



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO**

TEMA: MODELO Y SIMULACIÓN DE NEGOCIOS

TÍTULO:

**DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE INDUMENTARIA DEPORTIVA
UTILIZANDO LA METODOLOGÍA CANVAS**

AUTORES:

MINDIOLAZA MACÍAS ERICKA ANALÍA

MIRANDA RODRÍGUEZ JOSHELYN TATIANA

TUTORA:

CPA. MÓNICA CRIOLLO ALTAMIRANO

GUAYAQUIL, OCTUBRE 2020



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
Proyecto de investigación

TEMA:

**DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA
 CONFECCIÓN DE INDUMENTARIA DEPORTIVA UTILIZANDO LA METODOLOGÍA
 CANVAS**

Trabajo de investigación presentado por:

Mindiolaza Macías Ericka Analía

Miranda Rodríguez Joshelyn Tatiana

Aprobado en su estilo y contenido por el Tribunal de Sustentación:

JAIME FERNANDO
 VILLACIS VARGAS

Firmado digitalmente por JAIME
 FERNANDO VILLACIS VARGAS
 Fecha: 2020.12.03 05:52:01 -05'00'

ING. VILLACÍS VARGAS JAIME FERNANDO
Presidente del Tribunal

ING. DUQUE ALDAZ FRANCISCO JAVIER
Tribunal Principal

ING. LOPEZDOMINGUEZ RIVAS DIXIE MARISOL
Tribunal Principal

CPA. CRIOLLO ALTAMIRANO MÓNICA ELIZABETH
Director(a) del trabajo de Investigación

Fecha finalización del trabajo de titulación: (octubre-2020)

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN		
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE INDUMENTARIA DEPORTIVA UTILIZANDO LA METODOLOGÍA CANVAS	
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	MINDIOLAZA MACÍAS ERICKA ANALÍA MIRANDA RODRÍGUEZ JOSHELYN TATIANA	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	TUTOR: CPA. CRIOLLO ALTAMIRANO MÓNICA ELIZABETH REVISOR: ING. DUQUE ALDAZ FRANCISCO JAVIER	
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	
UNIDAD/FACULTAD:	FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA	
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	TERCER NIVEL	
GRADO OBTENIDO:	CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO	
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS: 146
ÁREAS TEMÁTICAS:	EMPRENDIMIENTO	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Modelo de Negocio CANVAS, Fabricación nacional, Indumentaria.	
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): El modelo de negocios planteado se trata sobre la fabricación y comercialización nacional de indumentaria deportiva utilizando como guía la metodología CANVAS.		
ADJUNTO PDF:	SI	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES: MINDIOLAZA MACÍAS ERICKA ANALÍA MIRANDA RODRÍGUEZ JOSHELYN TATIANA	Teléfono: 0987824569 0969971454	E-mail: ericka.mindiolazam@ug.edu.ec joshelyn.mirandar@ug.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	
	Teléfono: 2280086-2284505	
	E-mail:	



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

INFORME DEL DOCENTE REVISOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Guayaquil, 16 de octubre de 2020

LCDO. RICARDO FERNÁNDEZ ARGUELLES, MBA
DIRECTOR DE LA CARRERA DE ISCE-IP
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. –

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación **Diseño de un Modelo de Negocio para una microempresa dedicada a la Confección de Indumentaria Deportiva utilizando la Metodología Canvas** de las estudiantes: **Ericka Analía Mindiolaza Macías, CC.: 0951074616**, y **Joshelyn Tatiana Miranda Rodriguez, CC.: 0926844879**.

Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

El título tiene un máximo de 20 palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.

La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.

Los soportes teóricos son de máximo 5 años. La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

El trabajo es el resultado de una investigación.

El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.

El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.

El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

ING. FRANCISCO JAVIER DUQUE ALDAZ

C.I. 0913791497

FECHA: 16 de octubre de 2020



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **CPA. ELIZABETH MÓNICA CRIOLLO ALTAMIRANO**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **ERICKA ANALÍA MINDIOLAZA MACÍAS**, CC.: **0951074616**, Y **JOSHELYN TATIANA MIRANDA RODRÍGUEZ**, CC.: **0926844879**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO**.

Se informa que el trabajo de titulación: “**DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE INDUMENTARIA DEPORTIVA UTILIZANDO LA METODOLOGÍA CANVAS**”, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el Programa Antiplagio URKUND quedando el 2% coincidencia.



Document Information

Analyzed document	Tesis Mindiolaza-Miranda 2020-2021.docx (D80614368)
Submitted	10/4/2020 4:37:00 AM
Submitted by	Monica Criollo Altamirano
Submitter email	monica.criolloa@ug.edu.ec
Similarity	2%
Analysis address	monica.criolloa.ug@analysis.urkund.com

<https://secure.urkund.com/view/77122338-803301-468146#/>

CPA. MÓNICA CRIOLLO ALTAMIRANO
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN
C.I.: 091315357-3



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO**

CERTIFICADO DEL DOCENTE TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Guayaquil, 07 de octubre del 2020

LCDO. RICARDO FERNÁNDEZ ARGUELLES, MBA
DIRECTOR DE LA CARRERA DE ISCE-IP
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. –

De mis consideraciones:

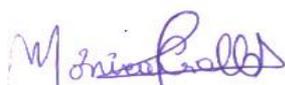
Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación “**DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE INDUMENTARIA DEPORTIVA UTILIZANDO LA METODOLOGÍA CANVAS**” de las estudiantes: **ERICKA ANALÍA MINDIOLAZA MACÍAS Y JOSHELYN TATIANA MIRANDA RODRÍGUEZ** indicando que han cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que las estudiantes **ERICKA ANALÍA MINDIOLAZA MACÍAS Y JOSHELYN TATIANA MIRANDA RODRÍGUEZ** están aptos para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,



C.P.A. MÓNICA CRIOLLO ALTAMIRANO
C.I.: 0913153573



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO
COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Nosotros, **ERICKA ANALÍA MINDIOLAZA MACÍAS** con C.I. **0951074616** y **JOSHELYN TATIANA MIRANDA RODRÍGUEZ** con C.I. **0926844879**, respectivamente, certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE INDUMENTARIA DEPORTIVA UTILIZANDO LA METODOLOGÍA CANVAS” son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizamos el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

ERICKA ANALÍA MINDIOLAZA MACÍAS
C.I. No. 0951074616

JOSHELYN TATIANA MIRANDA RODRÍGUEZ
C.I. No. 0926844879

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Dedicatoria

Dedico este proyecto a Dios por haberme ayudado en todo tiempo y nunca haberme abandonado, usted es quién día a día me motivó a continuar en este camino del éxito.

A mi padre Emiliano Mindiolaza Ordoñez y a mi madre Carmen Macías Carranza, quienes me han apoyado incondicionalmente en la parte moral y económica, gracias a Dios y a ustedes seré una profesional los amo.

A mis hermanas Génesis y Alison que han estado siempre cuando las he necesitado.

A mi Abuelita Irene por aconsejarme y animarme siempre, la amo mucho, también te lo dedico a ti Abuelita Magdalena físicamente no estás con nosotros y eso nos duele mucho, pero en mi mente aún están presente tus consejos y estoy segura que estuvieras demasiado feliz al verme ser una profesional.

A toda mi familia que es lo mejor y más valioso que Dios me ha concedido.

Ericka Analía Mindiolaza Macías

Agradecimiento

Agradezco al creador de mi vida JESÚS, puedo decir que su amor y su bondad no tienen fin, me permites sonreír ante este logro que es resultado de tu ayuda, muchas gracias Señor por nunca abandonarme todo lo que soy se lo debo a usted.

Gracias padres: Emiliano y Carmen, por brindarme su amor, apoyo incondicional y sacrificio durante todos estos años, gracias a ustedes me he convertido en esta clase de ser humano, gracias por confiar y creer en mis expectativas. Es un orgullo y privilegio poder ser su hija, sin duda alguna puedo decir que tengo a los mejores padres.

Gracias a la institución Universidad de Guayaquil, a los docentes quienes impartieron sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera especial, a nuestra tutora la CPA. Mónica Criollo Altamirano, quien nos ha guiado con mucha paciencia durante el desarrollo del proyecto.

Gracias Familia y amigos que estuvieron involucrados durante toda mi carrera profesional.

Ericka Analía Mindiolaza Macías

Dedicatoria

Este proyecto se lo dedico en primer lugar a Dios, él fue es y será mi motor para salir adelante, quien me brindó las fuerzas necesarias para nunca rendirme y con éxito alcanzar mi propósito.

A mi padre Jorge Miranda Valarezo y a mi madre Dalila Rodríguez Vargas porque fueron mi apoyo incondicional en lo personal y económicamente, ellos fueron quienes me inculcaron valores desde pequeña, me enseñaron que con esfuerzo y perseverancia se logran cada uno de nuestros objetivos, los amo con mi vida.

Esto se lo dedico también a mi abuela Chabela quien me cuidó como su hija y su anhelo era que fuera una profesional, no está físicamente conmigo para celebrarlo, pero sé que estará feliz de saber que cumplí mi promesa.

A toda mi familia y a esa personita especial que estuvo conmigo en esta larga travesía. Mi familia es donde mi vida comienza y mi amor nunca termina.

Joshelyn Tatiana Miranda Rodríguez

Agradecimiento

Agradecida totalmente con Dios, él me sostuvo en cada obstáculo de mi vida, me brindó fortaleza y gracias a él he llegado a cumplir mi meta.

Gracias padres por todo lo que me han ayudado, son mi ejemplo a seguir y estoy enormemente agradecida con ustedes.

Gracias a mi familia y amigos quienes me brindaron su apoyo y están conmigo en las dificultades y logros.

A mis docentes por enseñarme lo aprendido en esta hermosa carrera y a mi tutora CPA. Mónica Criollo Altamirano quien con paciencia y optimismo nos ayudó a realizar la tesis y poder terminar la carrera de Ingeniería de sistemas de calidad y emprendimiento.

Joshelyn Tatiana Miranda Rodríguez

Tabla de contenido

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	¡Error! Marcador no definido.
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS.....	vii
Dedicatoria	viii
Agradecimiento.....	ix
Dedicatoria	x
Agradecimiento.....	xi
Tabla de contenido	xii
Índice de figuras	xv
Índice de tablas	xvii
Índice de anexos	xix
Resumen	xx
Abstract.....	xxi
Introducción.....	1
CAPÍTULO I	3
1. Planteamiento del Problema.....	3
1.1 Diagnóstico	3
1.2 Pronóstico	6
1.3 Control al Pronóstico	7
1.4 Formulación del Problema	8
1.5 Sistematización del Problema	8
1.6 Objetivos	9
1.6.1 Objetivo General	9
1.6.2 Objetivos Específicos	9
1.7 Justificación.....	9
1.7.1 Justificación Teórica	9
1.7.2 Justificación Metodológica.....	10
1.7.3 Justificación Práctica	11

1.8	Delimitación del Problema	11
1.8.1	Espacio	11
1.8.2	Tiempo.....	12
1.8.3	Universo	12
1.9	Hipótesis.....	12
1.9.1	Hipótesis General	12
1.9.2	Hipótesis Particulares	12
1.10	Variables	13
1.10.1	Variable Dependiente.....	13
1.10.2	Variable Independiente.....	13
1.11	Operacionalización de Variables.....	14
CAPÍTULO II		15
2.	Marco Referencial.....	15
2.1	Antecedentes.....	15
2.2	Marco Teórico.....	15
2.3	Marco Conceptual.....	32
2.4	Marco Contextual.....	34
2.5	Marco Legal	34
CAPÍTULO III		35
3.	Marco Metodológico	35
3.1	Tipos de investigación.....	35
3.1.1	Investigación aplicada.....	36
3.1.2	Investigación descriptiva.....	36
3.1.3	Investigación explicativa	36
3.1.4	Investigación documental	37
3.2	Diseño de la investigación.....	37
3.3	Población y muestra	37
3.4	Muestreo	38
3.4.1	Muestra.....	38
3.4.2	Cálculo de la Muestra.....	38
3.5	Técnicas e instrumentos de investigación	39
3.5.1	Encuestas.....	39
3.5.2	Análisis del Resultado de las Encuestas	39

CAPÍTULO IV.....	53
4. Propuesta.....	53
4.1 Objetivo de la Propuesta	53
4.2 Información General de la Microempresa “Moda Deportiva S.A”	53
4.2.1 Nombre y Slogan de la Microempresa	53
4.2.2 Logotipo de la Microempresa.....	53
4.2.3 Quienes Somos.....	53
4.2.4 Ubicación Geográfica	54
4.3 Estructura Organizacional	54
4.3.1 Misión.....	55
4.3.2 Visión	55
4.3.3 Valores Corporativos	56
4.3.4 Objetivos Estratégicos	57
4.3.5 Organigrama Organizacional	58
4.4 Lienzo de la Propuesta de Valor	59
4.5 Modelo De Negocio CANVAS	60
4.5.1 Segmento de Clientes.....	61
4.5.2 Propuesta de valor.....	61
4.5.3 Canales.....	62
4.5.4 Relación con los clientes	63
4.5.5 Aliados claves.....	63
4.5.6 Actividades claves	64
4.5.7 Recursos claves.....	64
4.5.8 Estructura de costes.....	65
4.5.9 Flujo de ingresos.....	87
Conclusiones.....	96
Recomendaciones	97
Bibliografía.....	98
Anexos	102
Anexos	102

