones o alternativas a quienes realizan dichas actividades deportiva. Además de aprovechar las pocas alternativas de ropas deportivas adecuadas que tienen los ciudadanos que realizan actividades deportivas.

Dentro del aspecto metodológico, se buscará información relevante que permita sustentar la presente investigación básicamente la cual abarca el trabajo descriptivo puesto que obtendremos nuevos conocimientos acerca de los hechos observados, se aplicará los métodos deductivo, inductivo, analítico y matemático. También se utilizará instrumentos de investigación como encuestas y entrevistas, las cuales son herramientas importantes para la cuantificación de resultados de la población objetiva, como es si será factible la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva en el cantón de santa Elena. Se busca la aceptación de los futuros clientes hacia la empresa.

Desde el punto de vista práctico, este trabajo se justifica debido al aporte que daría a la sociedad, en la creación de una microempresa de fabricación y comercialización

de ropa deportiva, puesto que ayudaría crecimiento de cantón. Para el cumplimiento y desarrollo del proyecto los instrumentos serán aplicados a personas residentes en el Cantón de Santa Elena, los resultados que se obtengan aportará al estudio de factibilidad, puesto que permitirá efectuar una evaluación de la efectividad del proyecto, para de esta manera decidir si se debe invertir o no, en la fabricación de ropa deportiva; ya que este proceso ayudará a definir cuan efectivo será el proyecto y qué beneficios proporcionará, desde el punto de vista personal como desde el punto de vista empresarial.

El presente proyecto de emprendimiento está compuesto por capítulos, los cuales 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 fabricación y comercialización de prendas deportivas, además de fundamentos legales, filosóficos y sociales que aportan al tema central del trabajo de emprendimiento.

El capítulo II del trabajo comprende la metodología de la investigación que se aplicó, en él se detalla los tipos de investigación utilizados en el trabajo, métodos aplicados, 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, de la misma manera se presenta el desarrollo de la propuesta, donde será diseñará un plan de negocio el cual está compuesto por la naturaleza de la idea de negocio, mercado donde estará ubicada, procesos que interviene en la fabricación y comercialización, la estructura organizacional, y cuadros de estados financieros proyectados, indicadores financieros, todo esto nos ayudara para poder determinar la veracidad del estudio y mostrar la viabilidad de la nueva microempresa.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Revisión de la literatura

La investigación se realizará en el cantón de Santa Elena para poder identificar la situación actual que se encuentra el mercado de ropa deportiva, puesto que hoy en día está en tendencia creciente el uso de este tipo de prendas de vestir.

Para sustentar la presente investigación existen diversos trabajos de investigación con la finalidad de dar veracidad al proyecto, referente al tema de creación de microempresa de ropa deportiva:

Tesis A: Creación de empresa para comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Bogotá.

Datos bibliográficos: (Gutiérrez de Piñeres, 2017), Creación de empresa de comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Bogotá. Universidad Católica de Colombia.

Problema general

¿Es posible crear empresa a partir de la comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Bogotá?

Objetivo general: Desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Bogotá.

Metodología e instrumentos de recolección de datos utilizado

- Se utilizo el método descriptivo, con su enfoque cualitativo y cuantitativo.
- Este trabajo de investigación se aplicó la técnica de las encuestas con su respectivo instrumento del cuestionario de preguntas.

Conclusiones: A partir de los estudios realizados en el presente trabajo se concluye que si es posible crear empresa a partir de la comercialización de la ropa deportiva en la ciudad de Bogotá. Siempre y cuando se tengan en cuenta los factores que permitirán su desarrollo continuo como el análisis de la demanda, los diferentes pronósticos, el cumplimiento con los tiempos de entrega y las especificaciones de los productos, la definición de políticas adecuadas bajo las cuales se va a dirigir la organización y el monitoreo y análisis de todas las entradas y salidas financieras que presente la empresa.

Recomendaciones: Para la creación de empresa se deben tener en cuenta como estudios principales el estudio de mercados, el técnico, el organizacional y el financiero. De este modo se pueden determinar cada uno de los aspectos que conforman el funcionamiento rentable de una organización, desde las diferentes formas de aumentar la demanda de producto, hasta el análisis de todas las entradas y salidas de dinero que se puedan presentar durante el ejercicio de la empresa.

Tesis B: Modelo de negocio para la creación y comercialización de la marca de ropa deportiva “Skill” para la ciudad de Guayaquil, Año 2017.

Datos bibliográficos: (Walsh Ochoa, 2018) Modelo de negocio para la creación y comercialización de la marca de ropa deportiva “Skill” para la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas. Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Problema general.

¿De qué manera contribuirá a la satisfacción integral de los aficionados al deporte la creación y comercialización de la marca nacional de ropa deportiva “SKILL”?

Objetivo general: Elaborar el Modelo de Negocio para la creación y comercialización de la marca de ropa deportiva Skill.

Metodología utilizada: Para realizar este estudio las metodologías de investigación implementadas son: metodología de investigación cuantitativa (datos analizados, medidos y comparados) y metodología de investigación cualitativa (conocer opiniones y percepciones del fenómeno en estudio).

Instrumentos de recolección de datos.

Las técnicas que se utilizarán son la entrevista y la encuesta donde se obtendrán datos cualitativos, cuantitativos y medibles que describirán de forma correcta las situaciones de ambos participantes en el comercio como son: los clientes y la empresa.

Conclusiones y recomendaciones.

Mediante el análisis financiero que demuestra la viabilidad del proyecto, la oportunidad de negocio reflejada mediante el estudio de mercado realizado a los

clientes potenciales y la aceptación de los productos por parte de los usuarios en la prueba de mercado, se recomienda la implementación del modelo de negocio para la creación y comercialización de la marca de ropa deportiva Skill para la ciudad de Guayaquil.

1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos.

A continuación, se da a conocer un breve resumen referentes a la diversas teorías y conceptos que se emplearan en el presente estudio de investigación, la misma que está basados es las variables que se plantearon en la matriz de consistencia (ver anexos 1).

Microempresa

Según (Pérez, 2015) menciona que: Una microempresa es un negocio que combinan los recursos de capital, trabajo, tecnología y una específica capacidad de gestión, además están sujetas a los condicionamientos de productividad y competitividad propios de la economía general; el empresario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios.

Una microempresa es una unidad económica que está compuesta por talento humano, tecnología y que se innova a cada momento para poder satisfacer las necesidades de los clientes, la misma está conformada por una persona natural o jurídica, donde su principal objetivo es generar utilidad para solventar los gastos económicos en un tiempo determinado. (Urbano & Toledano, 2014).

Recursos para una microempresa

Los autores (Gallardo & Maldonado, 2016) manifiestan que dentro de una microempresa se debe considerar tres tipos de recursos fundamentales para que pueda operar con normalidad, los cuáles son:

Gráfico 1: Recursos de una microempresa



Fuente: Proyecto organizacionales

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis.

Ropa deportiva

La ropa deportiva son prendas creadas específicamente para la práctica de actividades deportivas, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por

el diseño, proporcionando al deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento. Son productos de gran consumo que actualmente va más allá de la práctica deportiva, sino que también su uso es empleado para diferentes actividades, como ir al trabajo. (Arévalo Orejuela , 2017)

Mercado.

Es el lugar donde concurren los consumidores a adquirir productos o servicios, este puede ser físico (mercado, tiendas, almacenes) o virtual (on-line), realizando un intercambio de dinero por un bien. (Pérez Aguilera , 2015).

Está compuesto por personas que se encargan de ofrecer el producto en el mercado y los consumidores que son personas que desean adquirir un producto o servicio en el mercado y que, para ello, se debe realizar una relación armónica para ponerse de acuerdo en cuanto a cantidades y el precio del producto o servicio. (Prieto García , Álvarez Martínez, & Herráez Vidal, 2017).

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 Aguilera , 2015).

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. (Monferrer Tirado, 2016).

Productividad

La productividad es el uso eficaz de la innovación y los recursos para aumentar el valor agregado a los productos o servicios. Para una empresa de producción es muy importante enfocarse en la cantidad de los insumos que se utiliza para la elaboración de prendas deportivas, utilizando eficazmente los recursos mejorara el rendimiento de la microempresa y, por lo tanto, aumentar las ganancias. (Organización Internacional del Trabajo, 2016)

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 Aguilera , 2015)

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. (Fischer & Espejo, 2017)

Ventas.

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 de Marketing Cultural)

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. (Prieto García , Álvarez Martínez, & Herráez Vidal, 2017).

Plaza (Distribución).

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. (Pérez Aguilera , 2015).

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. (Prieto García , Álvarez Martínez, & Herráez Vidal, 2017).

Comercialización.

Es el conjunto de acciones que tiene la microempresa encaminada a comercializar y dar a conocer los productos o servicios que ofrece a los consumidores con los beneficios de tiempo y lugar, con el fin de que los clientes adquieran o demanden los bienes y poder generar utilidad para la empresa, mediante la venta de dichos productos o la prestación de servicios. (Arias contreras, 2017).

Conjunto de actividades que desarrolla una empresa, con la finalidad de distribuir el producto y que éste llegue a las manos del consumidor para que pueda demandarlo, o si es un producto nuevo, conocerlo. Con esto, la empresa pretende aumentar las ventas o alcanzar una mayor participación en el mercado. (Arechavaleta Vásquez, 2015).

Rentabilidad

Es una herramienta clave para dirigir las actividades diarias de una empresa, además esto nos permitirá a tomar decisiones adecuadas para cumplir las metas propuesta por la microempresa. El rendimiento se relaciona con el resultado obtenido sobre el capital del inversionista con el cálculo de las utilidades. Esto nos permitirá saber si la microempresa esta cumplido los objetivos propuesto (Cano Flores & Olivera Gómez, 2017)

Financiamiento

En la actualidad una microempresa puede financiarse por capital propio o realizando préstamos bancarios para poder cumplir cualquiera de sus necesidades

económicas. Si la empresa logra financiar sus operaciones, esto ayudará a elevar considerablemente el rendimiento sobre la inversión realizada. El financiamiento debe conseguirse a tasas de bajo interés y con un lapso determinado (Baca Urbina, 2016)

Competitividad

La competitividad se crea a partir de una diferenciación del producto y de la reducción de costos, en este punto es importante la tecnología, la capacidad de innovación y los factores especializados por parte de las empresas. Además, la ventaja competitiva que la empresa presente frente al mercado debe ser única y difícil de replicar por la competencia, para esto se debe responder de manera satisfactoria a las necesidades que el cliente requiera, considerando siempre que estas sean continuas. (Porter, 2017)

Innovación

El economista austriaco Joseph (Schumpeter), definió la innovación como *“la introducción de un bien (producto) nuevo para los consumidores o de mayor calidad que los anteriores, la introducción de nuevos métodos de producción para un sector de la industria, la apertura de nuevos mercados, el uso de nuevas fuentes de aprovisionamiento, o la introducción de nuevas formas de competir que lleven a una redefinición de la industria”*

Innovar es ver reflejado el éxito de nuevas ideas o nuevo conocimiento, asumiendo más riesgos que los competidores, con el fin de conseguir una alta ventaja competitiva.

Satisfacción del cliente

Los autores (Schiffman & Wisenblit, 2015), indican que:

Es la percepción de los clientes respecto del desempeño del producto o servicio en relación con sus expectativas. Si un cliente vive una experiencia que cae por debajo de sus expectativas, se sentirá insatisfecho. Es por ello que la empresa espera que las expectativas del cliente sean superadas y satisfecha a la vez por la adquisición de ropa deportiva.

Cambios en el mercado

El mercado hoy en día es muy importante porque nos permite a las empresas conocer a los clientes actuales y potenciales. De esta manera se puede saber cuáles serían los gustos y preferencias de los clientes, al igual que su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos. Las empresas pueden ofrecer productos o servicios a un precio adecuado. El mercado es cambiante con el transcurrir del tiempo, los clientes demandan cada día más productos, de la misma manera también las empresas deben acoplarse a este cambio que ayudan a generar utilidades a las misma. (Magalhaes Pezo, 2019)

1.3 Fundamentos sociales, psicológicos, filosóficos y legales

1.3.1 Fundamentos Sociales

El sector textil es el segundo de Ecuador que genera más empleo, con 174.125 puestos de trabajo que representan el 21% de los que produce la industria

manufacturera del país, dijo el ministro de industria y productividad (El Comercio, 2017).

Con la creación de la microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva se aportará a la sociedad, mediante generación de empleos de personas que tengan conocimientos y experiencia en la fabricación y comercialización de ropa deportiva y que los clientes puedan adquirir productos de calidad, esto se debe a que la empresa ofrecerá un precio accesible a la población que reside en el cantón Santa Elena y en la provincia

1.3.2 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.

1.3.3 Fundamentos Legales

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.

1.3.3.1. Constitución de la República.

La Constitución de la República del Ecuador, (2008), establece lo siguiente:

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.

1.3.3.2. 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 codificadas.

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.

1.3.3.3. Ordenanzas Municipales.

Art. 15 Patente Municipal. - Para obtener los debidos permisos de funcionamiento que rige el gobierno autónomo descentralizado del cantón Santa Elena 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 Santa Elena: 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.

1.3.3.5. Plan Nacional de desarrollo “Toda una Vida” 2017 - 2021.

Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad

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.

Política 4.7 Incentivar la inversión privada nacional y extranjera de largo plazo, generadora de empleo y transferencia tecnológica, intensiva en componente nacional y con producción limpia; en sus diversos esquemas, incluyendo mecanismos de asociatividad y alianzas público-privadas, con una regulación previsible y simplificada.

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

La generación de trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos. En ellos se propone la dinamización del mercado laboral a través de tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica. Asimismo, se proponen incentivos para la producción que van desde el crédito para la generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el gastronómico y el turístico –con un especial énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios; hasta la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional.

Política 5.1 Generar trabajo y empleo dignos fomentando el aprovechamiento de las infraestructuras construidas y las capacidades instaladas.

Política 5.2 Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.

El objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno, para lograr la soberanía alimentaria y del buen vivir rural.

Este objetivo del Plan Toda una Vida se refiere, 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.

Política 6.5 Promover el comercio justo de productos, con énfasis en la economía familiar campesina y en la economía popular y solidaria, reduciendo la intermediación a nivel urbano y rural, e incentivando el cuidado del medioambiente y la recuperación de los suelos.

1.3.3.6. 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”.

1.3.4.8. 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.

Para el presente trabajo se aplicó el siguiente tipo de investigación: descriptivo y con enfoque cuali-cuantitativo.

A través de la investigación descriptiva, nos permitió delimitar las características principales del problema planteado, En este caso podemos establecer cuáles son nuestros competidores directos e indirectos, cuantas personas podrán consumir nuestro producto y cuáles son las necesidades que se presentan en la población objeto de estudio, y los factores claves a considerar para la creación de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva y la manera en que ésta aportará al desarrollo de la provincia de Santa Elena.

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.

El Método Cuantitativo permitió conocer 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 realizará la respectiva encuesta.

2.2 Métodos de la investigación

Para llevar a cabo esta investigación se planteó la aplicación de varios métodos, que se utilizaron para la recolección de la información con el objetivo de identificar los futuros problemas por los que podría atravesar la empresa de tal forma poder establecer las posibles soluciones se pone a consideración las características de cada método a utilizarse dentro de esta investigación:

- **Método deductivo:** Este método va de lo general a lo particular, nos va a ayudar mediante datos generales valederos para encontrar ideas para aplicar en el estudio.
- **Método inductivo:** la cual consistió en abarcar sucesos particulares a generales, haciendo uso de teorías de estudio de factibilidad y creación de una microempresa. Además, se utilizó los instrumentos de investigación como: la observación de hechos en el sector para conocer datos confiables sobre ropa deportiva.
- **Método analítico:** este método de investigación consiste en analizar el sector de Santa Elena, y encontrar las causas y efectos que no se tenga una tienda de confección de ropa deportiva adecuada en el cantón.
- **Método Estadístico:** se relaciona con la encuesta, debido a que ésta es sometida a un registro de información obtenida por medio del programa SPSS. Luego de registrar las respuestas obtenidas, se procede elaborar cada uno de los gráficos, que reflejan los resultados que se obtuvieron de manera

porcentual, y el encargado de su elaboración es el investigador, quien toma la decisión de realizarlos de acuerdo con cómo considere necesario, lo importante es que debe ser entendible.

2.3 Diseño de muestreo

Población

Se considera como parte del estudio a 3 propietarios de casas deportivas que existen en el cantón Santa Elena. Para las encuestas la población está conformada por los habitantes de la provincia en edades entre 15 a 64 años, la misma que consta de 234.621, según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en proyección para el año 2018, son estas personas quienes pueden aportar mediante las respuestas al desarrollo del trabajo de titulación, de acuerdo con el cuestionamiento realizado por el investigador, en relación a las preguntas ejecutadas en la encuesta.

Tabla 1: Población Prov. Santa Elena por Edad

Edad	Habitantes	Porcentaje
15 - 24	68.424	29,16%
25 - 34	57.165	24,36%
35 - 44	47.724	20,34%
45 - 54	36.356	15,50%
55 - 64	24.952	10,64%
Total	234.621	100%

Fuente: Proyecciones INEC 2018

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Muestra

Entrevistas: se realizará la entrevista a los tres propietarios de casas deportivas en el cantón Santa Elena.

Encuestas:

Para conocer el número de personas a las que se les realizara las encuestas, se aplicara la siguiente formula de población infinita.

$$Población\ infinita = \frac{z^2 pqN}{e^2(N - 1) + e^2 pq}$$

Cálculo del tamaño de la muestra

En donde

N= Tamaño de la población (**234.621**)

p = Proporción (posibilidad de ocurrencia) 0.5

q = Complemento (posibilidad de no ocurrencia) 0.5

e = margen de error (5%)

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza (1,96)

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(234.621)}{(0,05)^2(234.621 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{225.330,01}{587,51} = 384.53 = 385$$

Para la aplicación de las encuestas del presente estudio se ha seleccionado al azar a 385 personas entre las edades en 15 a 64 años, puesto que, estos son quienes están en edad de trabajar, por lo que reciben un ingreso económico mensual, teniendo así la solvencia económica. Se realizará con muestro no probabilístico.

Tabla 2: Muestra a Encuestar y entrevistar

Muestra	Cantidad
Encuestas	385
Entrevistas	3
Total	388

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

2.4 Diseño de recolección de datos

Fuente primaria

Se obtiene información directa por parte de las personas y microempresas que intervienen como objeto de estudio. Esta información se obtiene por medio de la realización de las encuestas y entrevistas a personas que tiene relación con el presente estudio. En este caso nuestra fuente primaria son los clientes que le guste, practiquen y que son aficionados al deporte.

Fuente secundaria

Las principales fuentes secundarias para la obtención de información son los libros, revistas, tesis con enfoque similar al estudio. Este tipo de fuente permitirá la

realización sistemáticamente de las características, objetivos y marco teórico. Esto permitirá dar un enfoque científico a la investigación.

Técnicas de investigación.

Para esta investigación se empleará las siguientes técnicas:

- **Encuestas:** Esta técnica nos permitirá conseguir datos importantes, los mismos que será aplicado a clientes, quienes nos proporcionarán información mediante la realización de un cuestionario que consiste de varias preguntas cerradas y con la utilización de la escala de Likert.
- **Entrevista:** se aplicará una guía de preguntas a los dueños de negocios similares, para medir en entorno competitivo.

Instrumentos de investigación.

Los instrumentos que se aplicaran son los siguientes:

- Cuestionario de preguntas.
- Guía de entrevista.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

Objetivo.

Diseñar un plan de negocio para la creación de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización “Jolu Sports”, que nos permita mejorar la competitividad del sector de ropa deportiva en el cantón Santa Elena.

3.1 Naturaleza del negocio.

3.1.1 Descripción de la idea de negocio.

La microempresa objeto de estudio brindará al mercado ropa deportiva, confeccionada a base de textiles en acompañamiento de otros materiales como hilo, agujas, moldes que permiten que se obtenga productos de calidad para la satisfacción del cliente.

También para la confección de las prendas deportivas se utilizarán maquinas industriales, entre ellas se encuentran: máquinas de coser de costura recta, overlock y recubridora, además de implementos para cortar que facilitan el trabajo en la industria textil, con este tipo de máquinas la microempresa entregara a tiempo los pedidos a los clientes de manera ágil y eficientemente, puesto que se aprovecharan los recursos.