Índice de figuras

Figura 1	<i>Modelo de negocio CANVAS</i>	16
Figura 2	<i>Características de una Microempresa</i>	18
Figura 3	<i>Tipos de Emprendimiento</i>	19
Figura 4	<i>Actividades del Sector Textil</i>	20
Figura 5	<i>Evolución de la Indumentaria</i>	22
Figura 6	<i>Tipos de Factibilidad</i>	23
Figura 7	<i>Lienzo de la Propuesta de valor</i>	26
Figura 8	<i>Proceso de Investigación de mercados</i>	27
Figura 9	<i>Toma de decisiones</i>	28
Figura 10	<i>Confección</i>	29
Figura 11	<i>Maquinaria</i>	31
Figura 12	<i>Modelo de Negocio</i>	32
Figura 13	<i>Tipos de Investigación</i>	35
Figura 14	<i>Género</i>	40
Figura 15	<i>Edad</i>	41
Figura 16	<i>Sector</i>	42
Figura 17	<i>Pregunta 1. ¿Actualmente usted práctica algún tipo de deporte?</i>	43
Figura 18	<i>Pregunta 2. ¿Para la práctica deportiva con qué frecuencia utiliza indumentarias deportivas?</i>	44
Figura 19	<i>Pregunta 3. ¿Qué tipo de indumentaria deportiva usaría al momento de realizar deporte?</i>	45
Figura 20	<i>Pregunta 4. ¿Estaría dispuesto a adquirir prendas deportivas de fabricación nacional con la calidad de un producto importado?</i>	46
Figura 21	<i>Pregunta 5. ¿Qué tipo de tela le gustaría usar en su ropa deportiva?</i>	47
Figura 22	<i>Pregunta 6. ¿Qué factores considera usted motivantes al momento de comprar ropa deportiva?</i>	48
Figura 23	<i>Pregunta 7. Actualmente usted decide comprar vestimenta deportiva en:</i>	49
Figura 24	<i>Pregunta 8. ¿Con qué frecuencia compra ropa deportiva al año?</i>	50
Figura 25	<i>Pregunta 9. ¿Al momento de requerir ropa deportiva considera usted las tendencias de moda vigentes?</i>	51
Figura 26	<i>Pregunta 10. ¿Qué sugerencias considera usted que necesita implementarse en la ropa deportiva?</i>	52
Figura 27	<i>Logotipo Moda Deportiva S.A.</i>	53
Figura 28	<i>Ubicación Geográfica</i>	54

Figura 29	<i>Auditoría de la Misión</i>	55
Figura 30	<i>Auditoría de la Visión</i>	56
Figura 31	<i>Organigrama Organizacional de Moda Deportiva S.A</i>	58
Figura 32	<i>Lienzo de la Propuesta de Valor</i>	59
Figura 33	<i>Modelo de Negocio CANVAS Moda Deportiva S.A</i>	60
Figura 34	<i>Gráfico Punto de Equilibrio Año 1</i>	91
Figura 35	<i>Gráfico Punto de Equilibrio Año 2</i>	92
Figura 36	<i>Gráfico Punto de Equilibrio Año 3</i>	93
Figura 37	<i>Gráfico Punto de Equilibrio Año 4</i>	94
Figura 38	<i>Gráfico Punto de Equilibrio Año 5</i>	95

Índice de tablas

Tabla 1	<i>Operacionalización de las variables</i>	14
Tabla 2	<i>Ventajas y Desventajas de la maquila</i>	62
Tabla 3	<i>Detalle del tipo de tela y talla para la confección de blusas</i>	65
Tabla 4	<i>Detalle del tipo de tela y talla para la confección de pantalón</i>	66
Tabla 5	<i>Detalle del tipo de tela y talla para la confección de camiseta/hombre</i>	66
Tabla 6	<i>Costo de Fabricación para blusas</i>	67
Tabla 7	<i>Costo de Fabricación para pantalón</i>	68
Tabla 8	<i>Costo de Fabricación para camiseta de hombre</i>	68
Tabla 9	<i>Gatos Preoperacionales</i>	69
Tabla 10	<i>Estrategias Publicitarias</i>	69
Tabla 11	<i>Capital de Trabajo</i>	70
Tabla 12	<i>Proyecciones de Sueldos Año 1</i>	71
Tabla 13	<i>Proyecciones de Sueldos Año 2</i>	72
Tabla 14	<i>Proyecciones de Sueldos Año 3</i>	73
Tabla 15	<i>Proyecciones de Sueldos Año 4</i>	74
Tabla 16	<i>Proyecciones de sueldo Año 5</i>	75
Tabla 17	<i>Muebles y enseres de Oficina</i>	76
Tabla 18	<i>Muebles y enseres de Bodega</i>	77
Tabla 19	<i>Equipos de cómputo para control y facturación</i>	77
Tabla 20	<i>Amortización Activos diferidos</i>	78
Tabla 21	<i>Depreciaciones Inversión Inicial</i>	78
Tabla 22	<i>Costo unitario de cada producto</i>	79
Tabla 23	<i>Gastos Administrativos</i>	81
Tabla 24	<i>Precio de Venta</i>	82
Tabla 25	<i>Estado de Resultado</i>	84
Tabla 26	<i>Flujo de Efectivo</i>	85
Tabla 27	<i>Indicadores</i>	85
Tabla 28	<i>Valor Actual Neto y Tasa Interno de Retorno</i>	86
Tabla 29	<i>Cálculo TMAR INV</i>	86
Tabla 30	<i>Tiempo de Recuperación Descontado</i>	86
Tabla 31	<i>Balance general de la microempresa Moda Deportiva S.A.</i>	87
Tabla 32	<i>Proyección de ventas</i>	88
Tabla 33	<i>Datos para elaborar la factibilidad económica</i>	90
Tabla 34	<i>Punto de Equilibrio Año 1</i>	90

Tabla 35 <i>Punto de Equilibrio Año 2</i>	91
Tabla 36 <i>Punto de Equilibrio Año 3</i>	92
Tabla 37 <i>Punto de Equilibrio Año 4</i>	93
Tabla 38 <i>Punto de Equilibrio Año 5</i>	94

Índice de anexos

Anexo A Diagrama de Ishikawa - Diagnóstico.....	103
Anexo B Diagrama de Ishikawa - Pronóstico	104
Anexo C Diagrama de Ishikawa - Control de pronóstico.....	105
Anexo D Matriz de consistencia	106
Anexo E Tipo de tela, precio y procedencia	108
Anexo F Cuestionario de Encuesta	109
Anexo G Edad, Género y Sector	113
Anexo H Pregunta 1 ¿Actualmente usted práctica algún tipo de deporte?	114
Anexo I Pregunta 2 ¿Para la práctica deportiva con qué frecuencia utiliza indumentarias deportivas?	115
Anexo J Pregunta 3 ¿Qué tipo de indumentaria deportiva usaría al momento de realizar deporte?.....	116
Anexo K Pregunta 4 ¿Estaría dispuesto a adquirir prendas deportivas de fabricación nacional con la calidad de un producto importado?.....	117
Anexo L Pregunta 5 ¿Qué tipo de tela le gustaría usar en su ropa deportiva?	118
Anexo M Pregunta 6 ¿Qué factores considera usted motivantes al momento de comprar ropa deportiva?	119
Anexo N Pregunta 7 Actualmente usted decide comprar vestimenta deportiva en:	120
Anexo O Pregunta 8 ¿Con qué frecuencia compra ropa deportiva al año?	121
Anexo P Pregunta 9 ¿Al momento de requerir ropa deportiva considera usted las tendencias de moda vigentes?.....	122



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO**

**“DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA
CONFECCIÓN DE INDUMENTARIA DEPORTIVA UTILIZANDO LA METODOLOGÍA CANVAS”**

Autoras: Mindiolaza Macías Ericka Analía

Miranda Rodríguez Joshelyn Tatiana

Tutora: CPA. Criollo Altamirano Mónica Elizabeth

Resumen

El modelo de negocios planteado se trata sobre la fabricación y comercialización nacional de indumentaria deportiva utilizando como guía la metodología Canvas, con el propósito de que el negocio cuente con lineamientos y herramientas estratégicas para su desarrollo. Para el debido proceso de investigación se desplegó un análisis de manera teórica donde se determinó a profundidad la composición de los nueve bloques que forman la metodología Canvas. Asimismo, para un buen estudio de mercado se empleó herramientas como la encuesta de manera virtual con un cuestionario de 10 preguntas a los estudiantes de la Universidad de Guayaquil, mismo que determinó que una mayor cantidad de estudiantes utilizan indumentaria deportiva con frecuencia.

A continuación de la información obtenida por el desarrollo de las encuestas se perfeccionó la metodología Canvas en base a las necesidades requeridas y se estableció estrategias de marketing, mediante las mismas se proyecta alcanzar posicionamiento en el mercado y generar una gran acogida sobre la calidad de las prendas deportivas por parte de los clientes. Ultimando que el proyecto se trata de un emprendimiento de indumentaria deportiva de fabricación nacional y concluyendo con la realización de un estudio de factibilidad donde se logró observar que el negocio es plenamente viable.

Palabras claves: Modelo de Negocio CANVAS, Fabricación nacional, Indumentaria.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

**"DESIGN OF A BUSINESS MODEL FOR A MICRO-ENTERPRISE DEDICATED TO THE
MANUFACTURE OF SPORTS CLOTHES USING THE CANVAS METHODOLOGY"**

Authors: Mindiolaza Macías Ericka Analía

Miranda Rodríguez Joshelyn Tatiana

Advisor: CPA. Criollo Altamirano Mónica Elizabeth

Abstract

The proposed business model deals with the national manufacture and commercialization of sportswear using the Canvas methodology as a guide, with the purpose that the business has strategic guidelines and tools for its development. For the due process of investigation, a theoretical analysis was deployed where the composition of the nine blocks that make up the Canvas methodology was determined in depth. Likewise, for a good market study, tools such as the virtual survey were used with a questionnaire of 10 questions to the students of the University of Guayaquil, which determined that a greater number of students use sports clothing frequently.

Following the information obtained by the development of the surveys, the Canvas methodology was perfected based on the required needs and marketing strategies were established, through which it is projected to achieve market positioning and generate a great reception about the quality of the sports garments by customers. Finalizing that the project is about a nationally manufactured sportswear venture and concluding with the completion of a feasibility study where it was possible to observe that the business is fully viable.

Keywords: CANVAS Business Model, National Manufacturing, Clothing.

Introducción

El siguiente proyecto trata de la elaboración de un modelo de negocio para una microempresa dedicada a la confección de indumentaria femenina.

Como es notorio, en la actualidad el crecimiento de la tecnología y las exigencias del cliente, han estimulado a nuevos cambios en los modelos de negocio, cuando mencionamos al término modelo de negocio nos referimos a una estrategia, que es utilizada por las pequeñas y las PYMES, con la finalidad de mejorar el ámbito económico generando ingresos.

Al pasar de los tiempos las empresas en el ámbito de producción textil han crecido de una manera muy exagerada, cabe recalcar dentro de un mercado informal en donde se ha obtenido un crecimiento que ha llegado a superar todas sus expectativas.

Los mercados globales dedicados a la producción textil tienden a tener diferentes demandas y a su vez tendencias muy cambiantes, por ende, se debe lograr satisfacer todas aquellas demandas. Los recursos empleados para la confección y el producto terminado son muy importantes ya que mantiene la fidelidad del cliente. La industria textil es un elemento muy importante para el sistema económico de algunos países.

“Según los números aportados por la Organización Mundial de Comercio (OMC), China es el primer país que se dedica a la elaboración de prendas de vestir a nivel mundial. En el año 2014, el país asiático exportó más de US\$ 112.000 millones en productos textiles de vestir” (Negocios , 2015).

Ningún país se le acerca a China, pero según evidencias del sector textil europeo, hay países poderosos que le siguen liderando por ejemplo Italia, le sigue Alemania y también la India (Mahorte, 2020).

Otras exportaciones del año 2018 en Perú fueron de 1400 millones de dólares por confecciones mientras que, en México de 6000 millones de dólares por productos textiles, en Colombia de 500 millones de dólares por prenda de vestir y por último en Ecuador se exportó

\$105 millones. Según cifras de la Asociación de Industrias Textiles de Ecuador (AITE), Ecuador exportaba anualmente 11.250 toneladas de textiles. Desde 2015 el sector textil ecuatoriano ha recuperado sus indicadores positivos con un incremento anual de entre un 2% y un 5% en las categorías textiles (González Litman , 2018).

En Latinoamérica varios inversionistas se han dado cuenta de que países como Colombia, Perú o Brasil tienen gran interés en el ámbito de la moda. Según datos de Procolombia, una agencia gubernamental que se encarga de las exportaciones de Colombia, indica que Sudamérica presenta el 31,2 % de porcentaje de exportaciones (Lafayette, 2019).

Los principales países que se dedican a la confección en el sector textil y que exportan son los siguientes:

México con el 22 % pantalones, suéteres y camisetas de punto.

El Salvador con el 26 % en camisetas de punto, suéteres y calzas.

Guatemala con el 15 % en camisas, blusas y camisetas.

De las principales empresas del Ecuador que mayor exporta es Fibran Cía. Ltda., del grupo Marathon, que se sitúa al norte de Quito (Universo, 2018).

En la actualidad debido a la emergencia sanitaria por la pandemia que vive actualmente el mundo, en varios países se ha generado un déficit comercial en varios sectores económicos, siendo el sector textil uno dentro de los más afectados, aunque las empresas que realizaban confecciones de ropa decidieron elaborar implementos de protección tales como mascarillas, tapabocas, trajes herméticos y prendas relacionadas para la protección de personas, disminuyendo así la manufactura de su producción habitual.

En Ecuador predomina la habilidad de la mano de obra del artesano, para confeccionar vestimenta en general, más la creatividad en el modelo de prenda, es así que este proyecto pretende resaltar y explotar los recursos que poseemos como país, para desarrollar el emprendimiento de la confección de ropa deportiva.

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del Problema

Actualmente la gestión de manipular un modelo de negocio por una gran cantidad de microempresas tienden a no tener un control adecuado en sus estrategias de ventas, y margen financiero, ya sea la falta de clientes o mala acogida del producto, es por ello que mediante la metodología de diagnóstico, pronóstico y control de pronóstico se detalla de forma general las funciones que realizan estas entidades, por lo que se adapta la herramienta de calidad, diagrama de Ishikawa para controlar las falencias que se generan en cada procedimiento mal estructurado.

1.1 Diagnóstico

Esta información fue obtenida mediante el diagrama de Ishikawa (ver anexo A) lo cual permitió determinar cual es la situación actual de este proyecto, a continuación las mencionamos:

- **Mano de obra**

La actividad económica en el sector textil, ha generado nuevos empleos es decir incremento de la demanda de mano de obra calificada e identificada como artesanal, así también de la mano de obra no calificada, es decir la mano de obra que realiza tareas diarias sin la obtención de habilidades técnicas, esto incluye a personas extranjeras ya que el costo de su mano de obra es muy económica.

La Industria textil ha generado un gran crecimiento debido a nuevas marcas y progreso de nuevos comercios en el sector de la moda, el Instituto Chio Lecca, un instituto peruano creado por la diseñadora Rocío Lecca dedicado a impartir cursos dirigidos al mercado de la moda desde hace 28 años, ha realizado un gran aporte en cuanto a brindar capacitaciones y enseñanzas generando incremento de artesanos en el dominio de la elaboración de vestimenta.

- **Maquinaria**

Las máquinas utilizadas por las empresas textiles son importadas, es necesario porque en Ecuador no existe producción de maquinarias para esta actividad. Los costos de importación de maquinarias terminadas, así como de partes y piezas son altos.

En este año 2020 el gobierno ofreció beneficios tributarios a empresas como confección de zapatos, de productos químicos incluyendo a la industria textil.

- **Materia prima**

Según datos económicos de la Asociación de Industrias Textiles de Ecuador (AITE), la exportación por tipo de producto en el año 2018 fueron las siguientes, 414,424 toneladas en materia prima, 2.127,592 toneladas en hilado, 190,876 toneladas en ropas (AITE, Aite (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador), 2019).

Comparadas con las cifras del 2017 la cantidad exportada fue 563,598 toneladas en materia prima, 1.255,512 toneladas en hilado y 176,952 en prendas de vestir, se puede observar que hubo un incremento en el año 2018 en la exportación de materia prima y prendas de vestir (AITE, 2018).

- **Impacto económico**

Importar prendas genera costos arancelarios del 10%, equivalentes a \$5,5 por cada kilogramo, según la prensa escrita ecuatoriana “El Comercio” según la opinión de Fabricio Bustamante es conveniente importar que producir en el Ecuador (El Comercio, 2019).

Debido a la pandemia en el año 2020 en curso, a nivel mundial se redujo la elaboración de indumentarias, situación que favorece a la producción nacional que permite retomar la fabricación local. Una de las empresas afectadas “La Esperanza S.A”, según datos estadísticos

presentó pérdida del 95% de sus ventas entre los meses marzo y abril debido a la baja demanda de los productos de prendas deportivas tanto de adultos como de niños.

La urgencia de generar ingresos económicos en tiempos de pandemia ha motivado a las personas a generar nuevos emprendimientos, ajustados a la demanda de productos y servicios actuales del mercado, por ejemplo: fabricación de mascarillas , trajes anti fluidos, insumos médicos y productos químicos.

Desde febrero 2020 existe la ley de emprendimiento que cuenta con sesenta y cuatro artículos y desde julio 2020 el reglamento (El Comercio, 2020).

Cabe resaltar que en Guayaquil existe EPICO (Empresa pública municipal para la gestión de la innovación y competitividad) cuya finalidad, empresa que apoya los emprendimientos firmando acuerdos con alianzas de emprendimientos e innovación (AEI) y de esta manera crear un vínculo cercano entre el municipio de Guayaquil y empresas privadas con el fin de preparar a las personas, a su vez que obtengan puestos de trabajo (El Universo, 2020).

- **Mercado**

Las diversas disciplinas deportivas practicadas en el Ecuador requieren indumentaria acorde al ejercicio físico y al factor climático de cada región del país.

Desde el año 2017 en Ecuador existen 188 empresas dedicadas a la confección y comercialización de prendas deportivas. Estas empresas se dividen en sectores: hilados, tejidos, prendas de vestir, lencería de hogar y productos especiales. Una de las empresas líder en diseño y confección de indumentaria deportiva es la empresa nacional Fibran Cía. Ltda. de la marca Marathon registra más de 23 millones de dólares superando a la empresa Pinto que genera una ganancia de 20 millones de dólares en venta de acuerdo a la información obtenida de la AITE (Aguirre, 2017).

En el Ecuador la importación de vestimenta fabricada en el año 2017 fue de \$39,1 millones, en el año 2018 aumentó a \$ 47,5 millones, llevando a las empresas nacionales a

incrementar esfuerzos para mantener activo el sector de la fabricación de la vestimenta, de la actualidad, elaborando y comercializando prendas de vestir de calidad y a satisfacción de los clientes.

Es importante conocer que en el país se dan los contratos de manufactura o también llamados contrato de maquila, esta actividad consiste en el ensamblaje fácil de piezas en talleres industriales, estos se dan debido a que su mano de obra es barata. Existen grandes cadenas de supermercados que han optado por este tipo de contrato algunas de ellas son: Súper maxi, De Prati, Eta Fashion, Zara.

1.2 Pronóstico

- **Mano de Obra**

- ✓ Oportunidad de crecimiento en la contratación de mano de obra local.
- ✓ Mano de Obra extranjera informal fomenta la reducción de plazas de trabajo para mano de obra local.
- ✓ Aumento por interés en capacitaciones en el ámbito artesanal de confección en las personas de escasos recursos, para generar ingresos desde sus hogares.

- **Maquinaria**

- ✓ Dependencia obligatoria de importar maquinarias para establecer una infraestructura de maquinarias necesarias para la producción de prendas de vestir.

- **Materia Prima**

- ✓ Activación en la fase económica textil debido al auge de la demanda de exportaciones en prendas de vestir.
- ✓ La aceptación en el mercado extranjero de la tela que es materia prima en la confección de vestimenta, confirma que existe materia prima apta para fomentar la producción nacional.

- **Impacto económico**

- ✓ Importaciones de prendas de vestir reducirían la producción local.
- ✓ Un aspecto positivo de la pandemia, es la concepción de oportunidades para emprendimientos y entre ellos consta la realización de prendas de vestir.
- ✓ Afectación al sector textil local, conlleva a acciones del gremio textilero para promover la reactivación económica del país.
- ✓ Ampliación de incubadoras empresariales para cooperar en el crecimiento de nuevos proyectos de emprendimientos.
- **Mercado**
 - ✓ La práctica deportiva en el confinamiento por la pandemia se ha seguido realizando desde los hogares, ya que es fundamental para reforzar la salud.
 - ✓ El incremento de las importaciones genera una baja demanda en prendas de vestir del mercado nacional (ver anexo B).

1.3 Control al Pronóstico

- **Mano de Obra**
 - ✓ Fomentar la contratación de mano de obra local dedicada a la fabricación de costura.
 - ✓ Mejorar los ingresos de las familias de escasos recursos que se dedican a la labor artesanal de confección de vestimenta desde sus hogares.
- **Maquinaria**
 - ✓ Determinar si existen beneficios establecidos por el Ministerio de industrias y productividad (MIPRO) para fomentar la importación de maquinarias para la confección nacional.
- **Materia Prima**
 - ✓ Crear ofertas de negocio para continuar exportando prendas de vestir a los mercados internacionales.
 - ✓ Identificar oportunidades de negocios para fabricar telas con énfasis en ropa deportiva, con características similares a las importaciones.

- ✓ Fomentar la producción local con visión de exportar indumentarias deportivas
- **Impacto económico**
- ✓ Identificar los aspectos positivos que presenta la Ley de emprendimiento e innovación con el propósito de fomentar la producción local.
- ✓ Proponer nuevos negocios ajustadas a las exigencias de la situación actual del país en el entorno de la pandemia.
- **Mercado**
- ✓ Inducir al consumo nacional de vestimentas deportivas.
- ✓ Realizar un análisis FODA sobre la producción local de vestimenta versus las importaciones (ver anexo C).

1.4 Formulación del Problema

¿Cómo incidiría el diseño de un modelo de negocio para una microempresa dedicada a la confección de indumentaria deportiva utilizando la metodología CANVAS, en los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento de la Universidad de Guayaquil? (ver anexo D).

1.5 Sistematización del Problema

- ✓ ¿Cómo influye la realización de un estudio de mercado sobre las preferencias de indumentarias a los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento de la Universidad de Guayaquil que practican deportes?
- ✓ ¿Cuáles son los beneficios de elaborar la estructuración del modelo CANVAS para una microempresa dedicada a la confección de indumentaria deportiva?
- ✓ ¿Cómo aportaría la determinación de la factibilidad del modelo de negocio propuesto para la microempresa de confección de indumentaria deportiva?
- ✓ ¿Qué efecto obtendría el emprendedor al conocer el detalle de las ventajas y desventajas de la actividad de maquila en el sector textil que ofrecen las industrias nacionales?

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Diseñar un modelo de negocio para una microempresa dedicada a la confección de indumentaria deportiva utilizando la metodología CANVAS, que permita fomentar el emprendimiento local, en los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento de la Universidad de Guayaquil.

1.6.2 Objetivos Específicos

- ✓ Realizar un estudio de preferencias en la adquisición de indumentaria deportiva de fabricación nacional, en los estudiantes que practican deportes, matriculados en la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento de la Universidad de Guayaquil.
- ✓ Elaborar la estructuración del modelo CANVAS basado en sus 9 bloques que permitan identificar la propuesta de valor que ofrece el proyecto.
- ✓ Determinar la factibilidad Económica del modelo de negocio propuesto para la microempresa de confección de indumentaria deportiva.
- ✓ Detallar las ventajas y desventajas de acogerse a la actividad de la maquila en el sector textil que ofrecen las industrias nacionales, con la finalidad de facilitar la toma de decisiones del emprendedor interesado.

1.7 Justificación

1.7.1 Justificación Teórica

El presente trabajo está enfocado en el planteamiento de un modelo de negocio basado en la metodología CANVAS para una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva, se busca evidenciar a través de sustentaciones teóricas y conocimientos de la condición actual en la que se localiza el mercado dedicado a esta actividad.

La presente investigación se realizó en base a fundamentos teóricos tales como: un estudio de mercado que oriente a que segmentación dirigirse conociendo las preferencias de los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento de la Universidad de Guayaquil, la estructuración del Modelo CANVAS nos permite detallar de una manera muy clara cada uno de sus 9 componentes e identificar la propuesta de valor que ofrece el proyecto, un estudio de factibilidad permite detallar la viabilidad del proyecto propuesto.

1.7.2 Justificación Metodológica

Las herramientas metodológicas que se aplican en la exploración para la selección de información son: las observaciones, documentos, anotaciones y las encuestas, aplicadas a los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento de la Universidad de Guayaquil, se pretende establecer un estudio de mercado con el objetivo de conocer las preferencias del cliente.

Según los autores (Fábregues, Meneses, Rodríguez, & Hélene, 2016), indicaron en su estudio con el tema de *“Técnicas de investigación social y educativa”*, que es importante que al momento de realizar las encuestas se planteen preguntas específicas ya sean abiertas o cerradas, y de esta manera la persona que se le realiza la encuesta obtenga una mayor comprensión.

El negocio se efectúa de manera eficaz y con estrategias que nos llevan a dar con la fiabilidad del que negocio es rentable. Para ello se utiliza como instrumento de análisis las encuestas, para su ejecución se aplica las herramientas digitales considerando un promedio de 10 preguntas, con el objetivo de obtener conocimiento sobre los consumidores acerca del consumo de ropa deportiva nacional.