3.1.2 Justificación de la microempresa o producto.

Dentro de la provincia de Santa Elena, las empresas de ropa deportiva existente no satisfacen en su totalidad las necesidades de los clientes, lo que provoca que los clientes adquieran las prendas deportivas fuera de la provincia e incluso muchas veces fuera del país.




En el cantón Santa Elena, se encuentran pocas microempresas dedicadas a la confección y comercialización de prendas deportivas, siendo estas de tipo familiar que han visto la necesidad de emprender en esta actividad y tener de esta forma una manera de generar ingresos a sus hogares.

La creación de esta microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva nace de la idea de emprender por parte del autor, quien tiene la visión de generar fuente de empleos y poder satisfacer las necesidades que las microempresas existentes no lo logran. Se pretende aprovechar esta oportunidad y convertirla en una fortaleza, y que permita que la microempresa se posicione en el sector, atrayendo a clientes que estén dispuestos a comprar ropa deportiva de calidad y con modelos innovadores.

3.1.3 Nombre de la microempresa.

Para la elección de un nombre idónea para la microempresa se decidió utilizar la estrategia de lluvias de ideas, que consiste en proponer nombres y al final seleccionar uno que cumpla con los atributos y características que refleja la idea de negocio. Entre ellos están los siguientes nombres:

Tabla 3: Nombres para la microempresa

<i>NOMBRES OPCIONALES PARA MICROEMPRESA</i>	¿POR QUÉ EL NOMBRE?
<p><i>SPORTMANIA</i></p> 	<p>Este nombre fue seleccionado por que hace referencia a la locura que hace el deporte para todos los que se sienten identificados.</p>
<p><i>JOLU SPORTS</i></p> 	<p>Jolu Sports, nace de la mezcla de las dos primeras letras de los nombres José Luis (Jolu) y deporte (Sports). El nombre tiene un toque pegadizo y puede quedarse en la mente del cliente y hace alusión al mundo deportivo.</p>
<p><i>LA CASA DEL DEPORTE</i></p> 	<p>Este nombre es genérico, pero hace referencia que es el lugar donde el cliente va a hacer la adquisición todo tipo de indumentaria para las diferentes disciplinas deportivas.</p>

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

“Jolu Sports” fue escogido como el nombre de la microempresa puesto que este cumple con las características y atributos para poder competir con las otras empresas, por su originalidad, autenticidad y por ser innovador.

3.1.4 Descripción de la microempresa

La microempresa “Jolu Sports” se va a constituir como una organización de Responsabilidad Limitada (Cia. Ltda), cuyo objeto social será la fabricación y comercialización de ropa deportiva, ofreciendo a la comunidad peninsular productos de alta calidad, fabricado por mano de obra calificada y con experiencia.

3.1.5 Análisis FODA

Se procedió al diagnóstico de la microempresa Jolu Sports, mediante de los factores internos (Fortalezas y debilidades) y factores externos (Oportunidades y amenazas), que giran en torno a la microempresa para determinar algunas estrategias de planificación empresarial, las cuales servirán para corregir o mejorar las actividades de fabricación y comercialización de ropa deportiva Jolu Sports.

Tabla 4: Análisis FODA

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ubicación estratégica ✓ Amplio portafolio de productos ✓ Precios competitivos ✓ Conocimiento en gestión empresarial ✓ Innovación de productos ✓ Manejo de atención al cliente
	DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Oferta limitada por parte proveedores de materia prima ✓ Ser una microempresa nueva ✓ Acceso de maquinarias tecnológicas (estampado y sublimado)
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Apoyo de créditos por parte del gobierno ✓ Demanda creciente ✓ Amplia cultura deportiva en la provincia (fútbol, indor, básquet, entre otros) ✓ Canales de distribución existentes ✓ Marca propia en el mercado.
	AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comerciantes mayoristas y minoristas ✓ Empresas posicionadas en el mercado ✓ Fidelidad de los clientes hacia una empresa ✓ Cambios de leyes y políticas en el país.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

3.1.6 Filosofía empresarial

Misión

“Fabricar y comercializar ropa deportiva ofreciéndole a nuestros clientes, productos de alta calidad con la finalidad de cumplir con las necesidades de nuestros clientes, a través de la innovación de los productos que ofrecemos”

Visión

“Jolu Sports en los próximos años busca ser una microempresa sólida y solvente reconocida en el mercado local y nacional como una organización líder, desarrollando ropa deportiva destinado a garantizar la satisfacción de cada cliente con el mayor esmero y al mejor precio”

Objetivos

Objetivos a Corto plazo

- Brindar ropa deportiva de calidad y excelencia para así captar la atención y llenar las expectativas de los clientes, para de esta manera lograr que el producto sea reconocido en el cantón Santa Elena.
- Emplear estrategias de comercialización, la captación de clientes y así poder tener mayor demanda.
- Administrar a la microempresa de manera adecuada, con la finalidad de consolidación permanente en el mercado peninsular, mediante la toma de decisiones.

Objetivos a Mediano plazo

- Crecer como microempresa poder diversificar nuestra cartera de productos, introduciendo al mercado nuevos productos (implementos deportivos).
- Realizar alianzas estratégicas con propietarios de centros comerciales en la provincia de santa elena para la distribución de las prendas deportivas.
- Auspiciar a equipos de futbol de segunda categoría, para que la marca Jolu Sports sea reconocida a nivel nacional.

Objetivos a Largo plazo

- Lograr que los productos que ofrece la microempresa sean reconocidos a nivel nacional, permitiendo posesionarse como uno de los preferidos en el mercado siendo más competitivos.
- Aperturar nuevas agencias de Jolu Sports a nivel local, provincial y nacional, con la finalidad de aumentar nuestra participación en el mercado de ropa deportiva.

3.1.7 Calificación del equipo emprendedor

El equipo emprendedor para la creación de la microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva en el cantón Santa Elena está conformado por dos personas visionarias que están dispuestos a aplicar sus conocimientos en algo que los apasiona. Ellos tienen la visión de ofrecer ropa deportiva de calidad a los clientes que practican las diferentes disciplinas deportivas dentro de la península. En los cuales están los siguientes emprendedores:

Emprededor 1

Nombres:	José Luis	
Apellidos:	Zambrano Panezo	
Edad:	25 años	
Ocupación:	Estudiante Universitario	
Estudio Superior:	Universidad Estatal Península de Santa Elena	
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none">-Conocimientos en el Área Financiera- Trabajo en equipo-Actitud positiva-Destrezas tecnológicas-Manejo de problemas	

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Emprededor 2

Nombres:	Jorge Luis	
Apellidos:	Proaño Rodríguez	
Edad:	32 años	
Ocupación:	Diseñador Gráfico	
Estudio Superior:	Universidad Estatal de Guayaquil	
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none">-Conocimientos en el Área Marketing.-Diseño gráfico.- Trabajo en equipo-Actitud positiva-Destrezas tecnológicas-Habilidades fotográficas	

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

3.1.8 Ventaja competitiva

Para Jolu Sports, la comercialización de ropa deportiva se convierte en una ventaja importante, debido a que el mercado local ofrece a sus clientes productos de poca calidad y a precios muy elevados. Debido a esto, la microempresa se ve en la necesidad de ofrecer productos de calidad con la finalidad de satisfacer completamente al cliente. Donde las principales características son:

- Precios accesibles
- Ropa deportiva peninsular
- Variedad de diseños
- Productos de calidad

3.2 Mercado

3.2.1 Tamaño del mercado

En la actualidad dentro de la provincia de santa elena, existen un gran número de instituciones que difunden la práctica de actividades deportivas o de recreación, también escuelas de futbol donde acuden niños, jóvenes y adultos quienes se forman física e intelectual a diario en dicho deporte.

Por lo dicho anteriormente es que se pretende crear la microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva para que los niños, jóvenes y adultos tengan la oportunidad de lucir una indumentaria deportiva de calidad, donde vaya acorde a los gustos y preferencias del cliente en moda, precio y durabilidad.

3.2.2 Consumo aparente

Para determinar el consumo aparente de ropa deportiva, lo cual que permita que la microempresa Jolu Sports pueda comercializar de manera adecuada el producto, conociendo de manera predictiva las cantidades a ofertar en el mercado y la aceptación que ellas tendrán. Para esto se consideró la siguiente pregunta planteada en las encuestas: ¿Con qué frecuencia adquiere usted ropa deportiva?

Tabla 5: Consumo aparente

Frecuencia de compra	N° de personas	Frecuencia	Compra anual
Una vez al año	23	2	46
Dos veces al año	71	2	142
Tres veces al año	92	3	276
Cuatro veces al año	101	12	1.212
Más de cinco veces al año	98	24	2.352
Consumo Aparente	385		4.028

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Como resultado de consumo aparente se obtuvo que la microempresa Jolu Sports tendría la venta de 4.028 al año, de acuerdo a la opinión de los encuestados, lo cual representa la frecuencia de compra total de las personas. Este dato es importante para saber cuál será el volumen de venta que tendrá la microempresa.

3.2.3 Participación de la competencia en el mercado

Para poder saber el grado de participación de nuestros competidores se realizó mediante la elección de las marcas o empresas más representativa en el ámbito deportiva en cuanto a la fabricación y venta de ropa deportiva. Entre ellas están:

Tabla 6: Participación de la competencia en el mercado

Marca o Empresas	Nivel de aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa su producto?
	Alta	Regular	Poc			
Adidas	X			Deportistas, aficionados	Comodidad, variedad y calidad de productos	Centros comerciales
Nike	X			Deportistas, aficionados	Comodidad, durabilidad y calidad de productos	Centros comerciales
Marathon		X		Deportistas, aficionados	Precios accesibles, variedad de productos	Centros comerciales
Keeper Sport			X	Deportistas, aficionados	Precios accesibles, productos de acuerdo al cliente	local propio, ventas al cliente

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

La participación de la competencia es importante para la creación de una microempresa nueva, ya que mediante el análisis de estas empresas nos ayudara a tomar las decisiones las adecuadas y mejorar cada día mediante la innovación y así poder competir con aquellas empresas. Nuestros principales competidores están las

empresas internacionales Adidas y Nike y en el mercado nacional esta Marathon y en el mercado local Keeper Sports localizada en el cantón Santa Elena.

3.2.4 Estudio de mercado

Objetivos del estudio de mercado

- Determinar el nivel de aceptación y las preferencias de los clientes potenciales acerca de la ropa deportiva en el cantón Santa Elena.
- Determinar las estrategias de comercialización que la microempresa Jolu Sports aplicara de acuerdo a las tendencias actuales.

Establecimiento de la estrategia global corporativa

Para la microempresa Jolu Sports es necesario aplicar la siguiente estrategia corporativa global:

Estrategia de crecimiento: el objetivo es aumentar las ventas, los beneficios, la cuota de mercado mediante la diversificación de nuestros productos y las alianzas estratégicas con instituciones deportivas para que adquiera con nosotros la indumentaria deportiva.

- **Innovación:** Es la manera que nos ayudara llegar a nuestros clientes mediante la diferenciación con nuestros competidores, permitiendo a ellos elegir los modelos y la calidad de tela que quieren para sus prendas deportivas.
- **Servicio al cliente:** Para Jolu Sports el cliente es importante, puesto que son ellos quienes adquieren los productos y puedan difundir a sus familiares y

amigos la calidad de nuestros productos. Por eso el trato con el cliente va a ser personalizado.

Segmentación de mercado

La segmentación de dará de la siguiente manera:

➤ **Jóvenes mayores de 15 años en adelante y adultos**

Se escogió a los jóvenes de género femenino y masculino a partir de 15 años pues son los que practican las actividades deportivas, hay que tener en cuentas que no todos los jóvenes a esa edad cuentan con los recursos necesarios para adquirir una prenda deportiva, puesto que dependen de sus padres que ellos se lo compran. A partir de aquellos, los jóvenes son quienes escogen que lucir, que comprar de acuerdo a sus gustos y preferencias.

Tabla 7: Segmentación de mercado

Edad	Habitantes	Porcentaje
15 - 24	68.424	29,16%
25 - 34	57.165	24,36%
35 - 44	47.724	20,34%
45 - 54	36.356	15,50%
55 - 64	24.952	10,64%
Total	234.621	100%

Fuente: INEC Proyecciones 2018

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Para el presente estudio se escogió a la población 234.621 personas que sería nuestro mercado a quien ofrecer ropa deportiva.

Necesidad de investigación

Para una microempresa nueva realizar estudio que permitan analizar la factibilidad que puede tener en el mercado. para esto se aplicó encuestas y entrevistas.

Tabulación y análisis de resultados

Análisis de encuestas

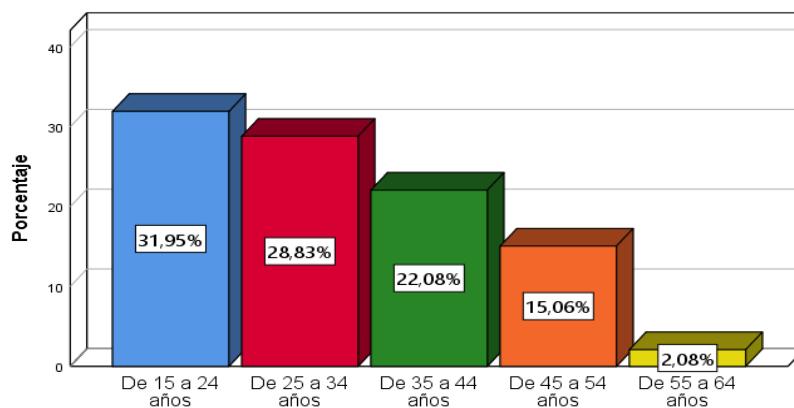
Tabla 8: Edad:

	Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
1	De 15 a 24 años	123	31,9
	De 25 a 34 años	111	28,8
	De 35 a 44 años	85	22,1
	De 45 a 54 años	58	15,1
	De 55 a 64 años	8	2,1
	Total	385	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 2: Edad



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

Del total de personas encuestadas el mayor porcentaje se concentra entre las edades de 15 hasta los 44 años, mientras que en un menor porcentaje está representado por las personas que tienen las edades de 45 a 64 años. Con ello se determinó que las personas entre las edades con mayor porcentaje son las que más practican deporte.

Género

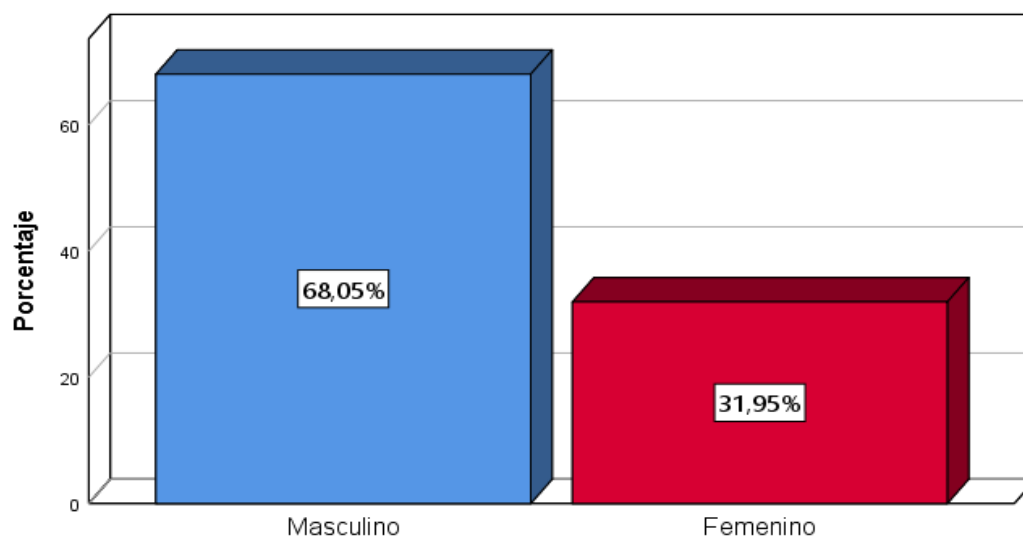
Tabla 9: Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
2	Masculino	262	68,1	68,1
	Femenino	123	31,9	100,0
	Total	385	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 3: Género



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas, se determinó que la mayor parte de la población respondieron son del género masculino, mientras que la menor parte de la población es de género femenino. Esto demuestra que existe un gran número de personas que están practicando deporte y están dispuesto a comprar ropa deportiva.

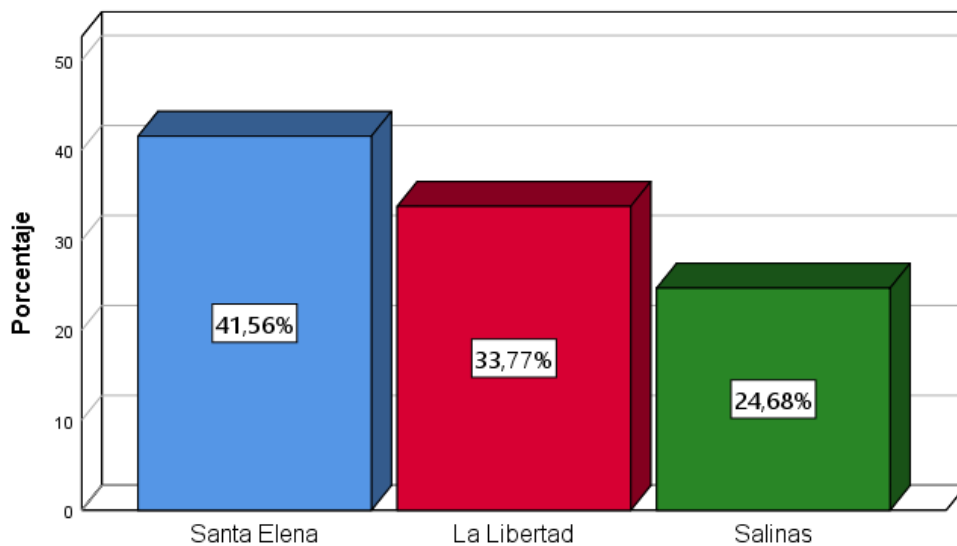
Tabla 10: Cantón

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
3	Santa Elena	160	41,6
	La Libertad	130	33,8
	Salinas	95	24,7
	Total	385	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 4: Cantón



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

De los resultados de la encuesta se observa en el gráfico 4, que las personas del cantón Santa Elena tiene el mayor porcentaje puesto que el territorio de mayor dimensión y es donde se va a realizar el emprendimiento, también las personas de los cantones de la libertad y salinas tiene un porcentaje significativo, ellos también practican deporte y pueden adquirir ropa deportiva.

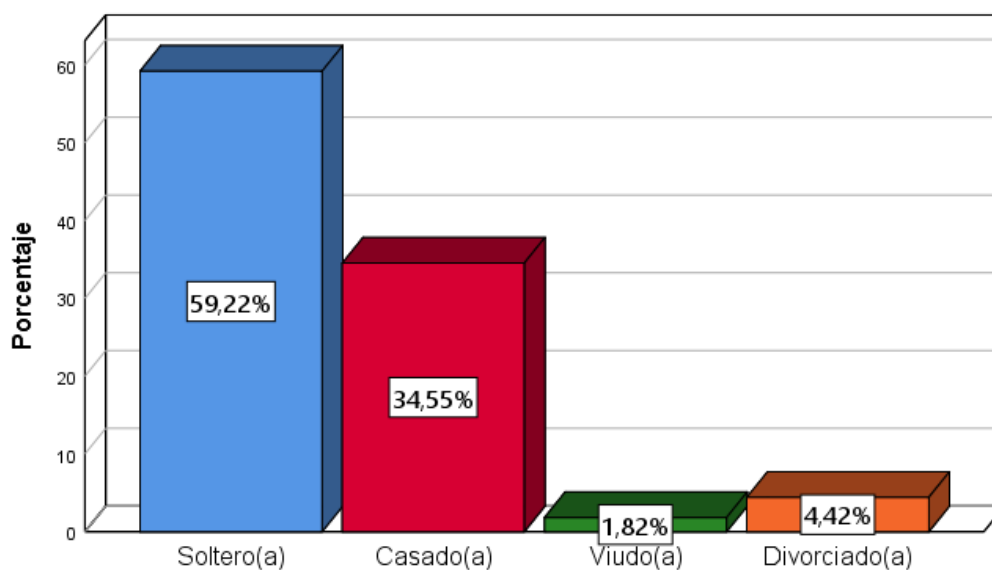
Tabla 11: Estado civil

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
4	Soltero(a)	228	59,2
	Casado(a)	133	34,5
	Viudo(a)	7	1,8
	Divorciado(a)	17	4,4
	Total	385	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 5: Estado civil



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

Del total de personas encuestadas, con respecto a su estado civil, el mayor porcentaje se concentró entre las personas solteras(os) y las personas casadas(os), mientras que en un menor porcentaje se encuentran las personas que estas divorciadas(os) y viudos(as).

Tabla 12: Viabilidad de la creación de la microempresa de ropa deportiva.

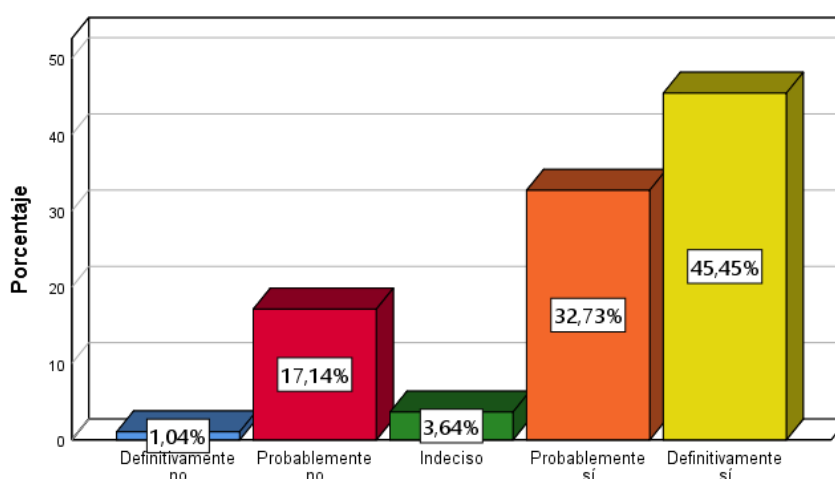
¿Considera usted viable la creación de una microempresa de fabricación de prendas deportivas, para fomentar el crecimiento socioeconómico en la provincia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Definitivamente no	4	1,0	1,0
Probablemente no	66	17,1	18,2
Indeciso	14	3,6	21,8
Probablemente sí	126	32,7	54,5
Definitivamente sí	175	45,5	100,0
Total	385	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 6: Viabilidad de la creación de la microempresa de ropa deportiva.



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los encuestados manifestaron que definitivamente sí y que probablemente sí están de acuerdo con la creación de una microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva en el cantón. Por otro lado, con un mínimo porcentaje de la población que no están de acuerdo. Estos resultados demuestran que es viable la iniciativa de la creación de la microempresa.

Tabla 13: Compraría ropa deportiva

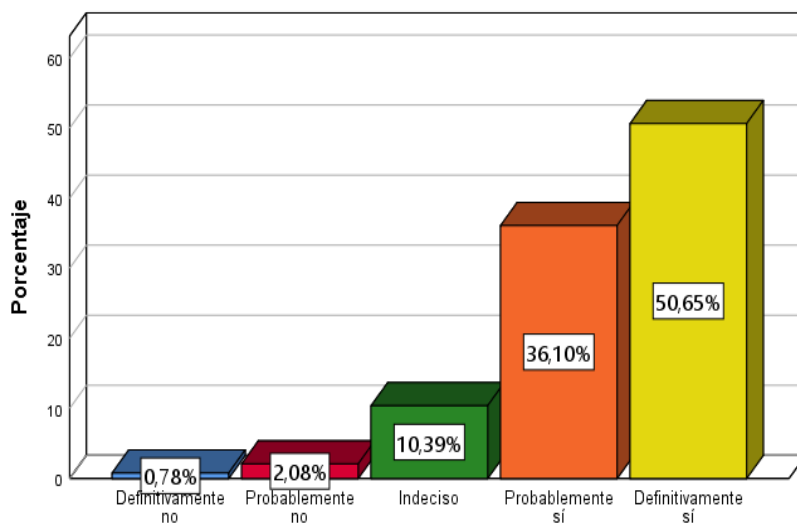
Para la práctica de las actividades deportivas ¿estaría dispuesto adquirir ropa deportiva en una nueva tienda?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Definitivamente no	3	,8	,8
Probablemente no	8	2,1	2,9
Indeciso	40	10,4	13,2
Probablemente sí	139	36,1	49,4
Definitivamente sí	195	50,6	100,0
Total	385	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 7: Compraría ropa deportiva



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos, con respecto que, si estarían dispuesto a adquirir ropa deportiva de una tienda nueva, la mayoría de las personas encuestas manifestaron que definitivamente si están dispuestas a comprar. Por otro lado, con un mínimo porcentaje manifestaron que no están de acuerdo, esto datos confirma que las personas si apoyan a los nuevos emprendimientos.

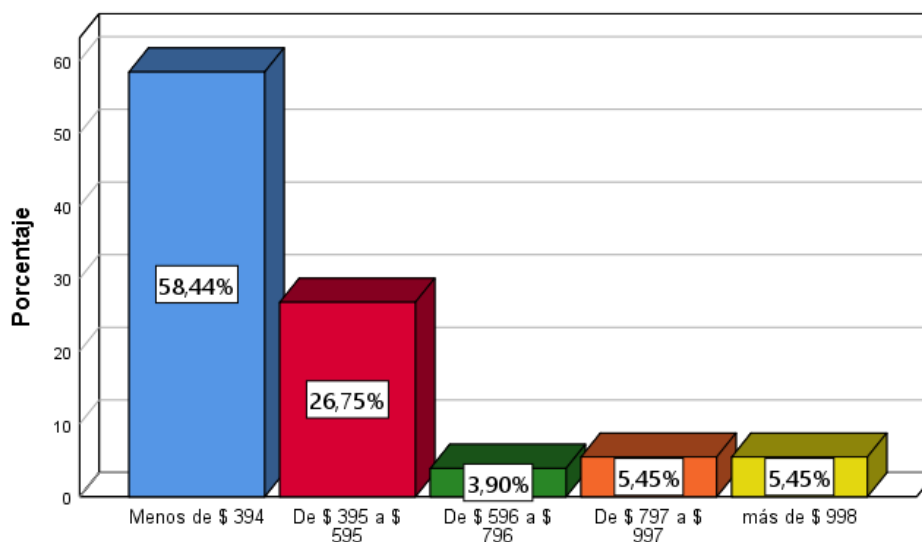
Tabla 14: Ingresos mensuales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
7	Menos de \$ 394	225	58,4
	De \$ 395 a \$ 595	103	26,8
	De \$ 596 a \$ 796	15	3,9
	De \$ 797 a \$ 997	21	5,5
	más de \$ 998	21	5,5
	Total	385	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 8: Ingresos mensuales



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos con respecto al nivel de ingresos, las personas encuestadas han indicado en un mayor porcentaje que poseen igual o menor a un sueldo básico estipulado en el nuestro país, el restante de las personas encuestadas indicó tener un ingreso entre \$395 y mayor a \$998, en este caso ya son las personas que cuentan con un trabajo fijo.

¿Con qué frecuencia adquiere usted ropa deportiva?

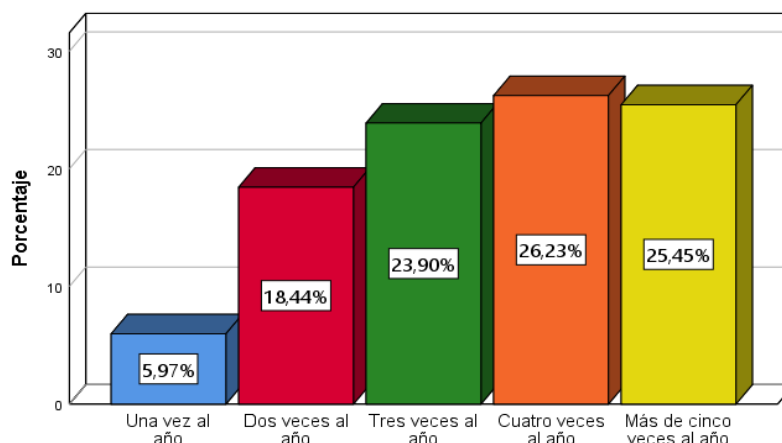
Tabla 15: Tiempo de adquisición de ropa deportiva.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Una vez al año	23	6,0	6,0
Dos veces al año	71	18,4	24,4
Tres veces al año	92	23,9	48,3
Cuatro veces al año	101	26,2	74,5
Más de cinco veces al año	98	25,5	100,0
Total	385	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 9: Tiempo de adquisición de ropa deportiva.



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

Según los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas, se observa en el gráfico que existe un gran número de personas que compra dos y hasta más de cinco veces al año, esto demuestra que la demanda de ropa deportiva existe y las personas están dispuestas a comprar. También se observa que muy pocas personas compra sola una vez al año.

Tabla 16: Numero de familiares que usan ropa deportiva

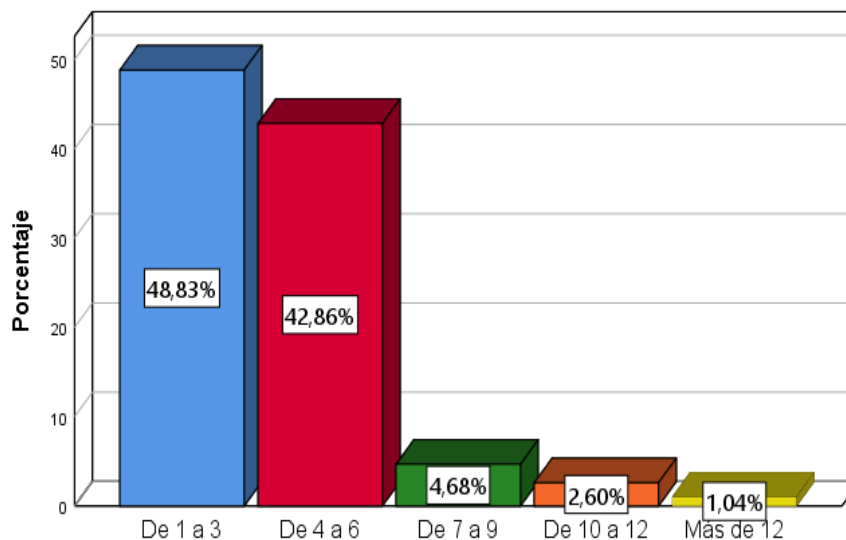
¿Cuántas personas de su círculo familiar usan ropa deportiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
9	De 1 a 3	188	48,8
	De 4 a 6	165	42,9
	De 7 a 9	18	4,7
	De 10 a 12	10	2,6
	Más de 12	4	1,0
	Total	385	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 10: Número de familiares que usan ropa deportiva



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayoría de personas encuestas manifestaron que en su círculo familiar de 1 a 3 personas utilizan ropa deportiva, seguido de un porcentaje también significativo dijeron que dentro de su círculo familiar las personas que utilizan ropa deportiva son entre 4 a 6 personas. Eso refleja que existe una cultura deportiva dentro de las familias.

Tabla 17: Beneficios de la oferta

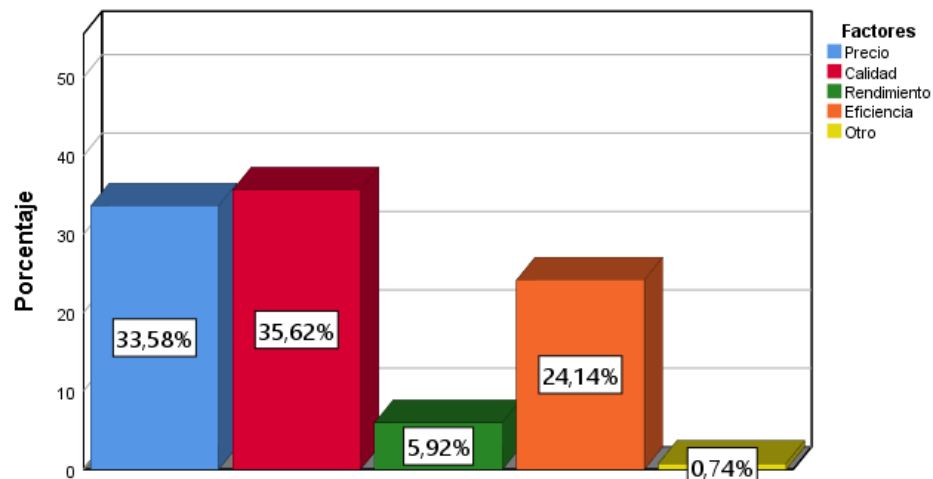
¿Cuál o cuáles de los siguientes factores considera importante de una microempresa, al momento de comprar ropa deportiva? Puede escoger más de una opción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
10	Precio	363	33,6%	33,6%
	Calidad	385	35,6%	69,2%
	Rendimiento	64	5,9%	75,1%
	Eficiencia	261	24,1%	92,3%
	Otro	8	0,7%	100,0%
Total		1081	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 11: Beneficios de la oferta



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

Del total de personas encuestadas, la mayor parte de la población manifiesta que le gustaría que le oferten productos de alta calidad y que sus precios sean accesibles, estos son los factores más importantes que debe tener toda microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva, además de la eficiencia en la entrega de los productos.

Tabla 18: Marcas de ropa deportiva

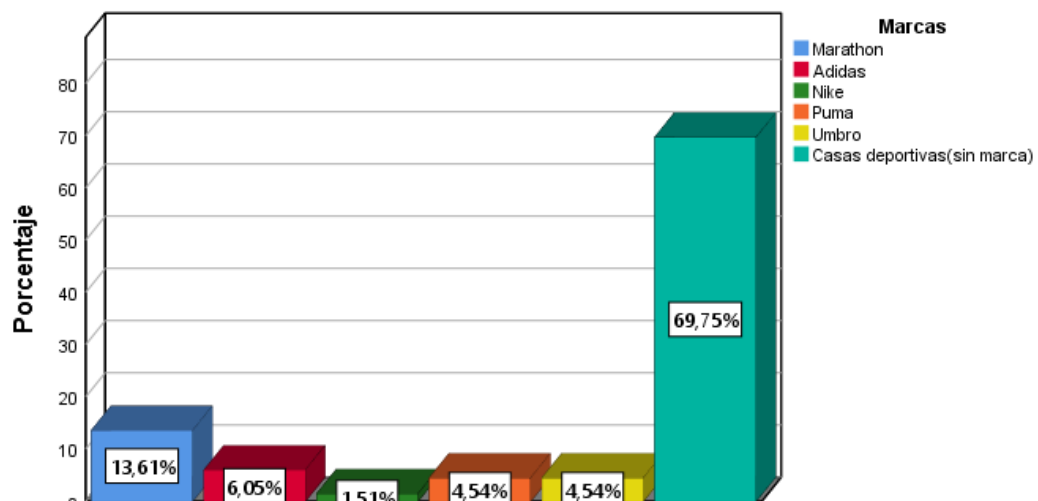
¿Qué marca de ropa deportiva utiliza? Puede escoger más de una opción.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
11	Marathon	72	13,6%
	Adidas	32	6,0%
	Nike	8	1,5%
	Puma	24	4,5%
	Umbro	24	4,5%
	Casas deportivas (sin marca)	369	69,8%
	Total	529	100,0%

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 12: Marcas de ropa deportiva



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

De los datos obtenidos de las encuestas se muestra de la mayor parte de la población del cantón Santa Elena utiliza ropa deportiva sin marca, precisamente de las casas deportivas existente en la provincia, con porcentajes menores están las marcas más reconocidas a nivel nacional, los encuestados manifiestan que aquellas prendas tienen un costo muy elevado.

Tabla 19: Oferta actual de ropa deportiva.

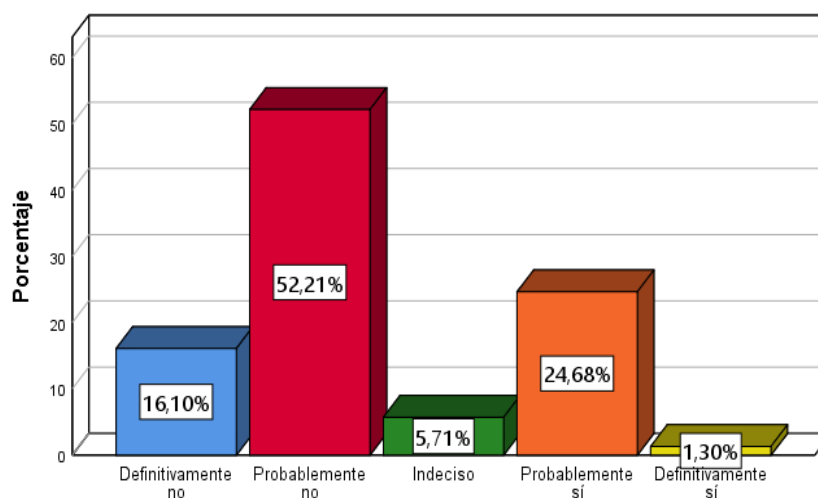
¿Está de acuerdo con la oferta actual de las empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de ropa deportiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Definitivamente no	62	16,1	16,1
Probablemente no	201	52,2	68,3
Indeciso	22	5,7	74,0
Probablemente sí	95	24,7	98,7
Definitivamente sí	5	1,3	100,0
Total	385	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 13: Oferta actual de ropa deportiva.



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

Con respecto a la oferta actual de ropa deportiva por parte de las microempresas, los encuestados manifestaron en su mayoría que no están de acuerdo con la oferta actual, puesto que las prendas deportivas no cumplen con las expectativas de los clientes con respecto en calidad, eficiencia en la entrega de productos.

Tabla 20: Establecimiento de compra

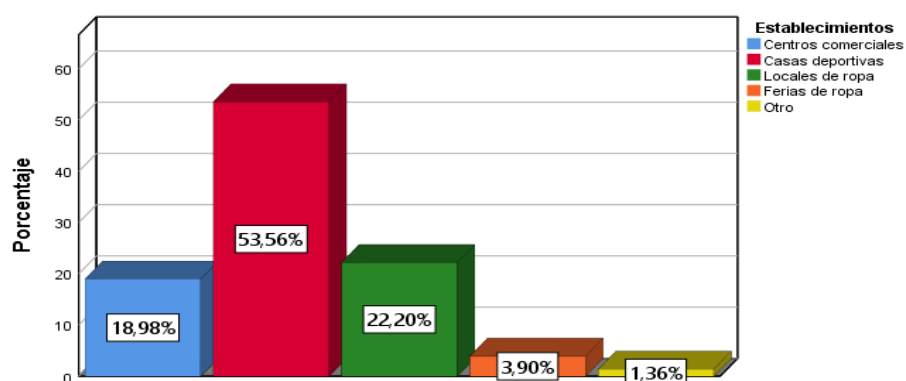
¿En qué establecimientos adquiere ropa deportiva? Puede escoger más de una opción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
13	Centros comerciales	112	19,0%	19,0%
	Casas deportivas	316	53,6%	72,6%
	Locales de ropa	131	22,2%	94,8%
	Ferias de ropa	23	3,9%	98,6%
	Otro	8	1,4%	100,0%
Total		590	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 14: Establecimiento de compra



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

Con respecto en que establecimientos adquieren de ropa deportiva, los encuestados manifestaron en mayor parte que compran en casa deportivas, puesto que en estos lugares tienen un menor precio y eligen el diseño a comprar, con un porcentaje menor las personas compran en centros comerciales y en locales de ropa. Con los datos obtenidos podemos apreciar que los clientes prefieren comprar en una casa deportiva.

Tabla 21: Promedio de gasto en ropa deportiva

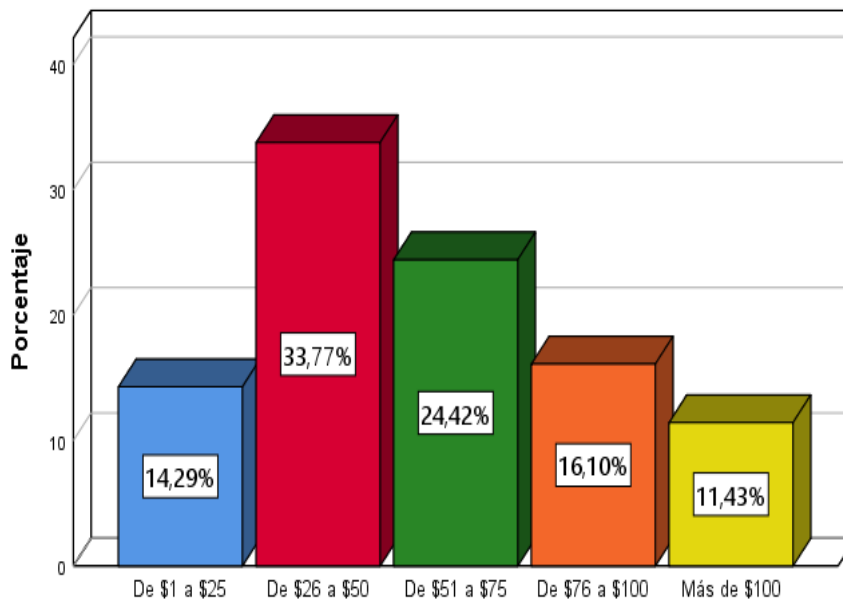
En promedio ¿cuánto invierte en la adquisición de ropa deportiva mensualmente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
14	De \$1 a \$25	55	14,3
	De \$26 a \$50	130	33,8
	De \$51 a \$75	94	24,4
	De \$76 a \$100	62	16,1
	Más de \$100	44	11,4
	Total	385	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 15: Promedio de gasto en ropa deportiva



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

En cuanto al promedio de cuanto gasta en ropa deportiva, la mayoría de los encuestados manifestaron que gastan en un promedio entre \$26 dólares a \$ 75 dólares en la adquisición de ropa deportiva mensualmente para la práctica de su deporte favorito o para lucir cómodo al realizar sus actividades diarias.