1.7.3 Justificación Práctica

Los autores (Alvarado-Reséndiz, García-Munguía, & López-Yáñez, 2018) argumentan que los negocios o empresas tienen que conocer los factores influyentes en la metodología CANVAS para llegar a diferenciarse del resto y a su vez, las personas se sientan identificadas y satisfechas por la propuesta de valor que establece el negocio.

La metodología CANVAS pretende ser una herramienta para definir y crear modelos de negocio innovadores y se divide en 9 bloques: clientes, actividades claves, recursos claves, socios, canales de comunicación, relaciones con los clientes flujo de ingreso, estructura de costos y propuesta de valor con el objetivo de obtener un crecimiento en su estrategia de mercadeo. Esto aporta beneficios tanto para la realización del producto como la generación de valor a la sociedad, a su vez que el producto a ofrecer tenga un mejor posicionamiento.

Para un mayor conocimiento de los beneficios de ropa deportiva se realizan estrategias de Marketing digital para que el producto sea reconocido y se especifican experiencias de personas que ya hayan usado ropa deportiva.

1.8 Delimitación del Problema

Debido a la situación de pandemia que vive actualmente nuestro país y el mundo, se ha considerado como población objeto de estudio a los estudiantes de la Universidad de Guayaquil, Facultad de Ingeniería Química, matriculados en la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento.

1.8.1 Espacio

- **País:** Ecuador
- **Región:** Costa
- **Provincia:** Guayas
- **Ciudad:** Guayaquil
- **Área específica:** Fabricación y confección de indumentaria deportiva.

- **Aspecto:** Diseño de un modelo de negocio para una microempresa dedicada a la confección de indumentaria deportiva utilizando la metodología Canvas
- **Delimitación temporal:** 2020

1.8.2 Tiempo

La investigación efectuada utilizó fuentes como: sitio web, papers, libros electrónicos, artículos y su antigüedad no supera a los 5 años de publicación.

1.8.3 Universo

El mercado al cual se dirige la ropa deportiva es a la población que se encuentra entre los 18 y 50 años de edad de los estudiantes de la Universidad de Guayaquil, Facultad de Ingeniería Química, matriculados en el ciclo I período 2020-2021 en la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento.

1.9 Hipótesis

1.9.1 Hipótesis General

El diseño de un modelo de negocio para una microempresa dedicada a la confección de indumentaria deportiva utilizando la metodología CANVAS, incidiría en la generación de empleos y subempleos, así como también fomentar el emprendimiento, en los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento de la Universidad de Guayaquil.

1.9.2 Hipótesis Particulares

- ✓ La realización de un estudio de mercado a los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento de la Universidad de Guayaquil, que practican deportes, influirá en la afinidad sobre las preferencias en comprar indumentaria deportiva de fabricación nacional.
- ✓ La estructuración del modelo CANVAS para una microempresa dedicada a la

confección de indumentaria deportiva, generará beneficios como identificar quienes serán los clientes, recursos, a que segmentación de mercado dirigirse, permitirá elaborar una correcta estructuración de costos y flujos de ingresos y también determinar los canales de distribución.

- ✓ Si, se determina la factibilidad del modelo de negocio para la microempresa de confección de indumentaria deportiva, aportaría con información relevante sobre la viabilidad del negocio. Considerando que la factibilidad proporciona información acerca del tamaño del proyecto, localización, operación y su funcionamiento para entender si el producto es viable o no.
- ✓ El detalle de las ventajas y desventajas de acogerse a la actividad de maquila que ofrecen las industrias nacionales en el sector textil, facilitará al emprendedor en la toma de decisiones (ver anexo D).

1.10 Variables

1.10.1 Variable Dependiente

- ✓ Confección de Indumentaria Deportiva

1.10.2 Variable Independiente

- ✓ Modelo CANVAS

1.11 Operacionalización de Variables

Tabla 1

Variable dependiente	Variables	Indicador	<i>Ope raci onal izaci ón de las vari ables</i>
Diseño de un modelo Canvas	1. Segmento de clientes	1. Geográfico, Demográfico Socioeconómico	
	2. Propuesta de valor	2. Valor añadido del producto	
	3. Actividades claves	3. Tipo de actividades	
	4. Recursos claves	4. Personal calificado	
	5. Relación con clientes	5. Estrategias	
	6. Socios claves	6. Alianzas y proveedores	
	7. Canales de distribución	7. Internet	
	8. Estructura de costos	8. Balance financiero	
	9. Fuentes de ingreso	9. Rentabilidad/ventas	
Variable dependiente	Variable	Indicador	<i>s</i>
Indumentaria deportiva	Encuestas de aceptación del producto	Escala de Likert	

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

CAPÍTULO II

2. Marco Referencial

2.1 Antecedentes

El presente trabajo pertenece a Leydi Viviana Gómez Cortés, de la Universidad Cooperativa de Colombia, realizada en el año 2018, quién llevó a cabo el tema: Aplicación Modelo de Negocio CANVAS para el diseño producción y distribución de pijamas en Bogotá D.C, la intención de elaborar esta investigación fue la identificación de una necesidad del consumidor en adquirir pijamas cómodas, innovadoras y con precios competitivos, generando un valor agregado, la autora hace referencia a la necesidad de estructurar cada aspecto basados en la realización de un estudio y plan de negocio que permita analizar cada una de las estrategias (Gómez-Cortés, 2018)

Este segundo proyecto es elaborado por Carolina de Lavallo Yepes y Luis Felipe Niño Montoya de la Universidad EAFIT de Medellín, realizado en el año 2017 con el nombre de: Estudio de viabilidad para la creación de una empresa textil de ropa infantil, especializada en la elaboración de dicho segmento a través de e-commerce, es creada con el fin de diagnosticar la viabilidad, minimizando esfuerzos y obtención indicadores financieros. El objetivo es desarrollar una empresa textil de ropa infantil y establecer un estudio de factibilidad (De Lavallo Y. & Niño M., 2017).

2.2 Marco Teórico

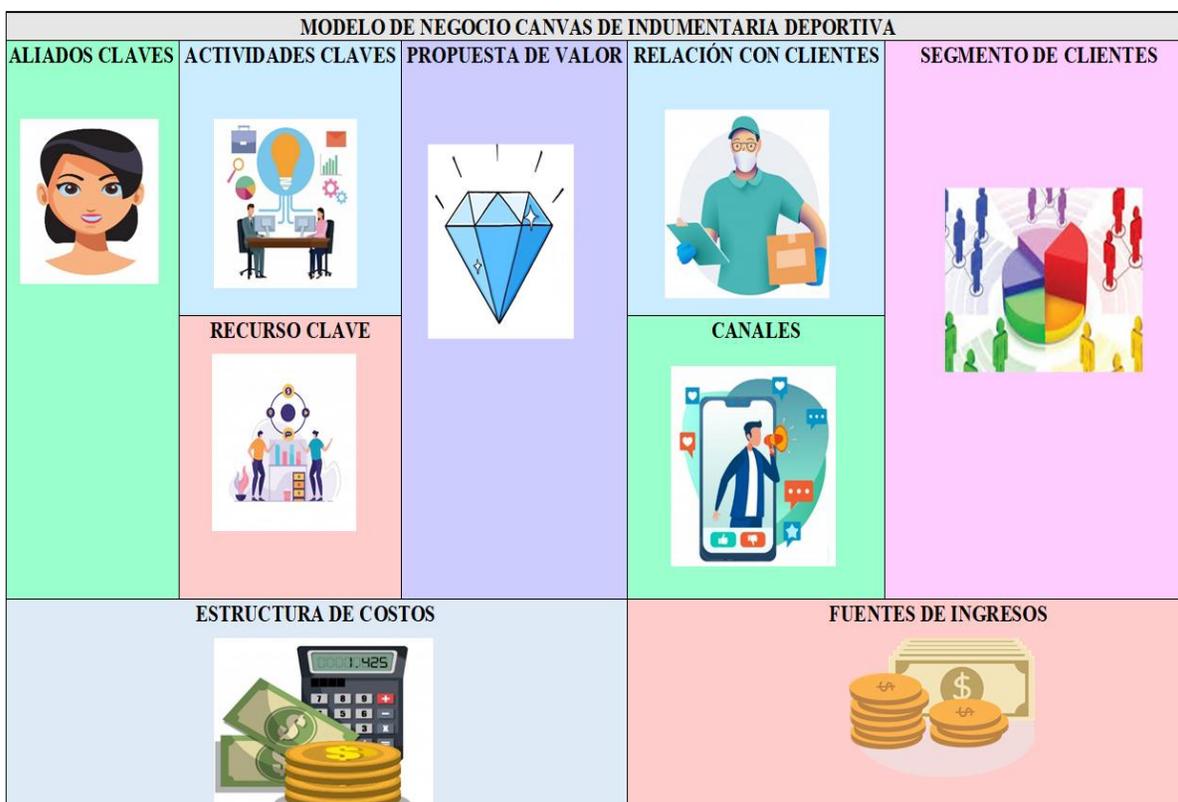
➤ Modelo de Negocio CANVAS

El modelo CANVAS es una herramienta que permite una rápida determinación y evaluación de 9 componentes muy importante en las empresas : aliados claves ,actividades claves ,recursos claves , propuesta de valor, relación con los clientes , segmento de clientes , canales de distribución , estructura de costes y flujos de ingresos (Ferreira-Herrera, 2015).

La metodología Canvas fue creada por Alexander Osterwalder de nacionalidad Suiza y es escritor e innovador empresarial.

Figura 1

Modelo de negocio CANVAS



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

El Business Model CANVAS o Modelo de Negocio CANVAS es una herramienta para diseñar y validar modelos de negocios fue creada por Alexander Osterwalder, este modelo está compuesto por 9 bloques, a continuación, se detalla cada uno de ellos:

- **Aliados Claves :** En esta sección se definen estrategias para determinar los socios o proveedores que requiere la empresa (Ferreira-Herrera, 2015).

Se establecen quienes serán los proveedores con los cuales se tendrá relaciones comerciales para la actividad del negocio.

- **Actividades Claves :** Para alcanzar los objetivos del negocio es necesario una gran serie de actividades como es publicidad, diseños, compra de materia prima, receptor y entregar pedidos (Ferreira-Herrera, 2015).

En estas actividades se mencionan los procesos que se van a realizar para elaborar y comercializar el producto.

- **Recursos Claves:** Son los activos y recursos clave que se necesitan para llevar a cabo el negocio entre ellos esta diseñador, confeccionista, sitio web para promocionar el producto (Ferreira-Herrera, 2015).

En recursos claves se describen los instrumentos que son necesarios para el negocio, también los recursos humanos y financieros.

- **Propuesta de Valor:** Este componente detalla las ventajas que posee el producto en comparación al de la competencia (Ferreira-Herrera, 2015), se definen las diferencias como precio, calidad , diseño, entre otros valores agregados al producto, su fin es captar la atención del cliente satisfaciendo sus necesidades.
- **Relación con los Clientes:** En este punto se establece el tipo de comunicación que tendrá la microempresa con sus clientes (Ferreira-Herrera, 2015).

En esta sección se determina la manera de relacionarse con el cliente brindándole la mejor experiencia de compra y así captar su fidelización.

- **Segmento de Clientes:** Los clientes son la clave fundamental de todo negocio ,ya que sin ellos las empresas no podrian subsistir.

Dentro de este componente se analizan las preferencias, características, ubicación y necesidades de los clientes esta información permite visualizar de una manera clara la segmentación del mercado (Ferreira-Herrera, 2015).

- **Canales de Distribución:** En este apartado se describen los mecanismos por el cual va a llegar el producto al cliente , en este caso será mediante de los canales de distribución, comunicación y entrega a (Ferreira-Herrera, 2015)
- **Estructura de Costes:** Se determinan los tipos de costos que intervienen en el negocio, por ejemplo, costos directos e indirectos, variables y fijos (Ferreira-Herrera, 2015).
- **Flujos de Ingresos:** En este punto se detalla como las empresas generan sus ingresos , generado cuando los clientes adquieren el producto ofrecido y determinan su forma de pago (Ferreira-Herrera, 2015).

Los flujos de ingresos estan relacionados con los clientes , ya que ellos son los que compran el producto y ellos permiten que la empresa siga subsistiendo.

➤ **Microempresa**

Figura 2

Características de una Microempresa



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Se comprende como microempresa a una forma de generar ingresos a menor escala, esta puede ser administrada por una persona natural o una familia, puede estar constituida de 1 a 15 personas. Las actividades que realizadas pueden ser de producción, servicio y comercio (Flores, 2018).

La función de estas actividades son las siguientes:

Producción: son aquellas que transforman la materia prima en un producto terminado.