Tabla 22: Redes sociales preferidas

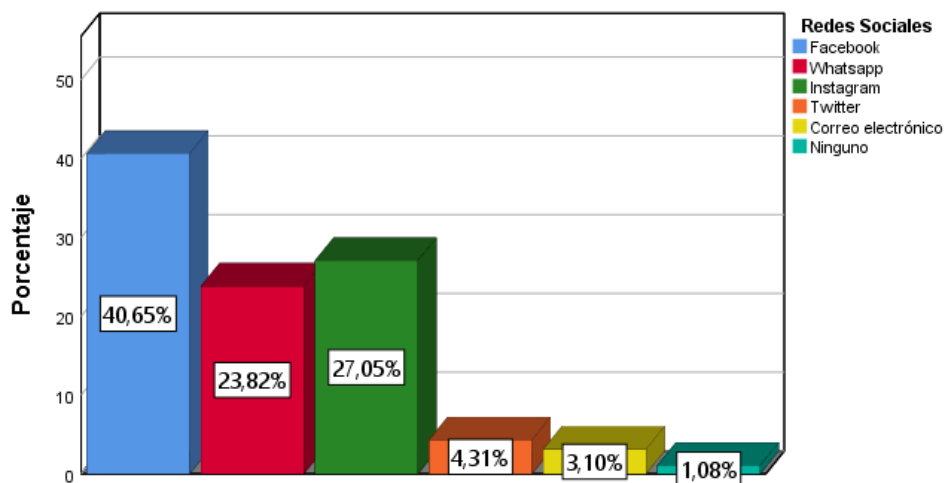
¿En qué redes sociales le parecería más eficiente recibir información sobre ropa deportiva? Puede escoger más de una opción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
15	Facebook	302	40,6%	40,6%
	Whatsapp	177	23,8%	64,4%
	Instagram	201	27,1%	91,5%
	Twitter	32	4,3%	95,8%
	Correo electrónico	23	3,1%	98,9%
	Ninguno	8	1,1%	100,0%
Total		743	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 16: Redes sociales preferidas



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

En cuanto a la preferencia de las redes sociales, los encuestados manifestaron que les gustaría recibir información sobre ropa deportiva por parte de la microempresa, por medio de Facebook, Instagram y whatsapp, puesto que son las más utilizadas hoy en día por las personas.

Tabla 23: Venta por catálogo

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

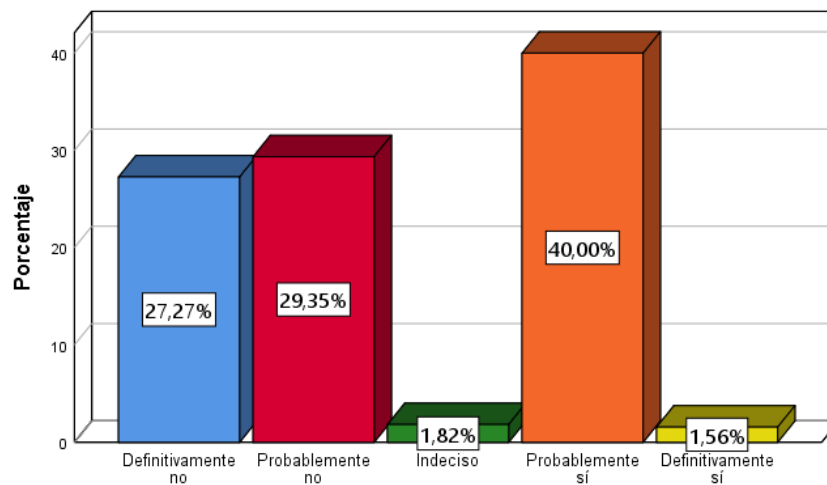
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Definitivamente no	105	27,3	27,3
Probablemente no	113	29,4	56,6
Indeciso	7	1,8	58,4
Probablemente sí	154	40,0	98,4
Definitivamente sí	6	1,6	100,0
Total	385	100,0	

16

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Gráfico 17: Venta por catálogo



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles clientes.

Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Análisis:

La mayoría de los encuestados consideran que definitivamente no, la venta de ropa deportiva por catálogo no es una buena estrategia para ser aplicada este tipo de emprendimiento, consideran que se debe comprar en el lugar de ventas, para poder tocar y ver la calidad de los productos de ofrecen las microempresas que ofrecen ropa deportiva.

Análisis de las entrevistas

Objetivo: Determinar en qué medida la creación de la microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva Jolu Sports mejorará la competitividad en el sector de ropa deportiva en el cantón Santa Elena.

1. ¿Cómo inicio usted en el negocio de ropa deportiva?

Los negocios principalmente inician por la necesidad que tiene cada emprendedor por generar ingreso y por la falta de empleo que existe hoy en día dentro de la provincia de Santa Elena.

2. ¿Qué opina usted del crecimiento comercial en el sector de fabricación y venta de ropa deportiva en la provincia de Santa Elena?

El sector de ropa deportiva está creciendo muy rápido, cada vez se abre un nuevo emprendimiento y eso es bueno para los clientes, poder tener un lugar donde ellos puedan escoger donde ir a comprar y cumplir con sus deseos. El cantón Santa Elena está creciendo en el punto de vista comercial, ahora ya no acuden solo a comprar al cantón de La Libertad, esto le da dinamismo a la economía de la provincia.

3. ¿Considera usted que existen oportunidades de emprender en este negocio de fabricación y comercialización de prendas deportivas en la provincia de Santa Elena?

Si existe oportunidad para poder emprender solo es cuestión de que les guste trabajar en este sector que está creciendo dentro de la provincia.

4. ¿Cuál es su percepción acerca del ingreso de nuevos competidores en el sector de fabricación y comercialización de prendas deportivas en la provincia de Santa Elena?

Es importante tener competencia, aunque se vuelve un poco difícil porque algunos creen que te viene a quitar a tus clientes, pero lo importante es que tu innoves en tus productos, brídarle algo diferente un valor agregado y los clientes te va a preferir.

5. ¿Considera que su microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva aporta con el crecimiento socioeconómico de la provincia de Santa Elena?

Toda microempresa que se crea es para generar valor, y por ende esta va a aportar al crecimiento económico y social de la provincia, porque se genera empleo y se beneficia a la sociedad con prendas deportivas de alta calidad.

6. ¿Su emprendimiento como tal, ha generado nuevas fuentes de empleos e ingresos, para fortalecer la economía en la provincia de Santa Elena?

Como emprendimiento, el negocio de ropa deportiva sí genera fuente de empleos, en las casas deportivas trabajan diseñadores gráficos, costureras y vendedores. Ellos ayudan a que el negocio crezca.

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

Las autoridades deben brindar apoyo incondicional a los emprendedores, en cuanto a asesorías y prestamos financieros para los inicios de sus actividades.

8. ¿Qué tipo de estrategias de comercialización de productos deportivos utiliza usted?

Las estrategias de comercialización que se utilizan para este tipo de negocio es mostrar al cliente las innovaciones en los diseños de las prendas deportivas. Además de repartir volantes a los clientes que difundan los productos.

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

Las estrategias óptimas empleada para este tipo de negocio es:

Ofrecer sus productos por medio de una tienda online, redes sociales y con entregas a domicilio. Es muy importante complacer al cliente en gustos y preferencias.

3.2.6 Marketing mix

Para Jolu Sports es importante ofrecer productos de calidad, por esta razón busca que el cliente identifique a la microempresa en diferentes aspectos por aquellos se aplicará la herramienta del marketing mix para difundir y dar a conocer los productos y la microempresa en sí.



Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Diseño y desarrollo del producto

Producto

Los clientes de ropa deportiva en la provincia de Santa Elena esperan diseños innovadores y que sea fabricado por personas experimentadas en el ámbito textil. En este sentido, se pretende desarrollar diseños que nos permita competir. La constante innovación de nuestros diseños de las prendas deportivas y la constante actividad en las redes sociales son unas de nuestras actividades clave para dar a conocer los beneficios de nuestro producto, con el objetivo de presentar, además de un producto de calidad con características adecuadas, un estilo y diseño que logre una perfecta combinación y resulten atractivos al consumidor.

Tabla 24: Líneas de prendas deportivas

PRODUCTOS	CARACTERÍSTICAS
Camisas	Camiseta en tejido de punto con cuello en tejido de punto, mínimo 50% algodón y de poliéster 50%. Antibacterial con alta transpirabilidad. Color: varios colores Diseño: sublimado total, decisión del cliente. Tallas: S, M, L, X, XL
Pantalonetas	Pantaloneta en tejido de punto, mínimo 50% algodón y de poliéster 50%. Antibacterial con alta transpirabilidad. Color: varios colores Diseño: sublimado total, decisión del cliente. Tallas: S, M, L, X, XL
Polines	Polines en tejido de punto, con 5 – 10 % Lycra y 90 – 95 % algodón. Antibacterial con alta transpirabilidad. Color: varios colores Diseño: requerimiento del cliente. Tallas: 6-8, 8-10, 10-12, 14-16.
Chompas	Chompa en tejido de punto con cuello, mínimo 50% algodón y de poliéster 50%. Con alta transpirabilidad.

	<p>Color: varios colores</p> <p>Diseño: Requerimiento del cliente.</p> <p>Tallas: S, M, L, X, XL</p>
Calentadores	<p>Calentador realizado en tejido de punto, mínimo 50% algodón y de poliester 50%. Con alta transpirabilidad.</p> <p>Color: varios colores</p> <p>Diseño: Requerimiento del cliente.</p> <p>Tallas: S, M, L, X, XL</p>

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Gráfico 18: Líneas de prendas deportivas



Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Empaque y etiqueta

Todas las prendas serán entregadas a los clientes en bolsa y fundas con nuestra marca y con su respectiva etiqueta donde se describa los beneficios del producto, su cuidado y composición.

Gráfico 19: Empaques y Etiquetas



Elaborado por: Zambrano Panezo José Luis

Marca

Para la identificación de nuestros productos, la cual tiene como finalidad la satisfacción de las necesidades de los clientes al momento de realizar alguna actividad deportiva, para ello la microempresa Jolu Sports lanzará al mercado peninsular. El logotipo es a color y cuenta con los colores azul y rojo, el primero de acuerdo a la psicología de los colores en marketing esta asociado a la simpatía, inteligencia, confianza fidelidad y el segundo color esta asociado a las emociones, actividades, a la fuerza, pasión, y el nombre de la microempresa que esta lleva, con el fin de que el cliente identifique rápidamente nuestra marca que es ropa deportiva:

Gráfico 20: Logotipo



Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Eslogan

El logotipo es de diseño atractivo e identificable para el público consumidor al mismo modo el Eslogan marcara la diferencia y da una invitación a conocer, que los productos de Jolu Sports son los mejores.

Gráfico 21: Eslogan de la microempresa

Simplymente lo mejor...

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Determinación del precio

Precio

Nuestro producto será de calidad e innovador en el mercado peninsular por lo que debe mantener un precio competitivo tomando en cuenta los precios del mercado, los costos de producción y el margen de ganancias que se desea percibir.

Fijaremos nuestros precios en base al valor que ofrecemos, pues no solo ofrece prendas de vestir deportiva, sino que también ofrecemos cuidado y protección. Ofrecemos productos elaborados de tela 100% natural, antibacterial y además con alta transpirabilidad. Tenemos claro que debemos imponer un precio aceptable para los consumidores, sin escapar aspectos tales como:

- Costos de producción: debemos cubrir el total de nuestros costos de producción.
- La competencia: debemos referenciar el precio de venta de nuestros competidores directos.
- Utilidad esperada: debemos considerar el margen de ganancia que pretendemos obtener por la venta de cada producto
- Impuestos: debemos considerar el impuesto a las ventas.

Tabla 25: Determinación del precio

Productos	Precio
Camisas	\$ 8,00
Pantalinetas	\$ 4,50
Polines	\$ 2,50
Chompas	\$ 14,00
Calentadores	\$ 10,00

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Plaza o distribución (Estrategia de comercialización)

Puntos de ventas

Jolu Sports, ha considerado como su principal punto de venta, el local que estará ubicada en el cantón Santa Elena, en la dirección: barrio Simón Bolívar, en las calles 18 de agosto y Simón Bolívar, esquina. Donde los clientes pueden acercarse a comprar ropa deportiva de calidad.

También la microempresa considera como otro canal de distribución, la venta online por medio de la red social como lo es el Facebook, por medio de su cuenta Oficial Jolu Sports – Indumentaria deportiva. (Ver Anexo 2)

Comunicación (publicidad)

Para que los clientes tengan la oportunidad de conocer la ropa deportiva que se oferta en el mercado peninsular, se implementaran los siguientes medios de contacto con el cliente.

- Difusión de contenido sobre ropa deportiva en la red social Facebook e Instagram a diario. (Ver anexo 3)
- Distribución de tarjetas de presentación de la microempresa para los clientes. (Ver anexo 4)
- Utilizar WhatsApp Business para que los clientes contacten a la microempresa Jolu Sports, para atender las inquietudes de los clientes, y para dar la información necesaria para los clientes que realicen sus pedidos vía on-line (ver anexo 5).

Promoción

La microempresa Jolu Sports con el propósito de fidelizar a los clientes por la compra de los productos, realizará lo siguiente:

Descuentos

- Se aplicará el 5% de descuentos, por la compra de equipo completo.
- Para instituciones estudiantiles, por la compra mayor a 30 equipos completos se obsequiará la cinta de madrina de deporte, un balón y la cinta de capitán.

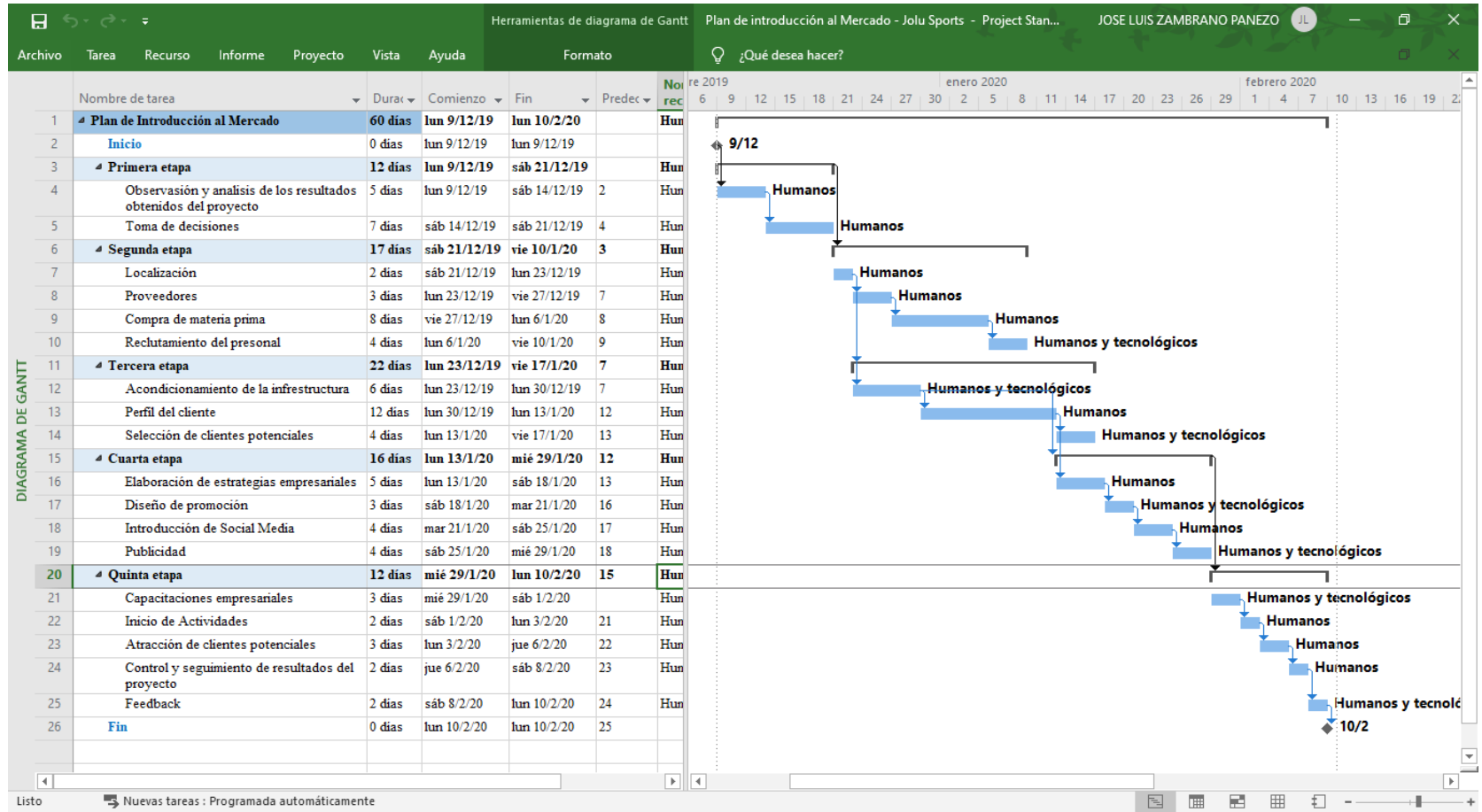
Merchandising

Se mandarán a poner nuestro logotipo en tomados que serán entregados en la asistencia de eventos deportivos y a las personas que visiten nuestra tienda por la publicidad realizada en las redes sociales.

Programa de fidelización

El programa de lealtad se llama «Vive el deporte con Jolu Sports» el cual consiste en un sistema de canje de puntos el cual funciona una vez que el cliente acumula puntos por cada compra que realice, puede canjearlos por descuentos en la siguiente compra después de haber acumulado 100 puntos, cada dólar es un punto. El descuento es del 40% de descuento en cualquier prenda deportiva. Y si acumula 250 puntos automáticamente podrá cambiar los puntos por una prenda (camisas, chompas o calentadores). El control se llevará mediante la facturación en cada compra.

3.2.7 Plan de introducción al mercado (Plan de Marketing)



Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

3.3 Proceso de producción

3.3.1 Objetivos del área de producción

Desarrollar el proceso de fabricación de ropa deportiva, utilizando insumos de y mano de obra de alta calidad para obtener un producto final que garantice la comodidad de los clientes al momento de la práctica de algún deporte.

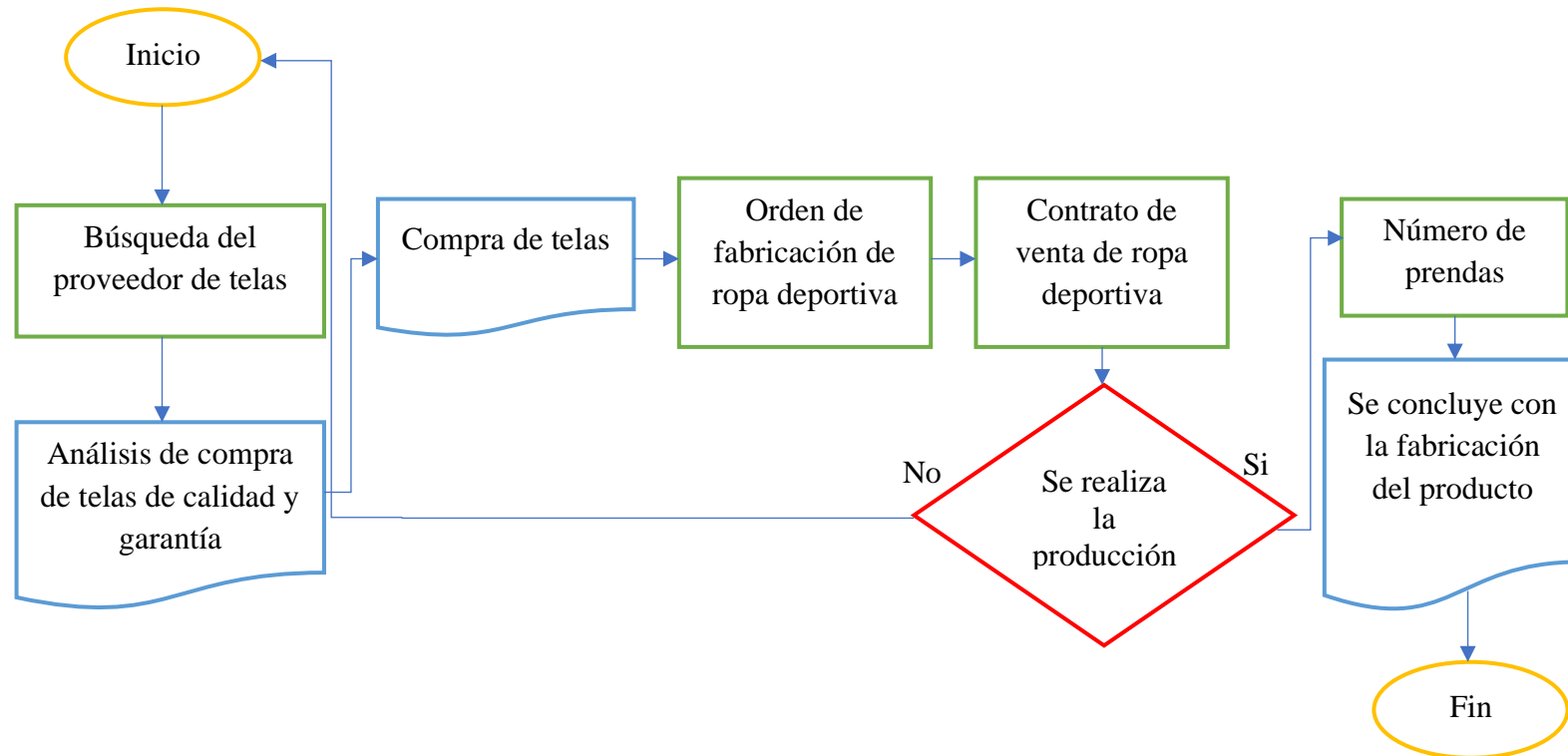
3.3.2 Descripción del proceso de producción

La microempresa Jolu Sports, tiene como fin ofrecer ropa deportiva, utilizando materia prima de calidad y mano de obra especializada, por esta razón para la fabricación se deben seguir procesos para la obtención del producto final, los procesos son los siguientes:

- Búsqueda de un proveedor de telas que cumpla con las expectativas del cliente.
- Analizar la oferta de los proveedores de telas (calidad y garantía), por medio de cotizaciones realizadas.
- Adquisición de materia prima (Telas).
- Mantener stock de materia prima para la fabricación
- Fabricación de ropa deportiva.
- Pintado de Ropa deportiva, sublimación o estampado, de acuerdo a los requerimientos del cliente.
- Post venta.

3.3.3 Diagrama de flujo de producción y entrega del bien

Gráfico 22: Flujograma del proceso de producción



Elaborado por: Zambrano Panezo

3.3.4 Necesidades de materia prima

Es importante para Jolu Sports, la necesidad de adquirir materia prima de calidad es por esto, que la microempresa empleará para la fabricación de ropa deportiva: telas, hilos, tintas para sublimación, entre otros insumos para poder tener productos de calidad para la satisfacción de los clientes.

3.3.5 Identificación de proveedores

Jolu sports contará con los siguientes proveedores debido a que ofrecen materia prima, maquinarias e insumos de alta calidad a bajos costos para la realización de prendas deportivas.






Tabla 26: Identificación de proveedores

Proveedor	Producto	Contacto	Dirección
Almacenes de tela Boyacá	Telas para ropa deportiva	Sra. Angelica Sotomayor Telf. 1800-Boyaca 0990850710	Guayaquil, Barrio 9 de octubre
Lafayette	Telas para ropa deportiva	Sr. Miguel Pereira Telf. (04) 202 3870	Guayaquil, Avenida Víctor Emilio Estrada 918 entre Ilanes e Higueras
IMEVI	Maquinaria Textil	Sr. Bolívar Rodríguez Telf. (04) 239 6296	Guayaquil, Miguel H. Alcívar, Mz 1, Solar 44
Maquinas Hidalgo	Maquinarias e insumos textiles	Sr. Federico Hidalgo	Guayaquil, Barrio 9 de octubre
Subli Soluciones	Equipos, Tintas entre otros	Sr. Ángel Zambrano	Guayaquil, Barrio 9 de octubre

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

3.3.6 Equipos a utilizar y características

Tabla 27: Equipos a utilizar y características

Equipos	Características
<p data-bbox="331 483 831 517">Maquina recubridora industrial Jontex</p> 	<p data-bbox="874 573 1372 645">Maquina especializada para realizar costuras de recubridora en las prendas.</p>
<p data-bbox="344 741 815 775">Maquina industrial Overlock Singer</p> 	<p data-bbox="874 786 1372 958">Maquina especializadas en costura de uni6n en cadena, trabaja sobre la orilla de las telas usa varios hilos en bobinas separadas, haciendo un cosido perfecto.</p>
<p data-bbox="371 1010 791 1043">Maquina recta industrial Jontex</p> 	<p data-bbox="890 1077 1356 1182">Máquina de costura para realizar puntadas rectas de calidad para la fabricación de todo tipo de prendas.</p>
<p data-bbox="387 1256 775 1290">Plotter de sublimación Epson</p> 	<p data-bbox="874 1357 1372 1507">Sirve para imprimir todo tipo de diseños en tela, mediante programas de cómputo. La impresora procesa imágenes con alta velocidad.</p>
<p data-bbox="344 1615 815 1648">Plancha térmica de sublimación HG</p> 	<p data-bbox="890 1715 1356 1821">Máquina para realizar estampados de prendas, telas, remeras de cualquier tipo de color y textura.</p>

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

3.3.7 Diseño, distribución de la planta y oficina (layout)

La microempresa Jolu Sports tendrá la siguiente distribución para realizar el proceso de producción y el proceso de venta de las prendas deportivas, el cual contará con área administrativa, el área de producción y el área de comercialización de producto.

Gráfico 23: Distribución de planta - Microempresa "Jolu Sorts"



Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

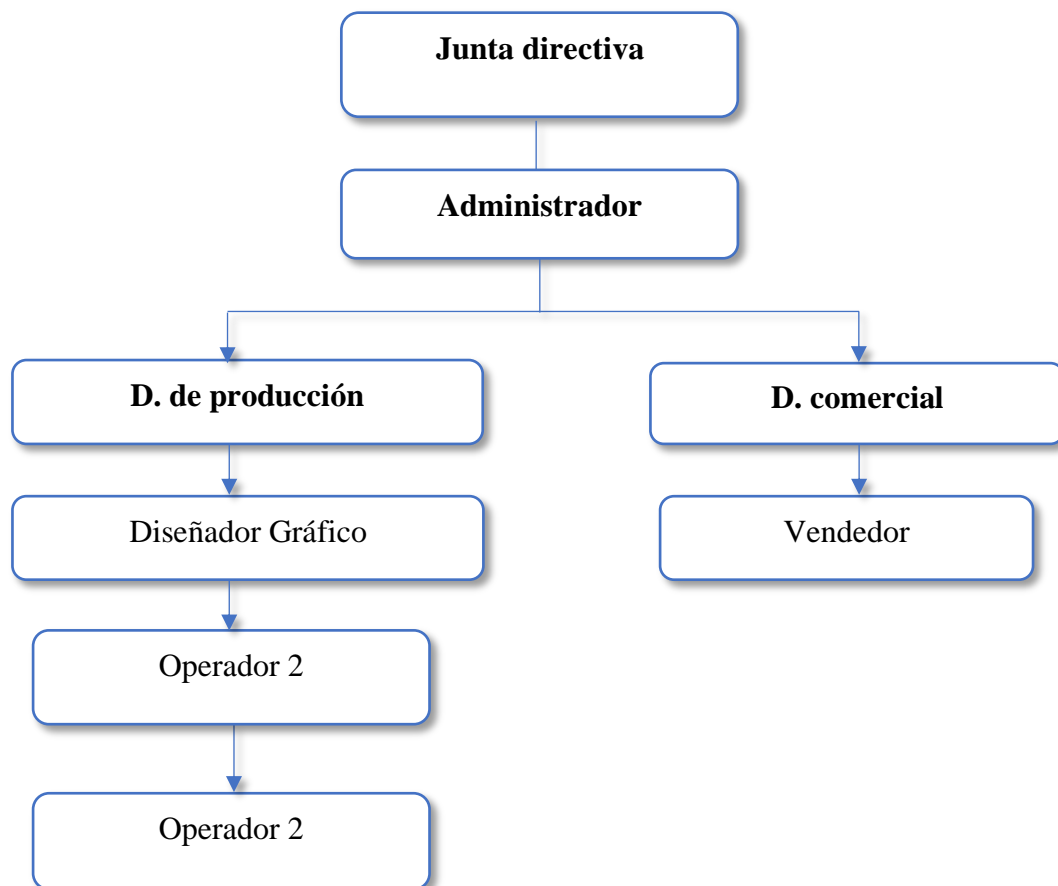
3.4 Organización

3.4.1 Objetivos del área de organización

- Determinar la estructura organizacional optima donde se fomente el trabajo en equipo y la comunicación en cada uno de los colaboradores de la microempresa, para de esta manera lograr cumplir los objetivos y metas propuestas.

3.4.2 Estructura organizacional


Gráfico 24: Organigrama



Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis


Manual de funciones

Tabla 28: Manual de funciones del administrador

	MANUAL DE FUNCIONES	Código: MFJ-01
		Versión: 01
		Página: 1/4
Denominación del cargo:	Administrador	
Dirige el cargo:		
Dependencia:	Junta directiva	
Supervisa a:	Departamento de producción y ventas	
Requisitos del cargo		
Requisitos de formación	Título de ingeniero comercial / administración de empresas.	
Requisitos de experiencia	Mínimo 2 años de experiencia.	
Objetivos del cargo		
<p>Coordinar y controlar las actividades administrativas de la microempresa, mediante los procesos de planeación, organización, dirección y control, con la finalidad de cumplir con las metas en cada área de la organización.</p>		
Funciones específicas		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Orientar a cada uno de los departamentos para que realicen sus trabajos como es debido. ➤ Tomar decisiones en torno a la microempresa. ➤ Controlar que los colaboradores se sientan a gusto en sus puestos de trabajo. ➤ Controlar que se cumplan las políticas de la microempresa. ➤ Analizar constantemente los balances. ➤ Realizar planes de contingencia. 		


Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Tabla 29: Manual de funciones del Diseñador Gráfico

	MANUAL DE FUNCIONES	Código: MFJ-02
		Versión: 01
		Página: 2/4
Denominación del cargo:	Diseñador Gráfico	
Dirige el cargo:		
Dependencia:	Administrador	
Supervisa a:	Operadores	
Requisitos del cargo		
Requisitos de formación	Título en diseño gráfico	
Requisitos de experiencia	2 años de experiencia	
Objetivos del cargo		
Diseñar prendas de acuerdo a las especificaciones y requisitos del cliente, tomando en cuenta el manejo de materiales de la empresa.		
Funciones específicas		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recibir órdenes para empezar el diseño. ➤ Buscar información de modelos y colores de diseños adecuados para plasmar las características en el modelo establecido. ➤ Diseñar los modelos de acuerdo a lo planificado ➤ Realiza prototipos de las distintas tallas. ➤ Reportar al jefe de producción los materiales necesarios para el producto. ➤ Realizar y hacer llegar a los operarios las formas más adecuadas y optimas de las diferentes operaciones a realizar sobre el producto. 		


Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Tabla 30: Manual de funciones de los operadores

	MANUAL DE FUNCIONES	Código: MFJ-03
		Versión: 01
		Página: 3/4
Denominación del cargo:	Costureras(os)	
Dirige el cargo:		
Dependencia:	Administrador	
Requisitos del cargo		
Requisitos de formación	Corte y confección	
Requisitos de experiencia	2 años de experiencia, Manejo en materiales de costura	
Objetivos del cargo		
<p>Confeccionar los diferentes tipos de prendas deportivas que le sean solicitadas por la empresa a fin de lograr el abastecimiento oportuno de las unidades necesarias en el proceso productivo.</p>		
Funciones específicas		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Limpiar la máquina para producción. ➤ Revisar orden de producción. ➤ Colocar los hilos en la máquina. ➤ Preparar las piezas de cada prenda para confección ➤ Coser las prendas deportivas en la máquina para confección. ➤ Dar acabados a las piezas y algunos trabajos manuales ordenados por la empresa con el objeto de contar con todas las prendas necesarias para la mejor atención de los clientes. ➤ Entregar la prenda. ➤ Elaborar inventarios del material y equipo que utilizó en sus labores, con la finalidad de que este sea aprovechado adecuadamente, reportando existencias. ➤ Limpiar el área de trabajo. 		

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Tabla 31: Manual de funciones del vendedor

	MANUAL DE FUNCIONES	Código: MFJ-04
		Versión: 01
		Página: 4/4
Denominación del cargo:	Vendedor	
Dirige el cargo:		
Dependencia:	Administrador	
Requisitos del cargo		
Requisitos de formación	Título profesional de Ingeniero en Marketing y Ventas, y áreas a fines.	
Requisitos de experiencia	2 años de experiencia.	
Objetivos del cargo		
<p>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.</p>		
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. 		

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

3.4.3 Desarrollo del personal

La microempresa Jolu Sports se preocupa por sus colaboradores de la misma manera que brinda productos de calidad a los clientes. Para aquello se impartirá capacitaciones con el fin de desarrollar habilidades y conocimientos con los cuales estos sean aplicados en su etapa laboral, los temas que se brindaran son los siguientes:

Tabla 32: Desarrollo del personal

MES	TEMA	DIRIGIDO A
1	Responsabilidad social	Todos los niveles
2	Marca	Todos los niveles
3	Cliente	Todos los niveles
4	Servicio	Todos los niveles
5	Competencia	Todos los niveles
6	Marketing en redes sociales	D. Ventas
7	Marketing Mix	D. Ventas

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

3.4.4 Políticas institucionales

- Los colaboradores deben utilizar el uniforme de la microempresa.
- Mantener el orden y el aseo de su lugar de trabajo.
- Brindar un trato de cordialidad entre sus compañeros de trabajo.
- Los colaboradores atenderán a los clientes con el debido respeto.

- Todos los trabajadores estarán asegurados el IESS y gozarán de todos los beneficios.
- Actuar de manera ética y profesional al realizar sus actividades.
- El horario de trabajo será el siguiente y regirá para todo el personal que labora en la microempresa (administrativos, producción y vendedores). También se respetará los días festivos y feriados que se presentan a nivel local y nacional.

Tabla 33: Horario de trabajo

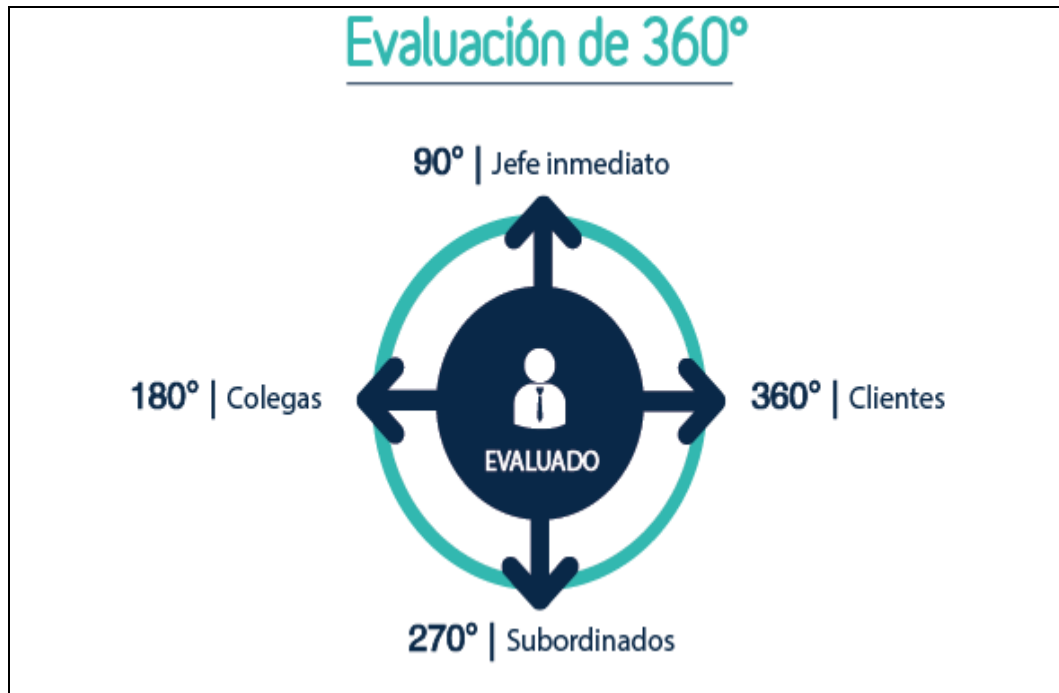
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
8:30 a 12:30	8:30 a 12:30	8:30 a 12:30	8:30 a 12:30	8:30 a 12:30		
Almuerzo 12:30 a 13:30	Almuerzo 12:30 a 13:30	Almuerzo 12:30 a 13:30	Almuerzo 12:30 a 13:30	Almuerzo 12:30 a 13:30	9:00 a 14:00	9:00 a 14:00
13:30 a 17:30	13:30 a 17:30	13:30 a 17:30	13:30 a 17:30	13:30 a 17:30		

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

3.4.5 Evaluación del desempeño

Dentro de la microempresa Jolu Sports es importante monitorear el desempeño de cada uno de sus colaboradores que ayudan en el crecimiento de esta, y al mismo tiempo tomar decisiones adecuadas. Es por esta razón que se ha decidido evaluar el desempeño del personal por medio de la Evaluación 360° porque permite identificar las fortalezas que presenta el evaluado al llevar a cabo sus actividades laborales dentro de la microempresa del mismo modo poder reforzarlas. Adaptación: (Galán, Ramírez, & Jaime, 2010); (Pérez O. , 2015).

Gráfico 25: Evaluación de desempeño



Fuente: PeopleNext

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Beneficios de realizar la evaluación 360°

- Obtener información de cada colaborador.
- Ayudar a reducir los prejuicios y sesgos que exista al momento de ser evaluado.
- Fomentar el trabajo en equipo y al mismo tiempo la colaboración.
- Identificar fortalezas de cada colaborador.
- Motivación y formar identidad de la microempresa por parte de los colaboradores.

Dentro de este proceso el administrador evaluará a los colaboradores dentro de las distintas áreas de la microempresa, el mismo contará con los siguientes indicadores:

1. Departamento Administrativo.

- Puntualidad, respeta los horarios de trabajo.
- Responsabilidad, realiza las tareas encomendadas.
- Respeto, es cordial con sus compañeros y clientes.
- Comunicación, se transmiten los mensajes correctamente.
- Control, lleva los balances correctamente y las cuentas por pagar.
- Organización, es ordenada con los documentos.

2. Departamento de Producción.

- Puntualidad, respeta los horarios de trabajo.
- Responsabilidad, realiza las tareas encomendadas.
- Respeto, es cordial con sus compañeros y clientes.
- Comunicación, se transmiten los mensajes correctamente.
- Optimización de recursos, no desperdicia los recursos en vano.
- Organización, es ordenado con el proceso para elaborar los productos.
- Limpieza, presentación personal y aseo del área de trabajo.

3. Departamento de Ventas

- Puntualidad, respeta los horarios de trabajo.
- Responsabilidad, realiza las tareas encomendadas.
- Respeto, es cordial con sus compañeros y clientes.
- Comunicación, se transmiten los mensajes correctamente.

- Control, realiza el cuadro de caja diario, es atento a la hora de cobrar o dar vueltos.
- Atención al cliente, es atento al tomarle el pedido a los consumidores.

**Heteroevaluación del desempeño del Administrador: Subordinados. -
Autoevaluación del Administrador.**

Esta evaluación de desempeño la realizarán los trabajadores al administrador, así mismo los siguientes indicadores serán para la autoevaluación del administrador.