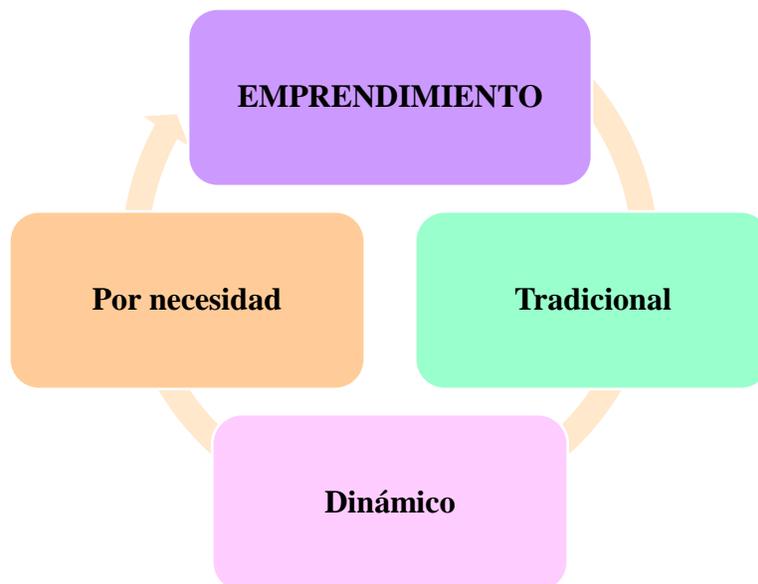
Servicio: cumple el desempeño de satisfacer al cliente, por ejemplo: servicio de comida rápida.

Comercio: es aquella actividad dedicada a la compra y venta de productos.

➤ Emprendimiento

Figura 3

Tipos de Emprendimiento



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

El término “Emprendimiento” ha sido analizado desde diferentes puntos de vista y enfoques, esto significa que hay diversos conceptos de este término. Ahora veremos diferentes conceptos mencionados por varios autores.

Los autores Vélez & Ortiz (2016), deducen que el emprendimiento es la actitud que tiene una persona y no le teme al fracaso, también lo definen como el progreso de una actividad que busca obtener un fin económico (Vélez Restrepo & Ortiz Restrepo , 2016, p. 360).

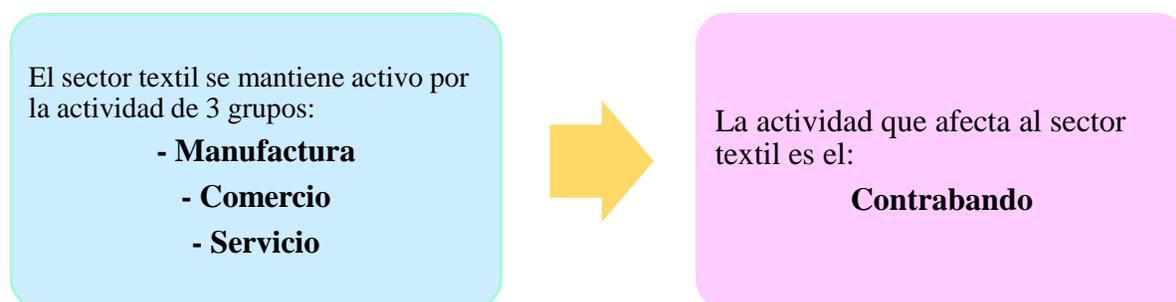
Desde la posición de Herrera (2015) citando a (Drucker, 1985), indica que el emprendimiento es aquella actitud y aptitud que posee una persona, estas características le permiten asumir nuevos retos y proyectos, usando ese potencial que permite poner en práctica su potencial y capacidad para la generación de riquezas (Ferreira-Herrera, 2015, p. 71).

Según los conceptos de estos autores considero que sus puntos de vista tienen mucha similitud, porque mencionan que el término emprendimiento es la actitud y aptitud que posee una persona y no le permite tener miedo al fracaso ,también mencionan que uno de sus objetivos es que por medio de sus actividades generen ingresos económico.

➤ **Mercado Textil**

Figura 4

Actividades del Sector Textil



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

La industria textil remonta en el siglo XX, debido a un declive en el siglo XVIII.

Según (Gómez , 2020) citando a Rocano (2016) menciona que Pasamanería Tosi fue una de las primeras Industrias textiles en el Ecuador, quién luego de un tiempo se insertó en la Industrialización. En la actualidad, el sector textil ecuatoriano fabrica productos derivados de variedad de fibras (naturales o sintéticas), siendo entre ellas las más comunes el algodón, poliéster, nylon, acrílicos, lana y seda (Gómez , 2020). Cabe resaltar que las exportaciones en el sector textil son un factor imprescindible para la economía local frente a la economía globalizada (Gómez , 2020). En el país existen 3 grandes grupos que mantienen activo al sector textil los cuales son: manufactura, actividad de fabricación de prendas de vestir, comercio estos se ocupan a la venta de ropa y servicio, su actividad es reparar artículos de cuero o zapatos (Muñoz, Durán, & González, 2016).

Hoy en día, una fracción de la ciudadanía evade tributación aduanera, perjudicando al estado ecuatoriano, dándole oportunidad al contrabando esta es una habilidad que genera ingresos económicos, mayormente a las personas que habitan en fronteras debido al desempleo (Muñoz, Durán, & González, 2016).

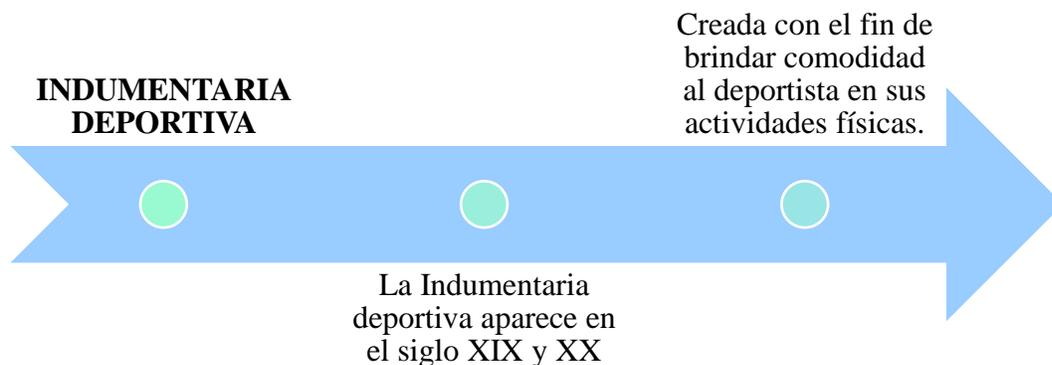
➤ **Indumentaria Deportiva**

El término indumentaria se lo conoce comúnmente como ropa, que quiere decir conjunto de prendas elaboradas con materia textil, fabricadas con el fin de vestir el cuerpo (Quezada Sebastián, Abril Ximena, 2019).

La indumentaria deportiva aparece en el siglo XIX y XX con el objetivo de brindar al deportista comodidad y flexibilidad, a la hora de realizar movimientos físicos (Quezada Sebastián, Abril Ximena, 2019).

Figura 5

Evolución de la Indumentaria



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Para la elaboración de las prendas deportivas, se puede utilizar dos tipos de tela las cuales son de tipo natural y sintética.

Las de tipo natural son llamadas algodón, y las sintéticas pueden ser lycra, spandex y poliéster.

➤ **Estudio de Factibilidad**

Un estudio de factibilidad también determina la viabilidad de un negocio, esta se mide por medio de ciertos parámetros y a su vez determina las características por la que un negocio es viable o no. Es importante reconocer que se necesita realizar un proyecto de inversión para aplicar los recursos de todo tipo (personal, maquinaria, entre otros). El ciclo de un proyecto de inversión se divide en tres etapas, la primera etapa define la idea y el estudio de prefactibilidad, la segunda la composición del proyecto y la última la evaluación del proyecto (Echeverría, 2017).

Figura 6*Tipos de Factibilidad*

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Los apartados que se deben seguir para la medición de la factibilidad del negocio son los siguientes:

- **Estudio de Preferencias**

En este punto se analizan todas las preferencias de los consumidores que son obtenidas a través de las encuestas online, y este cuestionario es realizado a la población objeto de estudio.

- **Estudio técnico**

Un estudio técnico es donde se analiza los recursos necesarios y disponibles, y a su vez se determina el tamaño de la planta de producción.

- **Tamaño del proyecto**

El número o cantidad de producto que estará disponible para generar la más alta rentabilidad.

- **Localización**

Se establece la macro y micro localización teniendo en cuenta otras áreas cercanas influyentes.

- **Proceso de producción**

Se basa en la cantidad de empleados y los recursos limitados, es decir que tengan una relación para que el porcentaje de productividad sea de forma competitiva y de esta manera evaluar la eficiencia de la empresa (Paredes, 2019).

Normalmente un estudio de factibilidad implica los siguientes elementos:

- **Factibilidad operativa:**

- ✓ Resumen del proyecto
- ✓ Estudio de mercado: análisis de la demanda, procesamiento de la materia prima, medios o canales de comercialización.
- ✓ Tamaño del proyecto: cantidad de productos a elaborar en determinado tiempo.
- ✓ Localización del proyecto: todos los aspectos que influyen como lo son la energía eléctrica, mano de obra y mercado.

- **Factibilidad técnica:**

- ✓ Ingeniería de proyecto: determinación de materia prima, recursos humanos, diseños y planos de planta.

- **Factibilidad económica:**

- ✓ Inversiones: se establece las cantidades monetarias.
- ✓ Financiamiento: se compara las fuentes de financiamiento y se obtiene la que será más factible.
- ✓ Presupuesto de ingresos y gastos: todos los ingresos y gastos durante la vida útil del proceso

- **Factibilidad ética y legal:**

- ✓ Evaluación del proyecto: se realiza los riesgos, esto se necesita la ayuda de una persona capacitada en estas áreas.
- ✓ Ejecución del proyecto: con toda la información anterior se procede a la implementación del negocio y las políticas.
- **Factibilidad temporal:**
 - ✓ Operación o funcionamiento del proyecto: significa la puesta en marcha del proyecto desde el inicio que es la producción de bienes hasta la distribución.
 - ✓ Ciclo de vida de un proyecto: las diferentes fases (Burdiles, Castro, & Simian, 2019, págs. 5-7).

➤ **Propuesta de Valor**

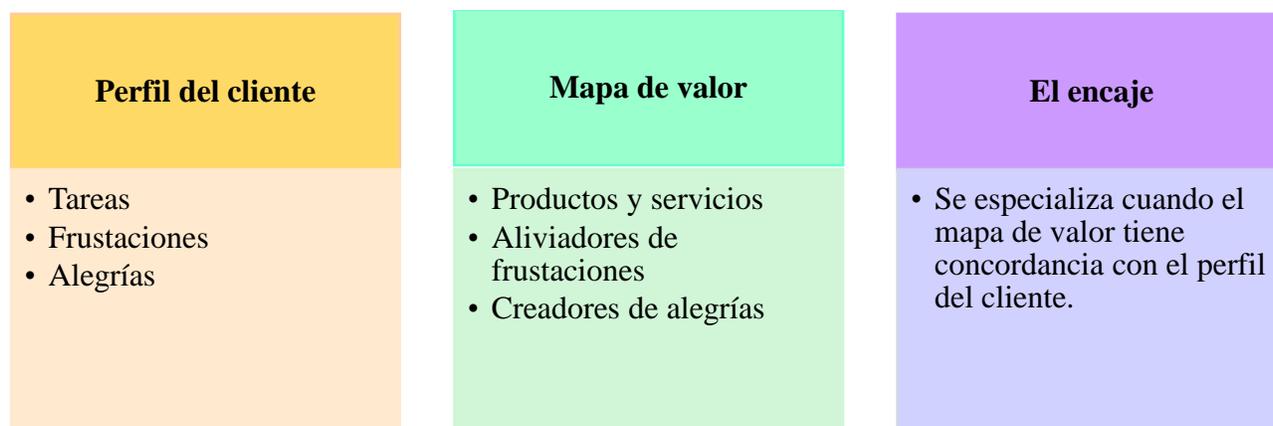
La propuesta de valor es un medio por el cual se puede desarrollar e impartir las ventajas o beneficios que posee un negocio hacia sus clientes. Para que esto pueda ser desarrollado de manera eficiente se necesita realizar un método donde las necesidades de los clientes vayan de acuerdo a la propuesta de valor (Osterwalder & Pigneur, Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando, 2015).

➤ **El lienzo de la propuesta de valor**

El lienzo de la propuesta de valor es un suplemento del lienzo de modelo de negocio. Es una muestra visual que se forma de tres maneras:

Figura 7

Lienzo de la Propuesta de valor



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

El perfil del cliente agrupa lo siguiente, de acuerdo al segmento de cliente:

- ✓ Tareas: todo lo relacionado a la vida personal de los consumidores y lo que desean realizar.
- ✓ Frustraciones: al realizar estas tareas puede haber complicaciones o riesgos.
- ✓ Alegrías: a lo que quieren llegar los clientes.

El mapa de valor es el que desarrolla la propuesta de valor de un negocio, está complementado por:

- ✓ Productos y servicios: el valor de la propuesta de valor
- ✓ Aliviadores: como su nombre lo indica alivian mediante los productos y servicios las frustraciones de los clientes.
- ✓ Creadores de alegrías: la manera de cómo los productos generan felicidad.