- Planificación, lleva el control de las actividades que realiza.
- Control, logra alcanzar las metas.
- Liderazgo.
- Decisión, tomas decisiones correctas para beneficiar a la microempresa.
- Comunicación, se transmiten los mensajes correctamente.
- Capacidad para enfrentar riesgos y resolver problemas.

Heteroevaluación de desempeño de los subordinados: Clientes

Este proceso evaluara el desempeño de los trabajadores, los mismos que serán evaluados por los clientes. Los indicadores a evaluarse son:

- Servicio, tiempo de atención.
- Atención al cliente, es cortés y da una adecuada atención al momento de ofrecer y servir el producto.
- Aseo, se preocupan por limpiar las mesas, y por su aseo personal.
- Calidad, el producto terminado llena sus expectativas.

Coevaluación de desempeño del Equipo de trabajo: Clientes

- Observar, el comportamiento del cliente.
- Producto con mayor acogida.
- Mercado, realizar estudios para definir gustos y preferencias de los clientes.
- Tener un lugar donde los consumidores puedan poner sugerencias y reclamos.

3.4.6 Marco legal de la organización

La microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva “Jolu Sports” 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 microempresa.
 - Reserva del nombre de la microempresa.
 - Minuta de constitución de la microempresa.
 - 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 GAD Municipal de Santa Elena, 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 microempresa.
- 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 GAD Municipal de Santa Elena, llevando los siguientes requisitos.

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

Permiso de la Dirección de Higiene Municipal: El documento es obtenido en el Hospital de Santa Elena – Liborio Panchana, debido a que este se encuentra en el cantón donde estará ubicada la microempresa. 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 Santa Elena.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal de la microempresa.
- 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 Santa Elena.

- 7. Inscribir la Compañía:** Una vez obtenido los documentos antes mencionados, se debe acercarse al Registro Mercantil del cantón donde será constituida la microempresa, 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 microempresa.
 - 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 microempresa (presidente, 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 microempresa.
- 10. Inscribir el nombramiento del representante:** Este trámite se realiza en el Registro Mercantil, y se basa en la inscripción del administrador de la microempresa, 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 administrador.

11. Obtener el RUC: Este documento permite registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos, y su objeto es proporcionar información de la microempresa 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.

3.5 Finanzas

3.5.1 Objetivos del área de finanzas

Controlar de manera eficientemente los recursos financieros, gestionando de una manera correcta el dinero que posee la microempresa Jolu Sports, logrando que sea rentable y alcance incrementar sus ganancias en un tiempo determinado.

3.5.2 Sistema contable de la empresa

Gráfico 26: Sistema Contable



Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

- Se pretende realizar el presupuesto proyectado en 5 años a fin de determinar rentabilidad y estudio de factibilidad del negocio.
- Se apertura el negocio de una cafetería en el Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena.
- Nuestra Población será principalmente los habitantes del Cantón Santa Elena.
- Nuestro Mercado Objetivo sería las personas que adquiere ropa deportiva.
- La microempresa ofrecerá los siguientes productos en diferentes tallas de acuerdo a las peticiones del del cliente:

Producto 1	Camisas
Producto 2	Pantalinetas
Producto 3	Polines
Producto 4	Chompas
Producto 5	Calentadores

- El precio de venta de cada producto es el siguiente:

Productos	Precio
Camisas	\$ 8,00
Pantalinetas	\$ 4,50
Polines	\$ 2,50
Chompas	\$ 14,00
Calentadores	\$ 10,00

Políticas de Activos Fijos:

Se deprecia los activos fijos del centro de acuerdo a la tabla proporcionada de las

NIFF:

Activos Fijos	Vida Útil	%	años
Equipo/Cómputo	3 años	3,33%	3
Muebles y Enseres	10 años	10%	10
Equipo/oficina	10 años	10%	10
Maquinarias	10 años	10%	10
Vehículos	20 años	5%	20
Edificio	20 años		20

Políticas de Precios

- Se determina el precio por producto es fijo en los 5 años proyectados.

Políticas de Demanda

- La demanda se determina de acuerdo al estudio realizado por las encuestas.
- Se proyecta la demanda en un 4,2%, considerando estrategias de marketing, participación en el mercado, captación de clientes, etc.

Políticas de Cobro

- El cobro será inmediato, la factura reflejará el valor total a cancelar.
- Las ventas también se harán al contado y a crédito.

Políticas de Pago

- El pago a los proveedores se realiza a crédito y al contado.

Política Laboral

- Se trabajarán todos los días.
- Se aplica participación de trabajadores e impuesto a la renta.
- Se considera cálculo de reserva legal.

- Se considera los importes acumulados para el segundo año.

Políticas de Rol de Pagos

- El personal que percibe una remuneración básica y de acuerdo a las tasas dispuestas por el ministerio de trabajo.
- Se considera todos los beneficios de ley.

3.5.3 Catálogo de cuentas

1. **Activo**
 - 1.1. **Activo Corriente**
 - 1.1.1. Caja
 - 1.1.2. Bancos
 - 1.1.2.1. CFN
 - 1.1.3. Cuentas por Cobrar
 - 1.1.3.1. Clientes
 - 1.1.4. Inventarios Iniciales
 - 1.1.4.1. Inventario Inicial de Materia Prima
 - 1.1.4.2. Inventario Inicial de Productos Terminados
 - 1.1.5. Inventarios Finales
 - 1.1.5.1. Inventario Final de Materia Prima
 - 1.1.5.2. Inventario Final de Productos Terminados
 - 1.2. **Activo Fijo**
 - 1.2.1. Equipo de Oficina
 - 1.2.1.1. Depreciación Acumulada de Equipo de Oficina
 - 1.2.2. Equipo de Cómputo
 - 1.2.2.1. Depreciación Acumulada de Equipo de Cómputo
 - 1.2.3. Muebles y Enseres
 - 1.2.3.1. Depreciación Acumulada de Muebles y Enseres
 - 1.2.4. Equipo de Producción y Maquinaria
 - Depreciación Acumulada de Equipo de Producción y Maquinarias
 - 1.2.4.1. Maquinarias
 - 1.2.5. Equipos Auxiliares
 - 1.2.5.1. Depreciación Acumulada de Equipo Auxiliar
 - 1.2.6. Vehículos
 - 1.2.6.1. Depreciación Acumulada de Vehículos
 - 1.2.7. Edificio
 - 1.2.8. Terreno
 - 1.3. **Activo No Corriente**
 - 1.3.1. Gastos de Constitución
 - 1.3.2. Gastos de Investigación
 - 1.4. **Otros Activos**

- 1.4.1. Amortización Acumulada
- 1.4.2. Iva Cobrado
- 2. **Pasivo**
- 2.1. ***Pasivo Corriente***
- 2.1.1. Décimo Tercer Sueldo por Pagar
- 2.1.2. Décimo Cuarto Sueldo por Pagar
- 2.1.3. Aporte Patronal por Pagar
- 2.1.4. Aporte Personal por Pagar
- 2.1.5. Fondos de Reserva por Pagar
- 2.1.6. Vacaciones por Pagar
- 2.1.7. Participación de Trabajadores por Pagar
- 2.1.8. Impuesto a la Renta por Pagar
- 2.1.9. Retenciones por Pagar
- 2.1.10. Iva por Pagar
- 2.1.11. Cuentas por Pagar
- 2.1.11.1. Proveedores
- 2.2. ***Pasivo a Largo Plazo***
- 2.2.1. Préstamo Bancario
- 3. **Patrimonio**
- 3.1. Capital
- 3.2. Reserva Legal
- 3.3. Utilidad del Ejercicio
- 4. **Ingresos**
- 4.1. Ventas
- 4.1.1. Ingresos por Venta de Vestidos
- 4.1.2. Ingresos por Venta de Blusas
- 4.1.3. Ingresos por Venta de Pantalones
- 5. **Gastos**
- 5.1. ***Gastos Administrativos***
- 5.1.1. Sueldos y Salarios
- 5.1.2. Décimo Tercer Sueldo
- 5.1.3. Décimo Cuarto Sueldo
- 5.1.4. Fondos de Reserva
- 5.1.5. Vacaciones
- 5.1.6. Gasto Aporte Patronal
- 5.1.7. Suministros de Oficina
- 5.1.8. Gastos de Depreciación
- 5.1.9. Gastos de Amortización
- 5.1.10. Servicios Básicos
- 5.2. ***Gastos de Ventas***
- 5.2.1. Sueldos y Salarios
- 5.2.2. Décimo Tercer Sueldo
- 5.2.3. Décimo Cuarto Sueldo
- 5.2.4. Fondos de Reserva
- 5.2.5. Vacaciones
- 5.2.6. Gastos de Depreciación

- 5.2.7. Servicios Básicos
- 5.2.8. Gastos de Publicidad
- 5.2.9. Gastos de Mantenimiento
- 5.2.10. Gastos de Arrendamiento
- 5.3. **Gastos Financieros**
- 5.3.1. Intereses Bancarios
- 5.4. **Costo de Venta**
- 5.4.1. Costos Directos
 - 5.4.1.1. Materia Prima Directa
 - 5.4.1.2. Mano de Obra Directa
- 5.4.2. Costos Indirectos
 - 5.4.2.1. Materia Prima Indirecta
 - 5.4.2.2. Mano de Obra Indirecta
 - 5.4.2.3. Costo Indirecto de Fábrica

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

3.5.4 Costos y gastos

A continuación, se detalla en las siguientes tablas todos los costos realizados por la Microempresa Jolu Sports realizado durante la proyección de 5 años.

Tabla 34: Presupuesto de Costo de ventas

PRESUPUESTO COSTO DE VENTA TOTALES					
Período	2019	2020	2021	2022	2023
Inventario Inicial Materia Prima	\$ -	\$ 2.922,13	\$ 2.563,87	\$ 2.690,30	\$ 2.893,80
(+) Compra de Materia Prima	\$ 61.360,23	\$ 50.924,44	\$ 53.930,52	\$ 58.079,51	\$ 57.691,53
(=) Materia Prima Disponible	\$ 61.360,23	\$ 53.846,57	\$ 56.494,40	\$ 60.769,80	\$ 60.585,33
(-) Inventario Final Materia Prima	\$ 2.922,13	\$ 2.563,87	\$ 2.690,30	\$ 2.893,80	\$ 2.885,03
(=) Costo MPD Utilizada	\$ 58.438,10	\$ 51.282,70	\$ 53.804,10	\$ 57.876,00	\$ 57.700,30
(+) Costo de MOD	\$ 26.719,24	\$ 23.667,27	\$ 24.779,66	\$ 26.528,16	\$ 26.185,91
(+) Costo Servicio Directo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Costo Indirecto de Fábrica	\$ 15.438,73	\$ 15.727,79	\$ 16.015,70	\$ 16.303,61	\$ 16.591,52
(=) Costo de Producción	\$ 100.596,07	\$ 90.677,77	\$ 94.599,46	\$ 100.707,77	\$ 100.477,74
(+) Inventario Inicial Producto P	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Producto Total en Proceso	\$ 100.596,07	\$ 90.677,77	\$ 94.599,46	\$ 100.707,77	\$ 100.477,74
(-) Inventario Final Producto P	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Inventario Producto Terminado	\$ 100.596,07	\$ 90.677,77	\$ 94.599,46	\$ 100.707,77	\$ 100.477,74
(+) Inventario Inicial Producto T	\$ -	\$ 19.223,70	\$ 23.596,78	\$ 28.128,60	\$ 35.636,45
(=) Inventario Disponible Venta	\$ 100.596,07	\$ 109.901,46	\$ 118.196,24	\$ 128.836,37	\$ 136.114,19
(-) Inventario Final Producto T	\$ 19.223,70	\$ 23.596,78	\$ 28.128,60	\$ 35.636,45	\$ 38.941,86
COSTO DE VENTA	\$ 81.372,37	\$ 86.304,68	\$ 90.067,64	\$ 93.199,92	\$ 97.172,32

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

En la tabla presentada anteriormente se puede indicar la importancia de elaborar el presupuesto de costo de venta, ya que ayuda a sintetizar de forma resumida los costos realizados en Materia Prima, Mano de Obra y Costos Indirectos de Fabricación de cada producto, partiendo del inventario inicial de materias primas a utilizar hasta el almacén o inventario final de productos terminados.

A continuación, se presenta en la siguiente tabla el presupuesto de gastos realizados por la Microempresa Jolu Sports en cada período determinado:

Tabla 35: Presupuesto de Gastos

PRESUPUESTO DE GASTOS					
Gastos	2019	2020	2021	2022	2023
Sueldos y Salarios	\$ 32.842,39	\$ 33.722,38	\$ 34.582,15	\$ 35.445,88	\$ 36.318,28
Servicios Básicos	\$ 1.255,68	\$ 1.285,80	\$ 1.316,63	\$ 1.348,20	\$ 1.380,53
Suministros de Oficina	\$ 368,00	\$ 376,82	\$ 385,86	\$ 395,11	\$ 404,59
Gastos de Arriendo	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Gasto de depreciación	\$ 2.183,09	\$ 2.183,09	\$ 2.183,09	\$ 1.966,41	\$ 1.966,41
Gasto de Marketing	\$ 327,50	\$ 335,35	\$ 343,40	\$ 351,63	\$ 360,06
Total	\$ 38.776,66	\$ 39.703,44	\$ 40.611,12	\$ 41.307,24	\$ 42.229,88

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Al momento de iniciar sus operaciones la Microempresa Jolu Sports elabora aquellos gastos que serán necesarios en su ciclo contable y financiero, como se puede apreciar en la tabla, se puede indicar todos los gastos por parte de la empresa, en las que se puede deducir en los pagos de sueldos y salarios a su empleados, el consumo de los servicios básicos, adquisición o compra de suministros de oficina para el área administrativa, ventas y producción; el pago de arriendo de local, suministros de limpieza; gastos de marketing y depreciación de activos fijos..

3.5.5 Capital social

Se hace referencia el aporte de los accionistas para constituir la microempresa fue necesario el aporte tanto de activos como dinero en efectivo, el aporte fue el siguiente:

Tabla 36: Capital social

Aportación del Socio	\$ 20.862,22
*Aportación en efectivo	\$ 20.000,00
Dinero en efectivo	\$ 20.000,00
*Aportación en bienes	\$ 862,22
Laptop	\$ 1.079,58

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

El capital social de la Microempresa Jolu Sports estará constituido por dinero en efectivo y el aporte de una laptop, dando un valor total determinado de \$20.862,22 para su formación.

En la siguiente tabla se resume el capital de trabajo que requiere la microempresa al momento de operar:

Tabla 37: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL	%
Gastos administrativos	\$ 1.452,72	13%
Gastos de ventas	\$ 682,43	6%
Gastos de constitución	\$ 1.150,00	10%
Costos de producción	\$ 8.238,08	71%
Capital de trabajo	\$ 11.523,22	100%

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Al momento de iniciar sus operaciones, la Microempresa Jolu Sports requiere un capital de trabajo de \$11.523,22; en la que se puede deducir que su capital de trabajo está determinado en un mes, siendo los costos de producción de mayor representación con un 71%, puesto que con ellos se mantendrá activo el negocio dentro del mercado. En este caso, la empresa dependerá de la producción de los productos que realice, ya que depende de la adquisición de insumos o materia prima, el requerimiento de la mano de obra y la utilización de costos indirectos. De esta manera se considera importante, puesto que la necesidad de estos elementos se verá reflejado en la utilidad de la microempresa en relación de sus ventas obtenidas y el destino de sus recursos en cada producto a producir y los gastos realizados.

En la siguiente tabla, se presenta la inversión que necesitará la Microempresa Jolu Sports para inicio de sus actividades u operaciones:

Tabla 38: Inversión Total

INVERSIÓN INICIAL	
Inversión en activos fijos	\$ 24.339,00
Inversión en capital de trabajo	\$ 11.523,22
Inversión total	\$ 35.862,22

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Para iniciar sus operaciones la Microempresa Jolu Sports, requiere una inversión global de \$35.862,22; en la que está constituida por dos rubros: la inversión de activos fijos con un valor de \$24.339,00, mientras que la inversión de capital de trabajo está valorada por \$11.523,22.

A continuación, se procede a realizar de acuerdo la inversión requerida y el capital social de la empresa, a buscar el financiamiento necesario para cubrir el requerimiento, por lo que es necesario solicitar un crédito bancario. A continuación, se presenta en la siguiente tabla, el financiamiento para la microempresa:

Tabla 39: Financiamiento

FINANCIAMIENTO	PORCENTAJE	DÓLARES
Aportación de capital	58%	\$ 20.862,22
Préstamo bancario	42%	\$ 15.000,00
Total	100%	\$ 35.862,22

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Para cubrir la inversión total de \$35.862,22; la Microempresa Jolu Sports, es necesario considerar la aportación de los socios, la cual está dada por 20.862,22, es por tal razón que se requiere un préstamo bancario de \$15.000,00 para iniciar la operación de fabricación y comercialización de ropa deportiva. De esta manera, el crédito será financiado por la Corporación Financiera Nacional (CFN) con una tasa de interés del 13% y un plazo de vencimiento de 3 años con cuotas mensuales; lo cual se presenta en la siguiente tabla el Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) de acuerdo a la aportación de capital propuesto y capital financiado:

Tabla 40: Costo de capital promedio ponderado

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO					
Capital Propuesto	Dólares	%	Aportación	TMAR	Ponderación
Accionista	\$ 20.862,22	58,17%	58,17%	20,00%	11,63%
Total capital propuesto	\$ 20.862,22			TMAR	0,116347
Capital Financiado	Dólares	%	Aportación	TMAR	Ponderación
CFN	\$ 15.000,00	41,83%	41,83%	13,00%	0,054375
Total capital financiado	\$ 15.000,00			TMAR	0,054375
TOTAL	\$ 35.862,22			TMARX	0,170721

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

En esta tabla se puede apreciar el desarrollo del Costo de Capital en la que se obtiene del Capital Propuesto y Financiado con un 17,07% en la que será utilizado para posteriormente evaluar el proyecto a través de indicadores financieros.

3.5.6 Flujo de efectivo

Tabla 41: Flujo de efectivo

RUBRO	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
Saldo Inicial de efectivo		\$ 10.373,22	\$ 7.457,87	\$ 11.420,63	\$ 15.463,25	\$ 40.274,75
Préstamo Recibido	\$ 15.000,00					
(MÁS ENTRADAS DE EFECTIVO)		\$ 159.448,38	\$ 170.234,04	\$ 177.372,72	\$ 184.835,00	\$ 192.604,61
Ventas al Contado		\$ 114.475,76	\$ 119.284,03	\$ 124.285,95	\$ 129.515,23	\$ 134.959,33
Recaudo de Efectivo		\$ 44.972,62	\$ 50.950,00	\$ 53.086,77	\$ 55.319,77	\$ 57.645,28
(=) EFECTIVO DISPONIBLE	\$ 15.000,00	\$ 169.821,60	\$ 177.691,91	\$ 188.793,35	\$ 200.298,25	\$ 232.879,36
INVERSIÓN	\$ 35.862,22					
(-) SALIDAS DE EFECTIVO		\$ 162.363,73	\$ 166.271,27	\$ 173.330,10	\$ 160.023,50	\$ 161.317,13
Pago de Sueldos y Salarios		\$ 32.842,39	\$ 33.722,38	\$ 34.582,15	\$ 35.445,88	\$ 36.318,28
Pago de Servicios Básicos		\$ 1.255,68	\$ 1.285,80	\$ 1.316,63	\$ 1.348,20	\$ 1.380,53
Pago de Suministros de Oficina		\$ 368,00	\$ 376,82	\$ 385,86	\$ 395,11	\$ 404,59
Pago de Arriendo de local		\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Pago de Suministros de Limpieza		\$ 4.466,90	\$ 4.466,90	\$ 4.466,90	\$ 4.466,90	\$ 4.466,90
Pago de Marketing		\$ 327,50	\$ 335,35	\$ 343,40	\$ 351,63	\$ 360,06
Pago de Amortización		\$ 4.369,17	\$ 4.972,25	\$ 5.658,58	\$ 0,00	\$ 0,00
Pago de Materia Prima Contado		\$ 20.410,87	\$ 16.939,51	\$ 17.939,45	\$ 19.319,57	\$ 19.190,51
Pago de Proveedores		\$ 47.625,36	\$ 53.758,61	\$ 56.999,19	\$ 45.078,99	\$ 44.777,86
Pago de IVA		\$ 9.312,02	\$ 11.981,14	\$ 12.517,96	\$ 12.829,01	\$ 13.660,74
Pago de Obligaciones Financieras		\$ 1.695,75	\$ 1.092,66	\$ 406,33	\$ 0,00	\$ 0,00
Pago de Mano de Obra Directa		\$ 23.053,35	\$ 20.420,12	\$ 21.379,88	\$ 22.888,49	\$ 22.593,20
Pago de Mano de Obra Indirecta		\$ 9.466,49	\$ 9.715,89	\$ 9.964,30	\$ 10.212,71	\$ 10.461,12
Pago de Retenciones		\$ 629,97	\$ 580,09	\$ 601,22	\$ 646,62	\$ 646,51
Pago de Aportes		\$ 4.740,29	\$ 4.823,74	\$ 4.968,27	\$ 5.240,39	\$ 5.256,84
EFECTIVO NETO	-\$ 20.862,22	\$ 7.457,87	\$ 11.420,63	\$ 15.463,25	\$ 40.274,75	\$ 71.562,23
APORTACIÓN DE CAPITAL	\$ 20.862,22					
FLUJO ACUMULADO	\$ 0,00	\$ 7.457,87	\$ 18.878,50	\$ 34.341,75	\$ 74.616,50	\$ 146.178,73

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Tabla 42: Flujo neto de caja

FLUJO DE EFECTIVO NETO					
Inversion Inicial	2019	2020	2021	2022	2023
\$ (35.862,22)	\$ 7.457,87	\$ 11.420,63	\$ 15.463,25	\$ 40.274,75	\$ 71.562,23

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

El Flujo de efectivo para la Microempresa Jolu Sports es de gran importancia puesto que nos permitirá determinar las ingresos y salidas de dinero que la microempresa realiza por su actividad de producción y comercialización. Por lo tanto, se constituye este Estado Financiero para la toma de decisiones y nos permitirá evaluar el proyecto.

Además, con la presentación de este reporte financiero a la gerencia de la empresa, permitirá realizar un análisis de solvencia a través del cálculo del Valor Actual Neto (VAN), Índice de Rentabilidad (IR), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Costo-Beneficio (C/B) y Período de Recuperación de la Inversión (PRI), considerando un costo de oportunidad del 17,07%.

3.5.7 Presupuesto de Ingresos

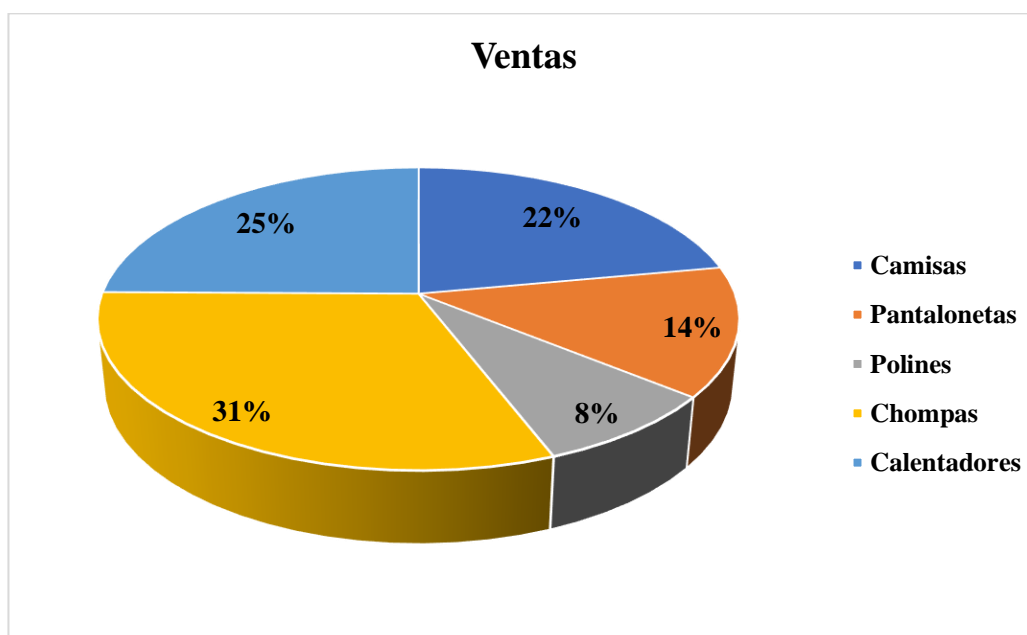
Tabla 43: Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
Período	2019	2020	2021	2022	2023
Camisas	\$ 32.224,00	\$ 33.576,00	\$ 34.984,00	\$ 36.456,00	\$ 37.984,00
Pantalinetas	\$ 20.140,00	\$ 20.985,00	\$ 21.865,00	\$ 22.785,00	\$ 23.740,00
Polines	\$ 12.084,00	\$ 12.591,00	\$ 13.119,00	\$ 13.671,00	\$ 14.244,00
Chompas	\$ 45.315,00	\$ 47.220,00	\$ 49.200,00	\$ 51.270,00	\$ 53.430,00
Calentadores	\$ 36.252,00	\$ 37.776,00	\$ 39.360,00	\$ 41.016,00	\$ 42.744,00
TOTAL	\$ 146.015,00	\$ 152.148,00	\$ 158.528,00	\$ 165.198,00	\$ 172.142,00

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

En esta tabla se puede apreciar los ingresos obtenidos por las ventas anuales de Camisas, pantalonetas, polines, chompas y calentadores que la Microempresa Jolu Sports ofrecerá al mercado deportivo dentro de la provincia de Santa Elena.

Gráfico 27: Ventas



Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

En el gráfico 27, se puede apreciar que el producto que más ingresos dará a la microempresa será las chompas con un 31%, seguido de los calentadores con un 25% porque poseen un mayor precio, con un 44% de los ingresos serán de la venta de camisas, pantalonetas y polines de acuerdo a la segmentación del mercado y el público objetivo que tendrá la microempresa Jolu Sports.

A continuación, se presenta el estado de resultado proyectado:

3.5.8 Estados de resultado proyectados

Tabla 44: Estado de resultados proyectados

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
Detalle	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos por Venta	\$ 146.015,00	\$ 152.148,00	\$ 158.528,00	\$ 165.198,00	\$ 172.142,00
Costo de Venta	\$ 81.372,37	\$ 86.304,68	\$ 90.067,64	\$ 93.199,92	\$ 97.172,32
Utilidad Bruta	\$ 64.642,63	\$ 65.843,32	\$ 68.460,36	\$ 71.998,08	\$ 74.969,68
Gastos Operacionales	\$ 38.776,66	\$ 39.703,44	\$ 40.611,12	\$ 41.307,24	\$ 42.229,88
Sueldos y Salarios	\$ 32.842,39	\$ 33.722,38	\$ 4.582,15	\$ 35.445,88	\$ 36.318,28
Servicios Básicos	\$ 1.255,68	\$ 1.285,80	\$ 1.316,63	\$ 1.348,20	\$ 1.380,53
Suministros de Oficina	\$ 368,00	\$ 376,82	\$ 385,86	\$ 395,11	\$ 404,59
Gastos de Arriendo	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Gasto de depreciación	\$ 2.183,09	\$ 2.183,09	\$ 2.183,09	\$ 1.966,41	\$ 1.966,41
Gasto de Marketing	\$ 327,50	\$ 335,35	\$ 343,40	\$ 351,63	\$ 360,06
Utilidad Operativa	\$ 25.865,97	\$ 26.139,88	\$ 27.849,23	\$ 30.690,85	\$ 32.739,80
Gastos Financieros	\$ 1.695,75	\$ 1.092,66	\$ 406,33	\$ -	\$ -
U. A. P. T. 15%	\$ 24.170,22	\$ 25.047,22	\$ 27.442,90	\$ 30.690,85	\$ 32.739,80
Participación Trabajadores	\$ 3.625,53	\$ 3.757,08	\$ 4.116,44	\$ 4.603,63	\$ 4.910,97
U. antes I e I 25%	\$ 20.544,69	\$ 21.290,13	\$ 23.326,47	\$ 26.087,22	\$ 27.828,83
Impuesto a la Renta	\$ 5.136,17	\$ 5.322,53	\$ 5.831,62	\$ 6.521,80	\$ 6.957,21
U. antes Reserva Legal 10%	\$ 15.408,52	\$ 15.967,60	\$ 17.494,85	\$ 19.565,41	\$ 20.871,62
Reserva Legal	\$ 1.540,85	\$ 1.596,76	\$ 1.749,49	\$ 1.956,54	\$ 2.087,16
Utilidad Neta del Ejercicio	\$ 13.867,66	\$ 14.370,84	\$ 15.745,37	\$ 17.608,87	\$ 18.784,46

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Uno de los Estados Financieros de vital importancia es el Estado de Resultado puesto que este reporte se detalla todos los ingresos o ventas realizadas por la microempresa frente a todos los costos, gastos, importes e impuestos ocasionados dentro de un determinado período. Por esta razón, el reporte financiero de la Microempresa Jolu Sports se hace referencia a las ventas obtenidas por la comercialización de camisas, pantalonetas, polines, chompas y calentadores frente al costo de venta, gastos realizados, los impuestos a la renta, participación de trabajadores y reserva legal.

3.5.9 Balance general proyectado

Tabla 45: Balance general proyectado

ACTIVO	2019	2020	2021	2022	2023
EFECTIVO					
Caja	\$ 7.457,87	\$ 1.139,76	\$ 1.543,21	\$ 4.019,36	\$ 7.141,80
Bancos	\$ -	\$ 10.280,87	\$ 13.920,04	\$ 36.255,39	\$ 64.420,42
Clientes	\$ 4.088,42	\$ 4.260,14	\$ 4.438,78	\$ 4.625,54	\$ 4.819,98
Inv. Final Materia Prima	\$ 2.922,13	\$ 2.563,87	\$ 2.690,30	\$ 2.893,80	\$ 2.885,03
Inv. Final Productos Terminados	\$ 24.978,17	\$ 40.051,29	\$ 57.929,35	\$ 64.007,51	\$ 65.296,32
Inv. Final Productos en Proceso	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 39.446,59	\$ 58.295,94	\$ 80.521,68	\$ 111.801,61	\$ 144.563,55
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO					
Equipos de producción/Maquinarias	\$ 19.224,00	\$ 19.224,00	\$ 19.224,00	\$ 19.224,00	\$ 19.224,00
Depreciación Acumulada	\$ 1.730,16	\$ 3.460,32	\$ 5.190,48	\$ 6.920,64	\$ 8.650,80
Muebles y Enseres	\$ 1.585,00	\$ 1.585,00	\$ 1.585,00	\$ 1.585,00	\$ 1.585,00
Depreciación Acumulada	\$ 142,65	\$ 285,30	\$ 427,95	\$ 570,60	\$ 713,25
Equipos de Oficina	\$ 940,00	\$ 940,00	\$ 940,00	\$ 940,00	\$ 940,00
Depreciación Acumulada	\$ 84,60	\$ 169,20	\$ 253,80	\$ 338,40	\$ 423,00
Equipos de Computación	\$ 975,00	\$ 975,00	\$ 975,00	\$ 975,00	\$ 975,00
Depreciación Acumulada	\$ 216,68	\$ 433,36	\$ 650,03	\$ 866,71	\$ 1.083,39
Equipos auxiliares	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Depreciación Acumulada	\$ 9,00	\$ 18,00	\$ 27,00	\$ 36,00	\$ 45,00
Edificio	\$ 1.515,00	\$ 1.515,00	\$ 1.515,00	\$ 1.515,00	\$ 1.515,00
TOTA ACTIVOS FIJOS	\$ 24.339,00	\$ 24.339,00	\$ 24.339,00	\$ 24.339,00	\$ 24.339,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00
TOTAL DE ACTIVO	\$ 64.935,59	\$ 83.784,94	\$ 106.010,68	\$ 137.290,61	\$ 170.052,55
PASIVO					
Préstamo Bancario	\$ 10.630,84	\$ 5.658,58	\$ -0,00	\$ -	\$ -
Cuentas Por Pagar	\$ 7.937,56	\$ 6.587,59	\$ 6.976,45	\$ 7.513,16	\$ 7.462,98
Iva Por Pagar	\$ 846,55	\$ 1.012,24	\$ 1.045,97	\$ 1.071,18	\$ 1.144,50
Retenciones Por Pagar	\$ 57,27	\$ 47,53	\$ 50,34	\$ 54,21	\$ 53,85
Aporte Por Pagar	\$ 430,94	\$ 399,35	\$ 415,36	\$ 438,64	\$ 438,02
Participación Trabajador por Pagar	\$ 3.625,53	\$ 7.382,62	\$ 11.499,05	\$ 16.102,68	\$ 21.013,65
Impuesto por Pagar	\$ 5.136,17	\$ 10.458,71	\$ 16.290,32	\$ 22.812,13	\$ 29.769,34
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 28.664,85	\$ 31.546,60	\$ 36.277,49	\$ 47.992,00	\$ 59.882,33
PATRIMONIO					
Capital	\$ 20.862,22	\$ 20.862,22	\$ 20.862,22	\$ 20.862,22	\$ 20.862,22
Reserva Legal	\$ 1.540,85	\$ 3.137,61	\$ 4.887,10	\$ 6.843,64	\$ 8.930,80
Utilidad del Ejercicio	\$ 13.867,66	\$ 28.238,51	\$ 43.983,87	\$ 61.592,74	\$ 80.377,21
TOTAL PATRIMONIO	\$ 36.270,74	\$ 52.238,34	\$ 69.733,19	\$ 89.298,60	\$ 110.170,23
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 64.935,59	\$ 83.784,94	\$ 106.010,68	\$ 137.290,61	\$ 170.052,55

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

La presentación del Estado de Situación Financiera de la Microempresa Jolu Sports, permitirá determinar el nivel de crecimiento en los años proyectados.

3.5.10 Indicadores financieros

Para una correcta toma de decisiones y para que se pueda cumplir los objetivos prospectos por la microempresa se debe considerar los siguientes indicadores financieros:

Tabla 46: Indicadores financieros

MICROEMPRESA "JOLU SPORTS"					
RAZONES FINANCIERAS					
INDICADORES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón de liquidez corriente	2,19	2,25	2,22	2,33	2,41
Índice de endeudamiento patrimonial	79%	60%	52%	54%	54%
Índice de endeudamiento del activo total	44%	38%	34%	35%	35%
Margen de utilidad bruta	44%	43%	43%	44%	44%
Margen de utilidad neta	9%	9%	10%	11%	11%
Rendimiento sobre los activos totales ROA	21%	17%	15%	13%	11%

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

3.6 Resultados

A continuación, se presenta los resultados, en la cual a través de indicadores permitirá determinar la factibilidad del negocio:

Tabla 47: Evaluación del proyecto

TMAR	17,07%
VAN	\$ 42.457,32
TIR	45,07%
C/B	2,18
PRI	3,10
CONDICIÓN DEL PROYECTO	ACEPTAR

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Tabla 48: Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	3,00	
MESES	0,10	1
DÍAS	0,180	5

Elaborado por: Zambrano Panezo Jose Luis

Para determinar la Factibilidad de la microempresa se considera los siguientes criterios:

- Considerando un costo de capital de 17,07% y el parámetro ideal para que un proyecto sea rentable es necesario indicar que el Valor Actual Neto debe ser siempre positivo. De la misma forma se determina que de acuerdo a los flujos netos obtenidos en el Flujo de Efectivo se establece un VAN de \$42.457,32 con respecto a la inversión total.
- Otro factor importante por tomar en cuenta para aceptar el proyecto se debe considerar que la Tasa Interna de Retorno debe ser superior que el Costo de Capital Promedio Ponderado ($TIR > CCPP$). Bajo este parámetro, se indica que el proyecto es viable ya que se obtiene como TIR el 45,07% y el negocio tendrá flujo de ingresos que permiten recuperar la inversión.
- Finalmente, a través del análisis financiero, la microempresa recuperará la inversión realizada dentro de tres años, un mes y cinco días, lo cual nos permitirá ya tener utilidades netas para la microempresa a partir del tercer año.

Conclusiones

- Como resultado de la investigación y especialmente en el estudio de mercado se concluye que la Microempresa Jolu Sports tendrá una gran oportunidad de penetrar el mercado de ropa deportiva, y con el análisis aplicado durante el transcurso del estudio se tiene la información necesaria para determinar la forma en la que la organización tenga éxito desde sus inicios, además podrá posicionarse con el fin de mejorar la competitividad en el cantón Santa Elena.
- A través del estudio financiero se definen puntos importantes para la toma de decisiones con respecto al funcionamiento de la empresa, los datos analizados muestran resultados positivos y márgenes de rentabilidad altos para el primer año de funcionamiento de la microempresa, y a medida que transcurra el tiempo, las utilidades serán cada vez más altas, por lo que se obtendrán más ganancias.
- A partir de la investigación realizada se concluye que sí es posible la creación de una microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva Jolu Sports en el cantón Santa Elena. Siempre y cuando se tengan en cuenta los factores de competitividad que permitan el buen desarrollo de las actividades, además de un continuo análisis de la demanda, los diferentes pronósticos, el cumplimiento con los tiempos de entrega y las especificaciones de los productos, la definición de políticas adecuadas bajo las cuales se va a dirigir la organización y análisis de los ingresos y egresos que presente la microempresa.

Recomendaciones

- Realizar un constante seguimiento a los factores de la microempresa que determinan la satisfacción de los clientes es de gran importancia a la hora de mantener un posicionamiento del negocio en el mercado, para asegurar la competitividad de este y permitir un crecimiento provechoso en el futuro. Y para Jolu Sports lo más importantes es un cliente satisfecho.
- Es importante llevar un manejo eficiente de los diferentes procesos que hace la microempresa al momento de la producción y además innovar con miras a un mejoramiento continuo que permita un funcionamiento más organizado, eficiente y eficaz, de tal manera, de no dejar a un lado la calidad en la confección de las prendas deportivas, con el fin de optimizar los distintos tipos de costos en los que se incurren.
- Para la creación de una microempresa se deben tener en cuenta los principales estudios como el de mercados, el técnico, el organizacional y el financiero. De este modo se pueden determinar cada uno de los aspectos que conforman el funcionamiento eficaz de una organización, desde las diferentes formas de aumentar la demanda de producto, hasta el análisis de todas los ingresos y egresos de dinero que se puedan presentar durante el ejercicio de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- AITE. (2017). *ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS TEXTILES DEL ECUADOR*.
Obtenido de <http://www.aite.com.ec/industria.html>
- Apolinario Yagual, E. (2019). *Creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva, como agente de desarrollo económico del sector artesanal del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena*. La Libertad, Santa Elena, Ecuador.
- Arechavaleta Vásquez, E. (2015). Estrategias de comercialización. 169-195.
- Arévalo Orejuela , S. P. (2017). *Articuloz Deportivos*. Obtenido de <http://www.articuloz.com/deporte-articulos/la-ropa-de-deporte-4488771.html>
- Arias contreras, M. (2017). *Propuesta de estrategias de Comercialización para incrementar la participación de mercado de una empresa*. Riobamba.
- Arias, F. G. (2016). *El proyecto de Investigación, Introducción a la metodología científica* (7ma Edición ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Baca Urbina, G. (2016). *Evaluacion de Proyectos* (Octava edición ed.). Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Cano Flores, M., & Olivera Gómez, D. (2017). *Rentabilidad y competitividad en las PYMES*. Bogotá: Holguin.
- Chang Figueroa, J. J. (2014). *Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos (Tesis de pregrado)*. Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango. Campus de Quetzaltenango: Repositorio . Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos* (Segunda Edicion ed.). Bogota, Colombia: ECOE Ediciones.

Diccionario de Marketing Cultural. (s.f.).

El Comercio. (Marzo de 2017). Sector textil es el segundo de Ecuador que genera más empleo. Quito, Pichincha, Ecuador.

Fischer , L., & Espejo, J. (2017). *Mercadotécnica*. México: MCgrawHill.

Gallardo , D., & Maldonado, V. (2016). *Proyectos Organizacionales*. Buenos Aires: Maipue.

Gutiérrez de Piñeres, A. (2017). *Creación de empresa para comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Bogotá*. Bogotá, Colombia.

ie University. (20 de 4 de 2017). *ie Reinventing Higher Education*. Obtenido de <https://www.ie.edu/es/relaciones-corporativas/insights/la-ropa-deportiva-se-abre-paso-negocio-la-moda/>

Magalhaes Pezo, M. G. (2019). *El mercado*. Iquitos, Perú: Universidas Nacional de la Amazonia Peruana.