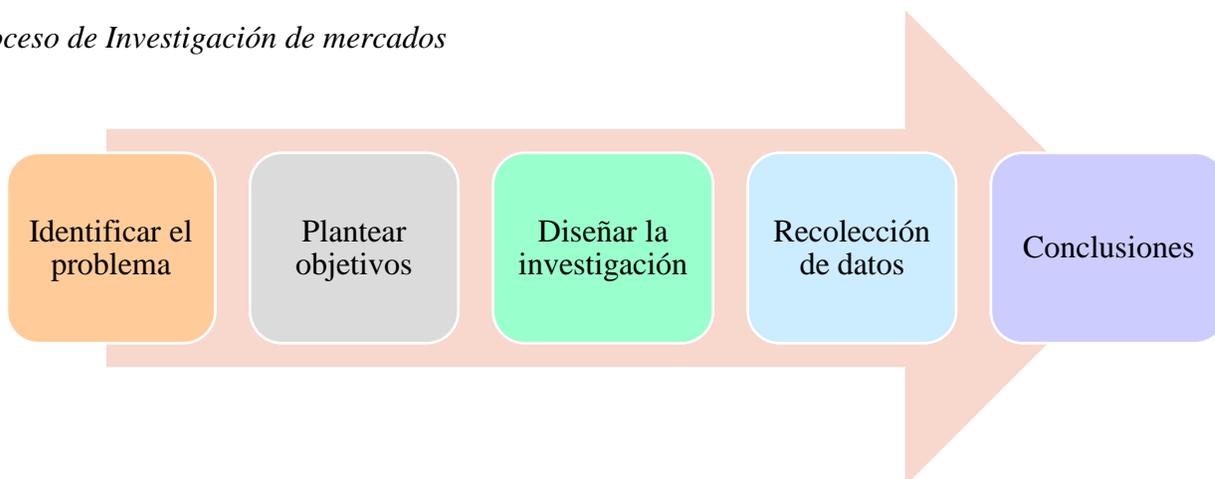
El encaje proviene cuando el mapa de valor concuerda con el perfil del cliente, las frustraciones y creadores de alegrías con cada parte importante para el cliente.

➤ Estudio de Mercado

Un estudio de mercado es un análisis donde se dispone de información actualizada y relevante para una oportuna toma de decisiones. Es considerado como un medio por el cual se recopila información y se minimizan los riesgos.

Figura 8

Proceso de Investigación de mercados



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

El estudio de mercado abarca con la información del consumidor, cliente y vendedor a su vez definiendo estrategias de marketing (Merino, Pintado, Sánchez, & Grande, 2015).

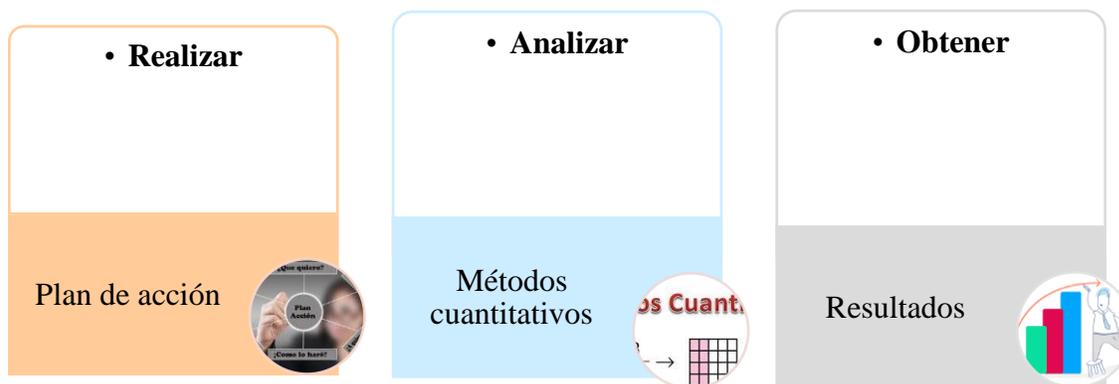
- Identificar el problema: es el primer paso que se da para diagnosticar el problema a resolver. Es imprescindible que el investigador entienda el problema y planifique una óptima investigación porque esto es lo que conlleva al planteamiento de los objetivos.
- Plantear objetivos: mediante la recopilación de datos se determinan los objetivos.
- Diseñar la investigación: se recolecta las técnicas necesarias para verificar que las fuentes de información se encuentren disponibles para el posterior estudio. Luego se describe que tipo de investigación se realizará si exploratoria o descriptiva y por último el cliente da su confirmación sobre el proyecto de investigación.

- Recolección de datos: se analizan los datos y se obtienen los resultados.
- Conclusiones: se concluye de acuerdo a los objetivos planteados (Merino, Pintado, Sánchez, & Grande, 2015).

➤ **Toma de decisiones**

Figura 9

Toma de decisiones



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

La toma de decisiones requiere de un análisis profundo al tema a tratar y para ello es importante realizar un plan de acción (Gordón, 2015)

Lo que ayuda a la toma de decisiones son los métodos cuantitativos.

“El pionero del inicio del desarrollo de análisis cuantitativo fue Frederick W. Taylor, quien a principios del siglo veinte, aplicó los principios de la investigación científica en la administración” (Yépez, Ormaza, & Flores, 2019, págs. 5-6).

El desarrollo de análisis cuantitativo es algo relevante para varias empresas ya sea de ropa textil, de alimentos, entre otros., porque analiza el área de administración. El análisis cuantitativo utiliza métodos matemáticos y brinda como resultado una buena toma de decisiones (Yépez, Ormaza, & Flores, 2019, págs. 5-6).

➤ **Confección**

La confección es la actividad que se dedica a la elaboración de prendas tradicionales o prendas que se especializan a la moda (Yépez, Muyulema, Ormaza, & Sánchez, 2019).

Es decir, el término confección es la acción de realizar diferentes diseños en diferentes tipos de telas, ya sea de origen natural o sintética.

Figura 10

Confección

Confección

Elaboración de prendas tradicionales o prendas que se especializan a la moda.

Para una mejor innovación en la confección se dividen en dos fases.

Caracterización de los procesos de confección.

Diseño del instrumento de diagnóstico para una mejor operación de confección.

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

El mercado textil tiene la necesidad de mejorar las técnicas de confección debido a los cambios en el mercado, ya sea a nivel tecnológico como también a nivel empresarial. Para ello se necesita de mecanismos o técnicas que faciliten las operaciones de confección.

Existen diferencias, entre las prendas de vestir ya confeccionadas que son aquellas que se encuentran en los diferentes puntos de venta y el comprador puede acogerse a diversas tallas con la cual se sienta mejor, y la confección personalizada es aquella, que utiliza medidas corporales exactas del comprador y la modista se encarga de elaborar dicha prenda según sus patrones.

Una de las técnicas que se usan para competir en las industrias de confección es incentivar la cultura de innovación al momento de elaborar prendas y a su vez mejoras para el entorno de trabajo. Posteriormente se debe tener en cuenta todos los otros factores tales como: las tendencias en el mercado, el nivel tecnológico, la adecuada mano de obra y los debidos procesos que se realizan al confeccionar prendas de vestir y así innovar de manera eficaz (Yépez, Muyulema, Ormaza, & Sánchez, 2019).

La confección en el año 2020 ha evolucionado, sobre todo en los colores y la moda, por ejemplo, entre los colores destacados resalta el naranja y verde neón, esto ha sido tendencia en el mercado generando una cantidad de oportunidades para las empresas. Estas empresas realizaron una actualización en sus confecciones de prendas de vestir (Ecuatextil, 2020).

➤ **Maquinaria**

La industria textil en Ecuador usa diferentes tipos de maquinarias desde comerciales (cosedoras, tejedoras, entre otras) hasta maquinarias industriales (texturizadoras, hiladoras), esto ha permitido que se fabriquen varios modelos de prendas de vestir (Repositorio UG, 2018).

Pero a partir del año 2015 se produjo escasez de maquinaria importada debido a los altos costos que incurren en la compra.

Figura 11*Maquinaria*

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

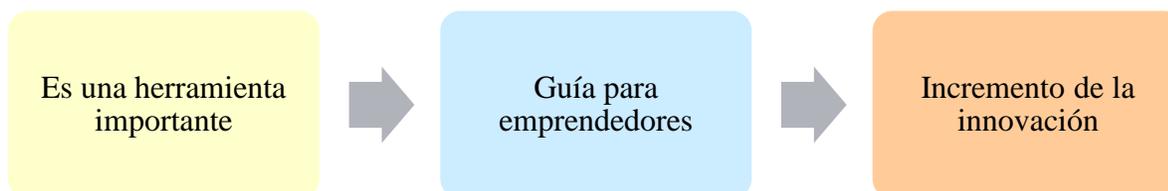
Las empresas textiles e industrias son las que generan mayor empleo en el mercado, sin embargo, esto se ha visto afectado por la ausencia de maquinarias debido a la carencia de tecnología avanzada y escasez de mano de obra calificada.

Por los motivos mencionados en el párrafo anterior se desarrolla una oportunidad para las industrias textiles donde la producción mejore mediante el cambio de matriz productiva, y de esta manera ampliar las exportaciones (Repositorio UG, 2018).

➤ **Modelo de Negocio**

Figura 12

Modelo de Negocio



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Un modelo de negocio es una herramienta que define con claridad lo que se pretende ofertar al mercado, es decir una base que una empresa realiza para dar valor a un negocio y a su vez una guía para aquellos emprendedores que necesitan realizar otros modelos de negocio. En la actualidad los modelos de negocio han sido incrementados debido a la innovación de estos y la actualización de internet (Osterwalder & Pigneur, 2020).

La innovación de los modelos de negocio ha ido desarrollándose con el pasar de los años, por ejemplo, la empresa Inditex es una empresa española que fabrica y distribuye ropa textil, esta ha evolucionado en el mercado debido a la aplicación de avances tecnológicos y el seguimiento de los diseños de la moda (Osterwalder & Pigneur, Generación de modelos de negocios, 2020).

2.3 Marco Conceptual

Confinamiento: Obligación de una persona vivir temporalmente refugiado según ordenes emitidas por un gobierno.

Demanda: Cantidad de bienes o productos que adquiere una persona en un mercado determinado (Demanda de mercado, 2018).

Eficiencia: es la acción de utilizar un mínimo de recursos para generar a cabo una actividad o simplemente conseguir un objetivo determinado (Rojas M., Jaimes L., & Valencia M., 2017).

Herramientas metodológicas: son las que facilitan el desarrollo de una investigación realizando un análisis de los datos y adaptarlos a la realidad (Vázquez G. & Hiraes P., 2018, pág. 90).

Industria textil: Es el sector de la industria manufacturera, en donde se lleva a cabo la producción de telas, hilos y otros derivados con la ropa o vestimenta (Raffino, María Estela, 2020).

Maquila: es una opción que el empresario debe elegir al momento de crear un producto ya sea prendas de vestir, alimentos o calzado con su propia marca, pero con ayuda de terceros (Cámara de Comercio de Bogotá, 2017).

Marketing digital: es un medio que ayuda a diseñar estrategias de marketing adecuadas para una empresa y generar compra o venta por vía online a través de las redes sociales o páginas virtuales (Maciá N., 2018).

Microempresa: Es una pequeña empresa que genera ingresos a menor escala, constituida por 1 a 15 personas y administrada por una persona natural (Flores, 2018).

Nivel económico: es la situación económica que tiene un país o una persona con respecto a sus ingresos monetarios (Navarro, 2015).

PYMES: “Son pequeñas y medianas empresas, poseen un límite en cuanto su cantidad de empleados y capital. Una empresa es considerada PYME cuando posee entre 1 y 250 empleados” (PYMES, 2018).

Rentabilidad: es la diferencia que se obtiene al momento de invertir y el beneficio que se logra obtener de los ingresos (Moreno, 2018).

Viabilidad: es la oportunidad que tiene un negocio mediante el uso de los recursos de generar una rentabilidad en cierto periodo (García, 2017).

2.4 Marco Contextual

La presente investigación se dirige especialmente a los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Química de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento con la aplicación del diseño de la metodología Canvas, el objetivo es brindar a las estudiantes indumentarias deportivas de fabricación nacional y a su vez que sean cómodas al momento de realizar algún tipo de deporte.

2.5 Marco Legal

Actualmente la Asamblea Nacional aprobó la Ley de Emprendimiento e innovación, esta ley favorece al emprendedor ecuatoriano, brindando facilidades al momento de emprender con las políticas adecuadas.

En Ecuador se destaca una mayor participación de los emprendedores, pero no todos tienen éxitos debido a la falta de participación jurídica y del presupuesto.

Según el Art. 2, La Ley de emprendimiento e innovación tiene como objetivo lo siguiente:

- Crear una política de Estado que impulse el desarrollo de los emprendimientos
- Ayudar a presupuestar el emprendimiento
- Mejorar la competitividad de los emprendedores
- Impulsar el desarrollo de la innovación en el sistema productivo (Nacional, 2020).

Se crea el Consejo Nacional para el emprendimiento e innovación (CONEIN) como organismo de ayuda para el progreso y estimulación del emprendimiento, innovación y la competitividad en el país.

“Según el Art. 12.- **Registro Nacional de Emprendimiento.** - El Ministerio rector de la Producción creará el Registro Nacional de Emprendimiento RNE, el mismo que será el responsable de su creación y actualización en línea, conforme a los parámetros y características establecidas en el reglamento de esta Ley” (Nacional, 2020).

CAPÍTULO III

3. Marco Metodológico

3.1 Tipos de investigación

En el proyecto vigente se definió varias características con el fin de desarrollar el tema a tratar mediante las fuentes de información, el análisis de los datos y la metodología establecida. Esto ayuda a obtener mayor relevancia de la información y plantear estrategias de acuerdo al modelo del proyecto.

Figura 13

Tipos de Investigación



Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Existen diferentes tipos de investigación que se pueden utilizar para el proceso de desarrollo de un proyecto. Para la presente investigación se utilizaron los siguientes:

3.1.1 Investigación aplicada

Esta investigación es de carácter aplicada debido a la utilización de herramientas de calidad como se puede observar en el capítulo 1, donde se utiliza la “herramienta de Ishikawa” o también llamada la “espina de pescado”.

En la presente investigación se desarrolla un modelo de negocio, por este motivo se implementó la metodología Canvas seguido de sus nueve bloques desarrollados en el capítulo 4.

3.1.2 Investigación descriptiva

La investigación realizada es descriptiva debido al minucioso análisis de mercado que se efectuó de manera cualitativa y cuantitativa dando a especificar las necesidades y características para la confección de indumentaria deportiva en la ciudad de Guayaquil a través de las encuestas digitales. El análisis realizado mediante la metodología CANVAS resultó ser un aporte para verificar los requisitos de las personas al momento de adquirir prendas deportivas y a su vez esto beneficiará al sector productivo textil generando empleos.

3.1.3 Investigación explicativa

Este tipo de investigación describe no solo el problema que se desea tratar sino también detalla las causas de dicho problema, para ello se realizó diagramas de causa y efecto, y posterior análisis de cada diagrama, se definen las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

3.1.4 Investigación documental

Es de carácter documental gracias a la información de diversas fuentes para la recolección de información, entre estas se encuentran los documentos de sitio web, libros, artículos de revistas, periódicos y tesis de grado.

3.2 Diseño de la investigación

El tipo de diseño efectuado fue de carácter cuantitativo debido a la recolección de información para las especificaciones de la confección de indumentaria deportiva, realizado mediante las encuestas digitales, posteriormente se realiza la tabulación y se determina una conclusión, motivo para aplicar la disciplina de estadísticas.

Es de carácter cualitativo porque se describieron varias preferencias y necesidades de la muestra encuestada mediante el análisis de mercado y sirven de ayuda para realizar las conclusiones y recomendaciones.

3.3 Población y muestra

Para la población de este tema de investigación se tomó en cuenta a estudiantes de la Universidad de Guayaquil, para ser más explícitos estudiantes de Facultad de Ingeniería Química que cursan la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento en el período 2020-2021, en los semestres de quinto al octavo, se realizó una investigación de mercado a las personas de sexo masculino y femenino, entre las edades de 18 a 50 años que poseen la población mencionada.

Según datos obtenidos en el presente año, el departamento de secretaria de la Carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento constan matriculados 503 alumnos en el período mencionado.

3.4 Muestreo

3.4.1 Muestra

La muestra se la determinó de una manera aleatoria a los 503 alumnos matriculados en la Carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento.

3.4.2 Cálculo de la Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra a encuestar, se realizó la fórmula de población estadística finita debido a que la determinada cantidad de estudiantes tiene fin, por lo tanto, se realizará un muestreo aleatorio simple para una población finita, su cálculo aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{(e^2(N-1)) + (Z^2 * P * Q)}$$

Datos

n=Tamaño de la muestra

Z= Valor de confianza, esta fue tomada de la tabla de distribución normal estandarizada, con un valor de 1.96 que equivale a un 95%

e= Margen de error permitido con un valor de 5% equivalente 0.05

N= Tamaño de población en este caso 503 estudiantes

P= Posibilidad que ocurra un nuevo evento 50% equivale a un 0.5

Q= (1-p)

Reemplazamos los valores estimados:

$$n = \frac{196^2 * 503 * 0.5 * 0.5}{(0.05^2(503-1)) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{3.84 * 503 * 0.5 * 0.5}{0.0025(502) + 3.84 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{482.88}{1.2550 + 0.96}$$

$$n = \frac{482.28}{2.215}$$

$$n = 218.004$$

$$n = \mathbf{218}$$

En la investigación se determina un total de 218 personas a encuestar, entre ellas de género masculino y femenino, en el rango de edades anteriormente mencionado.

3.5 Técnicas e instrumentos de investigación

3.5.1 Encuestas

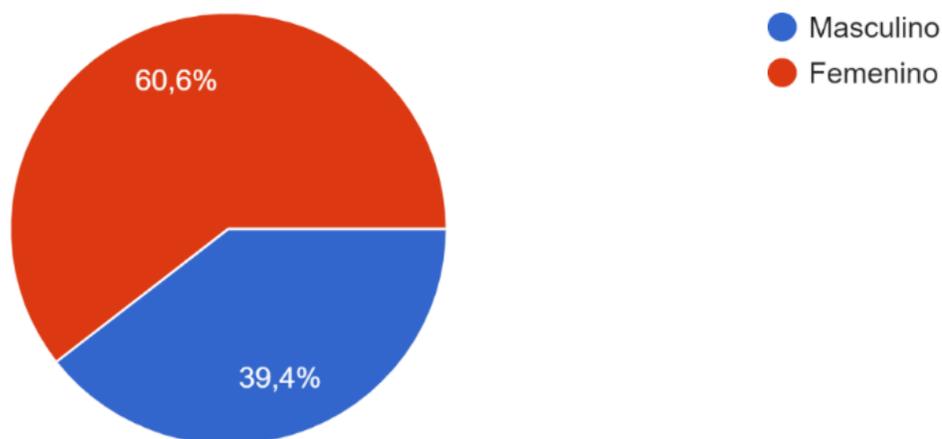
Se preparó un cuestionario online utilizando la aplicación Google Forms, compuesto por 10 preguntas entendibles, fáciles y rápidas de responder, haciendo uso del formato de valorización en la escala de Likert (ver anexo F).

3.5.2 Análisis del Resultado de las Encuestas

Para obtener análisis más entendible se utilizó el software IBM SPSS Stactistics 25, el cual es un programa estadístico cuya función es arrojar datos completos y los representa de forma gráfica y en tablas.

Figura 14*Género***Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda**

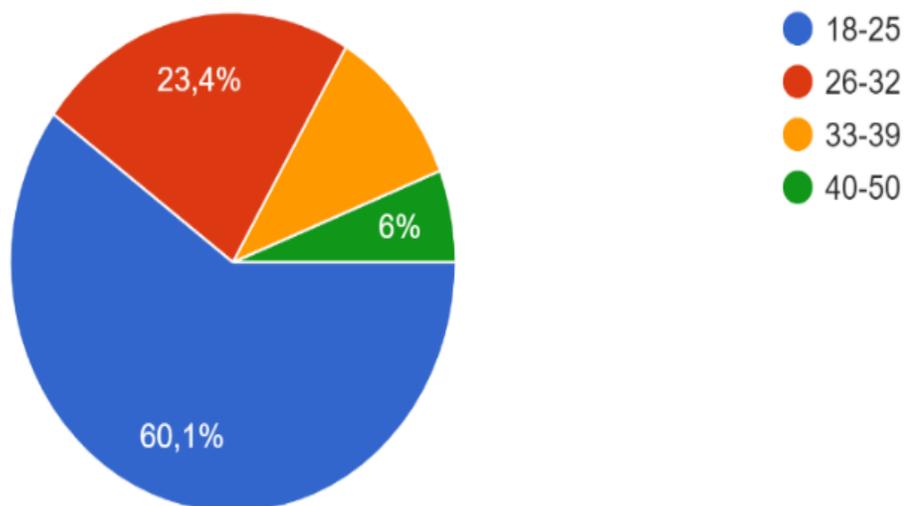
218 respuestas

**Análisis**

De las 218 personas encuestadas podemos observar que el 60.6% son de género femenino, su porcentaje equivale a 132 mujeres y el 39.4% es de sexo masculino, equivale a 86 hombres, las encuestas se llevaron a cabo con los estudiantes matriculados en el Ciclo I Período 2020-2021, de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y emprendimiento de la Universidad de Guayaquil.

Figura 15*Edad*

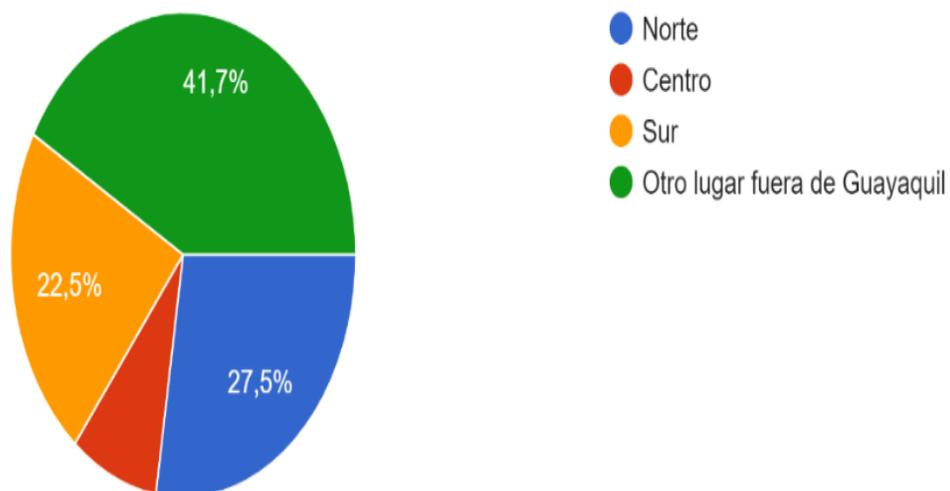
218 respuestas

**Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda****Análisis**

Dentro de las encuestas como campo obligatorio se le asignó la edad a cada individuo encuestado, los resultados fueron los siguientes: Las edades de entre 18 a 25 años se obtuvo un 60.1%, seguido de las edades 26 y 32 años con 23.4%, mientras que las edades entre 40 a 50 corresponde a un 6% (ver anexo G).

Figura 16*Sector*

218 respuestas

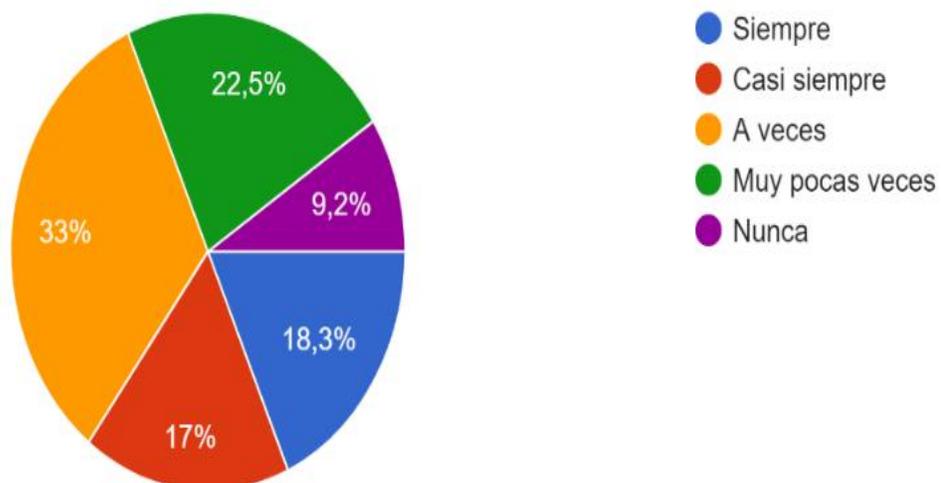
**Análisis**

La encuesta incluyó mencionar el lugar de residencia, debiendo especificar si es dentro o fuera de Guayaquil, se obtuvo los siguientes resultados, el mayor porcentaje 41.7% reside fuera de Guayaquil, seguido de los sectores norte y sur con el 27.7% y 22.5% respectivamente.

Figura 17

Pregunta 1. ¿Actualmente usted práctica algún tipo de deporte?

218 respuestas



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Análisis

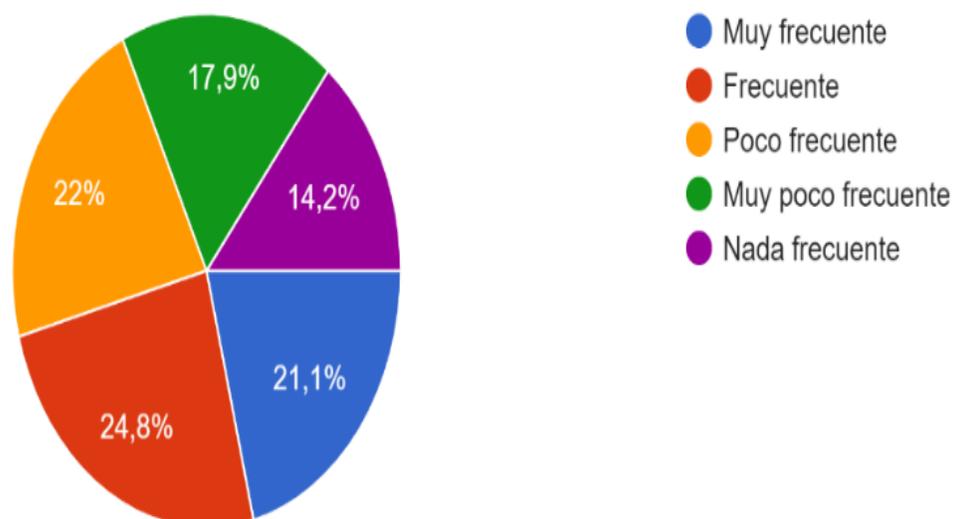
Respecto a los resultados obtenidos del gráfico N° 4 de las encuestas se observar que el 33% a veces practican deporte, el 22,5% muy pocas veces, mientras que el 17% casi siempre practican deporte y el 18,3% siempre lo hacen. Solo el 9,2% nunca realizan deporte.