MIPRO. (2011). Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/bc0c28zhw1qd44db7yorlux67pdzje.pdf>

Monferrer Tirado, D. (2016). *Fundamentos de Marketing*. España: Campus de Riu.

Monterroso, E. (2016). *Competitividad y estrategia: Conceptos, fundamentales y relaciones*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Luján.

Organización Internacional del Trabajo. (2016). El recurso humano y la productividad. *IMESUN*, 3.

Pérez Aguilera , F. (2015). *Planificación e Iniciativa Emprendedora en pequeños negocios o microempresas*. Madrid: CEP.

- Pérez, Á. N. (2015). *La microempresa en el estado de Tabasco: México: propuesta de un modelo de visión integradora del mercadeo moderno (VIMM) para su creación y promoción*. México: Universitaria.
- Prieto García , M., Álvarez Martínez, J., & Herráez Vidal, P. (2017). *Empresa e Iniciativa Emprendedora*. MacMillan Profesional.
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión, Formulación y evaluación* (Segunda edición ed.). Santiago de Chile, Chile: Pearson Educación.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Comportamiento del Consumidor* (11 ed.). México: Pearson Educación.
- Schumpeter, J. (s.f.). *Innovación a la literatura económica*.
- Urbano, D., & Toledano, N. (2014). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. UOC.
- Varela Villegas, R. (2010). *Evaluación Económica de Proyectos de Inversión*. México: Norma.
- Walsh Ochoa, J. G. (2018). *Modelo de Negocio para la creación y comercialización de la marca deportiva "Skill" para la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: UG.

Anexos

Anexo N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Creación de una microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva “Jolu Sport”, en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2018

Problema	Objetivo	Idea a defender	Variables	Indicadores	
General	General				
¿De qué manera la creación de la microempresa “Jolu Sport” logrará mejorar la competitividad del sector de ropa deportiva del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena?	Determinar como la creación de la microempresa “Jolu Sport”, logrará mejorar la competitividad del sector de ropa deportiva en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.	La creación de la empresa "Jolu Sport", logrará mejorar la competitividad del sector de ropa deportiva del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.	Creación de una microempresa de fabricación y comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Demanda ✓ Productividad ✓ Oferta ✓ Comercialización ✓ Rentabilidad ✓ Financiamiento 	
Específicos	Tareas científicas				
¿Cuáles son las condiciones del mercado que determinan la creación de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva?	Realizar un estudio de mercado basado en la aplicación de encuestas para conocer la aceptación que se tendrá ante los posibles clientes potenciales		Competitividad		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Innovación ✓ Tecnología ✓ Satisfacción del cliente ✓ Cambios en el mercado
¿Cuál será la rentabilidad con la creación de una microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva?	Elaborar el estudio financiero con el fin de conocer la rentabilidad de la microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva.				
¿Logrará mejorar la competitividad del sector de ropa deportiva con la creación de la microempresa “Jolu Sport” en el cantón Santa Elena?	Determinar la viabilidad con la creación de la microempresa “Jolu Sport” para lograr la competitividad del sector de ropa deportiva en el cantón Santa Elena.				

Fuente: Libro de Metodología de la Investigación (Sampieri, 2015)

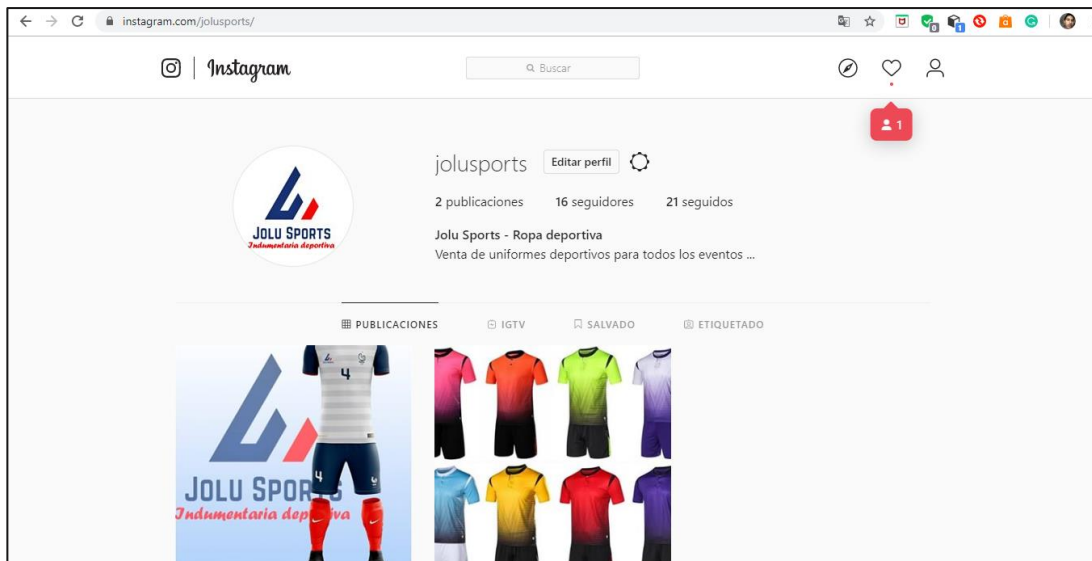
Elaborado por: Jose Luis Zambrano

Anexos N° 2 Fan Page “Tienda online” - Facebook



Elaborado por: Jose Luis Zambrano

Anexo N° 3 Instagram



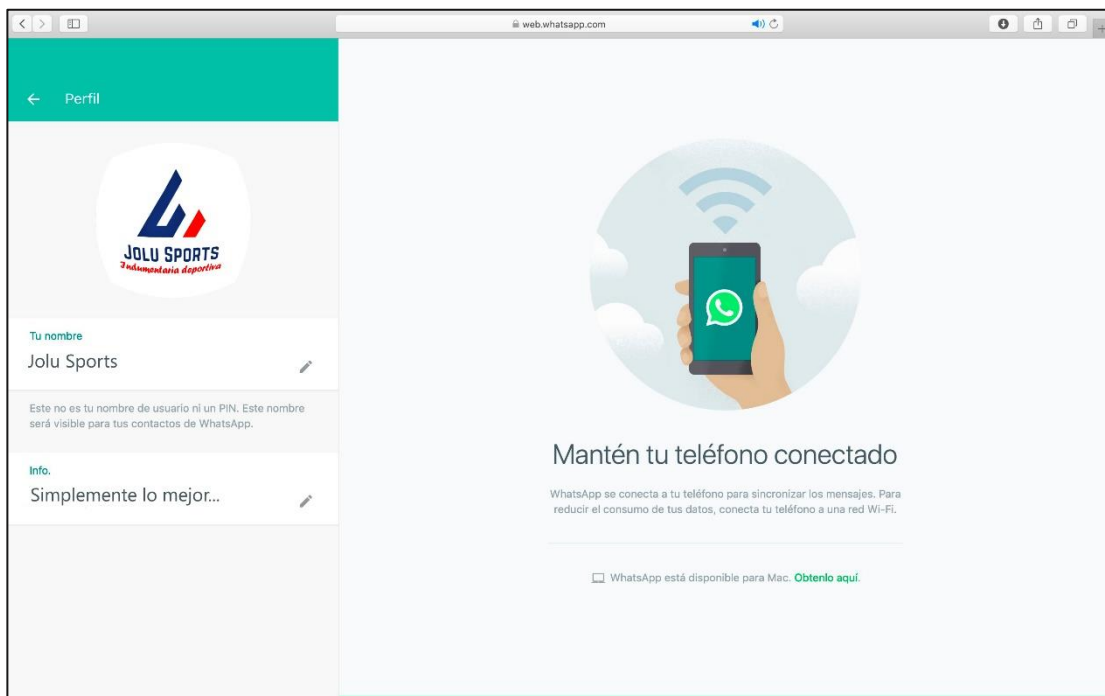
Elaborado por: Jose Luis Zambrano

Anexo N° 4 Tarjeta de presentación



Elaborado por: Jose Luis Zambrano

Anexo N° 5 Whatsapp Business



Elaborado por: Jose Luis Zambrano

Anexo N°.....: VALIDACIÓN CUESTIONARIO

Anexo N°.....: Ficha del informe de opinión de expertos

I. DATOS GENERALES: Ing. Jairo Cedeño Pincargote

- 1.1. Apellidos y nombres del informante:
- 1.2. Institución educativa: Universidad Estatal Península de Santa Elena
- 1.3. Título de la investigación: Creación de una microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva "Jolu Sport" en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2018.
- 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario y guía de entrevistas.
- 1.5. Autor del instrumento: Jose Luis Zambrano Panezo
- 1.6. Alumno de: Administración de Empresas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.				✓	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					✓
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.				✓	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					✓

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

96

Lugar y fecha: 06/08/2019, La Libertad

Firma del Experto Informante

C.I. 130565851 / Teléfono N° 0988400231

Anexo N°.....: VALIDACIÓN CUESTIONARIO

Anexo N°.....: Ficha del informe de opinión de expertos

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: *Ing. Manuel Serrano Luyo*
 1.2. Institución educativa: Universidad Estatal Península de Santa Elena
 1.3. Título de la investigación: Creación de una microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva "Jolu Sport" en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2018.
 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario y guía de entrevistas.
 1.5. Autor del instrumento: Jose Luis Zambrano Panezo
 1.6. Alumno de: Administración de Empresas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Exce-lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					<i>JOL</i>
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					<i>JOL</i>
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					<i>JOL</i>
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					<i>JOL</i>
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					<i>JOL</i>
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					<i>JOL</i>
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					<i>JOL</i>
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					<i>JOL</i>
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					<i>JOL</i>
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					<i>JOL</i>

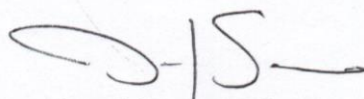
III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

JOL

Lugar y fecha: *Joliberdad, 15 Agosto 2019*



Firma del Experto Informante

C.I. *0914388152*... Teléfono N° *099 0466633*



Anexo N° 8 Formato de la encuesta

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



Encuestas sobre la “Creación de una microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva “Jolu Sports” en el Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2018”.

Objetivo: Obtener información relevante para conocer la factibilidad de crear una microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva “Jolu Sports” en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

Fecha..... **Cantón**..... **Número de Encuesta**.....

INSTRUCCIONES:

Lea o escuche atentamente al cuestionamiento para responder de acuerdo a su conocimiento de forma sincera.

- La encuesta consta de 15 preguntas
- Si tiene alguna duda consulte al encuestador
- La información que proporcione es confidencial
- Los resultados de la encuesta son solamente para fines académicos
- Escoja la respuesta que considere necesaria
- Marque con una X ó √

DATOS DEMOGRÁFICOS

1.- Edad:

15 – 24 años	
25 – 34 años	
35 – 44 años	
45 – 54 años	
55 – 64 años	

2.- Género:

Masculino	
Femenino	

3.- Estado Civil

Soltero(a)	
Casado(a)	
Viudo(a)	
Divorciado(a)	

<p>4.- ¿Considera usted viable la creación de una microempresa de fabricación de prendas deportivas, para fomentar el crecimiento socioeconómico en la provincia?</p> <table border="1" data-bbox="315 489 651 667"> <tr><td>Definitivamente no</td><td></td></tr> <tr><td>Probablemente no</td><td></td></tr> <tr><td>Indeciso</td><td></td></tr> <tr><td>Probablemente sí</td><td></td></tr> <tr><td>Definitivamente sí</td><td></td></tr> </table>	Definitivamente no		Probablemente no		Indeciso		Probablemente sí		Definitivamente sí		<p>5.- Para la práctica de las actividades deportivas ¿estaría dispuesto adquirir ropa deportiva en una nueva tienda?</p> <table border="1" data-bbox="862 485 1198 663"> <tr><td>Definitivamente no</td><td></td></tr> <tr><td>Probablemente no</td><td></td></tr> <tr><td>Indeciso</td><td></td></tr> <tr><td>Probablemente sí</td><td></td></tr> <tr><td>Definitivamente sí</td><td></td></tr> </table>	Definitivamente no		Probablemente no		Indeciso		Probablemente sí		Definitivamente sí					
Definitivamente no																									
Probablemente no																									
Indeciso																									
Probablemente sí																									
Definitivamente sí																									
Definitivamente no																									
Probablemente no																									
Indeciso																									
Probablemente sí																									
Definitivamente sí																									
<p>6.- Ingresos mensuales:</p> <table border="1" data-bbox="315 762 659 940"> <tr><td>< \$394</td><td></td></tr> <tr><td>\$395 - \$595</td><td></td></tr> <tr><td>\$596 – \$796</td><td></td></tr> <tr><td>\$797 - \$997</td><td></td></tr> <tr><td>>\$998</td><td></td></tr> </table>	< \$394		\$395 - \$595		\$596 – \$796		\$797 - \$997		>\$998		<p>7.- ¿Con qué frecuencia adquiere usted ropa deportiva?</p> <table border="1" data-bbox="862 762 1304 940"> <tr><td>Una vez al año</td><td></td></tr> <tr><td>Dos veces al año</td><td></td></tr> <tr><td>Tres veces al año</td><td></td></tr> <tr><td>Cuatro veces al año</td><td></td></tr> <tr><td>Más de cinco veces al año</td><td></td></tr> </table>	Una vez al año		Dos veces al año		Tres veces al año		Cuatro veces al año		Más de cinco veces al año					
< \$394																									
\$395 - \$595																									
\$596 – \$796																									
\$797 - \$997																									
>\$998																									
Una vez al año																									
Dos veces al año																									
Tres veces al año																									
Cuatro veces al año																									
Más de cinco veces al año																									
<p>8.- ¿Cuántas personas de su círculo familiar usan ropa deportiva?</p> <table border="1" data-bbox="315 1056 659 1234"> <tr><td>De 1 a 3</td><td></td></tr> <tr><td>De 4 a 6</td><td></td></tr> <tr><td>De 7 a 9</td><td></td></tr> <tr><td>De 10 a 12</td><td></td></tr> <tr><td>Más de 12</td><td></td></tr> </table>	De 1 a 3		De 4 a 6		De 7 a 9		De 10 a 12		Más de 12		<p>9.- ¿Cuál o cuáles de los siguientes factores considera importante de una microempresa, al momento de comprar ropa deportiva? Puede escoger más de una opción.</p> <table border="1" data-bbox="862 1146 1304 1325"> <tr><td>Precio</td><td></td></tr> <tr><td>Calidad</td><td></td></tr> <tr><td>Rendimiento</td><td></td></tr> <tr><td>Eficiencia</td><td></td></tr> <tr><td>Otro ¿Cuál? _____</td><td></td></tr> </table>	Precio		Calidad		Rendimiento		Eficiencia		Otro ¿Cuál? _____					
De 1 a 3																									
De 4 a 6																									
De 7 a 9																									
De 10 a 12																									
Más de 12																									
Precio																									
Calidad																									
Rendimiento																									
Eficiencia																									
Otro ¿Cuál? _____																									
<p>10.- ¿Qué marca de ropa deportiva utiliza? Puede escoger más de una opción.</p> <table border="1" data-bbox="315 1539 808 1791"> <tr><td>Marathon</td><td></td></tr> <tr><td>Adidas</td><td></td></tr> <tr><td>Nike</td><td></td></tr> <tr><td>Puma</td><td></td></tr> <tr><td>Umbro</td><td></td></tr> <tr><td>De casas deportivas (sin marca)</td><td></td></tr> <tr><td>Otro ¿Cuál? _____</td><td></td></tr> </table>	Marathon		Adidas		Nike		Puma		Umbro		De casas deportivas (sin marca)		Otro ¿Cuál? _____		<p>11.- ¿Está de acuerdo con la oferta actual de las empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de ropa deportiva?</p> <table border="1" data-bbox="862 1570 1198 1749"> <tr><td>Definitivamente no</td><td></td></tr> <tr><td>Probablemente no</td><td></td></tr> <tr><td>Indeciso</td><td></td></tr> <tr><td>Probablemente sí</td><td></td></tr> <tr><td>Definitivamente sí</td><td></td></tr> </table>	Definitivamente no		Probablemente no		Indeciso		Probablemente sí		Definitivamente sí	
Marathon																									
Adidas																									
Nike																									
Puma																									
Umbro																									
De casas deportivas (sin marca)																									
Otro ¿Cuál? _____																									
Definitivamente no																									
Probablemente no																									
Indeciso																									
Probablemente sí																									
Definitivamente sí																									

<p>12.- ¿En qué establecimientos adquiere ropa deportiva? Puede escoger más de una opción.</p> <table border="1"> <tr><td>Centros comerciales</td><td></td></tr> <tr><td>Casas deportivas</td><td></td></tr> <tr><td>Locales de ropa</td><td></td></tr> <tr><td>Ferias de ropa</td><td></td></tr> <tr><td>Otro ¿Cuál? _____</td><td></td></tr> </table>	Centros comerciales		Casas deportivas		Locales de ropa		Ferias de ropa		Otro ¿Cuál? _____		<p>13.- En promedio ¿cuánto invierte en la adquisición de ropa deportiva mensualmente?</p> <table border="1"> <tr><td>De \$ 1 a \$25</td><td></td></tr> <tr><td>De \$26 a \$ 50</td><td></td></tr> <tr><td>De \$51 a \$75</td><td></td></tr> <tr><td>De \$76 a \$100</td><td></td></tr> <tr><td>Más de \$100</td><td></td></tr> </table>	De \$ 1 a \$25		De \$26 a \$ 50		De \$51 a \$75		De \$76 a \$100		Más de \$100			
Centros comerciales																							
Casas deportivas																							
Locales de ropa																							
Ferias de ropa																							
Otro ¿Cuál? _____																							
De \$ 1 a \$25																							
De \$26 a \$ 50																							
De \$51 a \$75																							
De \$76 a \$100																							
Más de \$100																							
<p>14.- ¿En qué redes sociales le parecería más eficiente recibir información sobre ropa deportiva? Puede escoger más de una opción.</p> <table border="1"> <tr><td>Facebook</td><td></td></tr> <tr><td>Whatsapp</td><td></td></tr> <tr><td>Instagram</td><td></td></tr> <tr><td>Twitter</td><td></td></tr> <tr><td>Correo electrónico</td><td></td></tr> <tr><td>Ninguno</td><td></td></tr> </table>	Facebook		Whatsapp		Instagram		Twitter		Correo electrónico		Ninguno		<p>15.- ¿Considera usted que la venta de ropa deportiva por catálogos es una buena estrategia de comercialización?</p> <table border="1"> <tr><td>Definitivamente no</td><td></td></tr> <tr><td>Probablemente no</td><td></td></tr> <tr><td>Indeciso</td><td></td></tr> <tr><td>Probablemente sí</td><td></td></tr> <tr><td>Definitivamente sí</td><td></td></tr> </table>	Definitivamente no		Probablemente no		Indeciso		Probablemente sí		Definitivamente sí	
Facebook																							
Whatsapp																							
Instagram																							
Twitter																							
Correo electrónico																							
Ninguno																							
Definitivamente no																							
Probablemente no																							
Indeciso																							
Probablemente sí																							
Definitivamente sí																							

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



Anexo N° 9 Formato de la entrevista

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



Buenos días/tardes, mi nombre es Jose Luis Zambrano Panezo, estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). Actualmente me encuentro realizando mi Proyecto de titulación.

La presente entrevista es con fines de investigación. La información que nos proporcione es totalmente confidencial y anónima. Una vez más, gracias por su colaboración.

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

1. ¿Cómo inicio usted en el negocio de ropa deportiva?

.....
.....
.....

2. ¿Qué opina usted del crecimiento comercial en el sector de fabricación y venta de ropa deportiva en la provincia de Santa Elena?

.....
.....
.....

3. ¿Considera usted que existen oportunidades de emprender en este negocio de fabricación y comercialización de prendas deportivas en la provincia de Santa Elena?

.....
.....
.....

4. ¿Cuál es su percepción acerca del ingreso de nuevos competidores en el sector de fabricación y comercialización de prendas deportivas en la provincia de Santa Elena?

.....
.....
.....

5. ¿Considera que su microempresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva aporta con el crecimiento socioeconómico de la provincia de Santa Elena?

.....
.....
.....

6. ¿Su emprendimiento como tal, ha generado nuevas fuentes de empleos e ingresos, para fortalecer la economía en la provincia de Santa Elena?

.....
.....
.....

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 utiliza usted?

.....
.....
.....

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

.....
.....
.....

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo N° 10 Evidencia Fotográfica



Entrevista al propietario de RAMP Sports