En conclusión, los datos obtenidos reflejan que la mayoría de las personas sí practican deporte y esto es una ventaja para la aplicación del proyecto (ver anexo H).

Figura 18

Pregunta 2. ¿Para la práctica deportiva con qué frecuencia utiliza indumentarias deportivas?

218 respuestas



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Análisis

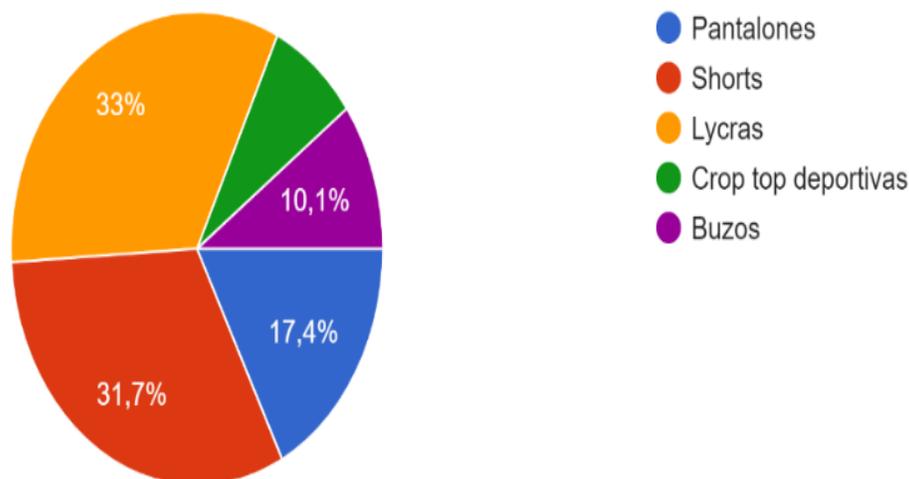
Al preguntarles a los encuestados la frecuencia con la que realizan la práctica deportiva los encuestados respondieron lo siguiente: El 21.1% realiza actividades deportivas muy frecuente, el 24.8% respondió frecuente, el 22% lo realiza poco frecuente, seguido del 17.9% muy poco frecuente y por último el 14.2% no realiza actividad deportiva.

Por lo tanto, se visualiza que un alto nivel de porcentaje de personas sí utilizan indumentarias deportivas al momento de realizar deportes (ver anexo I).

Figura 19

Pregunta 3. ¿Qué tipo de indumentaria deportiva usaría al momento de realizar deporte?

218 respuestas



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Análisis

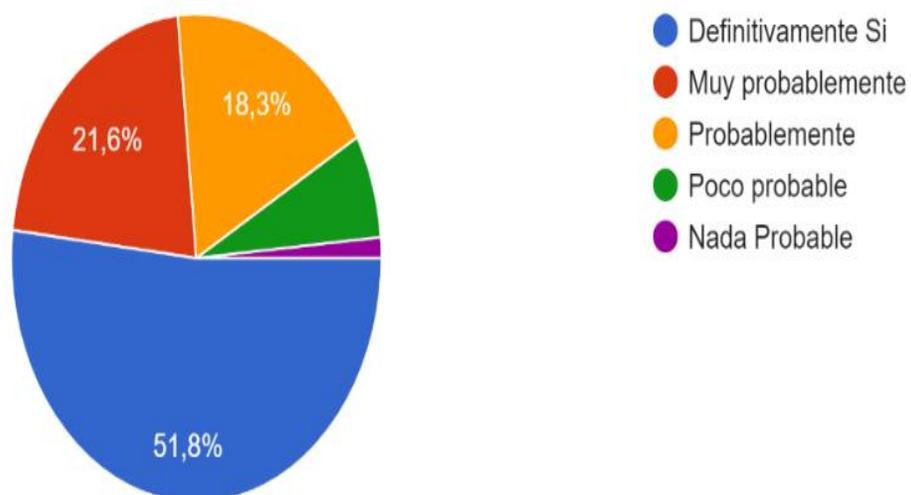
Según los datos obtenidos de las encuestas indica que el 33 % de los encuestados usarían lycras al momento de realizar deporte, el 31,7% utilizarían shorts, mientras que el 17,4% utilizarían pantalones y solo el 10,1% utilizarían buzos.

Por lo tanto, para el presente proyecto tendría bastante acogida la confección de lycras y shorts, debido a la preferencia por este tipo de vestimenta en cuya selección también incluye el factor climático (ver anexo J).

Figura 20

Pregunta 4. ¿Estaría dispuesto a adquirir prendas deportivas de fabricación nacional con la calidad de un producto importado?

218 respuestas



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Análisis

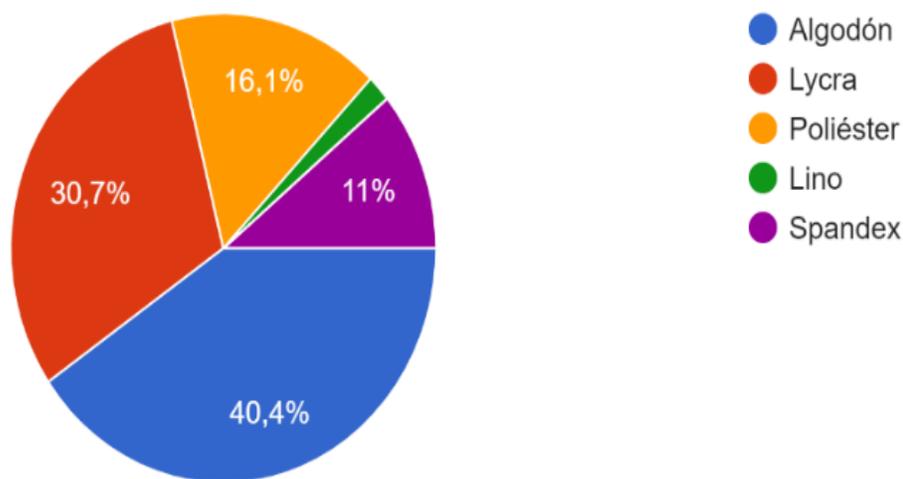
En los resultados de las encuestas se verificó que un 51,8% definitivamente si estarían dispuesto a adquirir prendas deportivas de fabricación nacional con la calidad de un producto importado, el 21,6% muy probablemente y el 18,3% probablemente.

Se determina que sí tendría aceptación la confección de prendas deportivas de fabricación nacional (ver anexo K).

Figura 21

Pregunta 5. ¿Qué tipo de tela le gustaría usar en su ropa deportiva?

218 respuestas



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Análisis

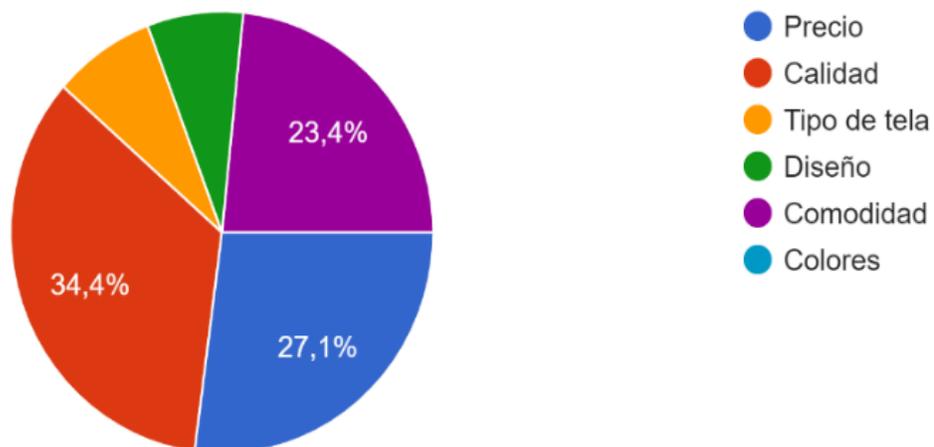
Las respuestas de los encuestados al momento de preguntar por el tipo de tela que les gustaría usar en su ropa deportiva fue la siguiente: el 40,4% prefiere que su vestimenta deportiva sea de tipo algodón, el 30,7% de lycra, el 16,1% de poliéster y el 11% de spandex.

Al momento de elegir el tipo de tela para la confección de las indumentarias deportivas, la preferencia son las telas de tipo algodón y lycra (ver anexo L).

Figura 22

Pregunta 6 ¿Qué factores considera usted motivantes al momento de comprar ropa deportiva?

218 respuestas



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Análisis

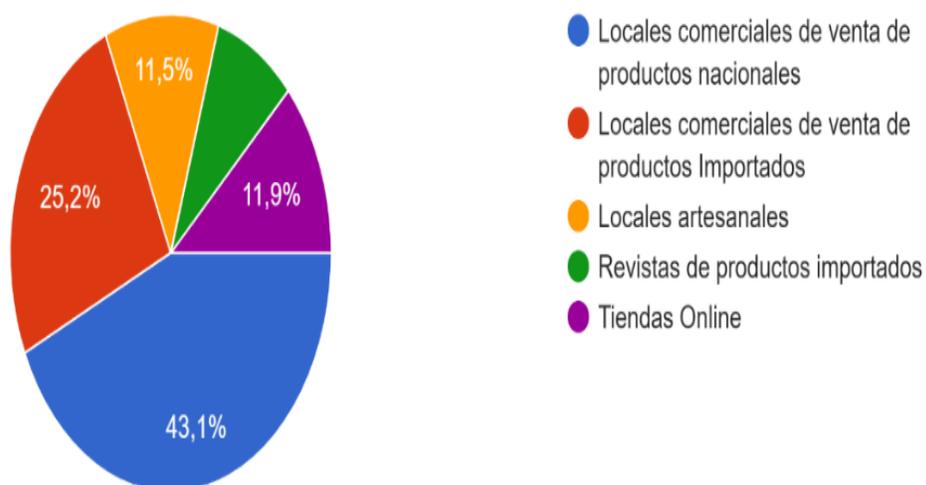
En las encuestas se planteó los factores motivantes al momento de comprar ropa deportiva y se obtuvo que el 34,4% considera la calidad, el 27,1% prefiere los colores y el 23,4% escoge la comodidad.

Por lo tanto, es importante que la calidad sea prioridad en la fabricación de la indumentaria deportiva propuesta (ver anexo M).

Figura 23

Pregunta 7. Actualmente usted decide comprar vestimenta deportiva en:

218 respuestas



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Análisis

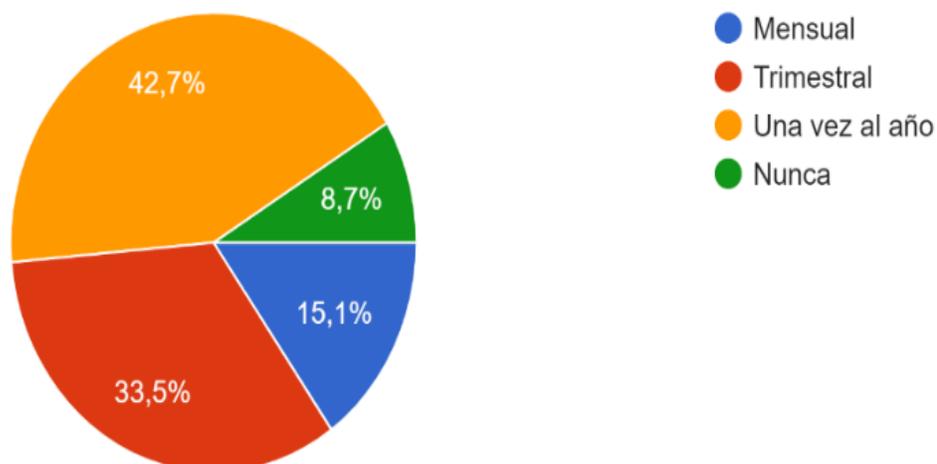
Según los datos obtenidos el 43,1% deciden comprar vestimenta deportiva en locales comerciales de venta de productos nacionales, el 25,2% compra en locales comerciales de venta de productos importados, mientras que el 11,9% y el 11,5% compran en tiendas online y locales artesanales respectivamente.

En conclusión, con los datos obtenidos se evidencia la preferencia de los encuestados por la compra en locales comerciales nacionales antes que en tiendas online locales y del exterior (ver anexo N).

Figura 24

Pregunta 8. ¿Con qué frecuencia compra ropa deportiva al año?

218 respuestas



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Análisis

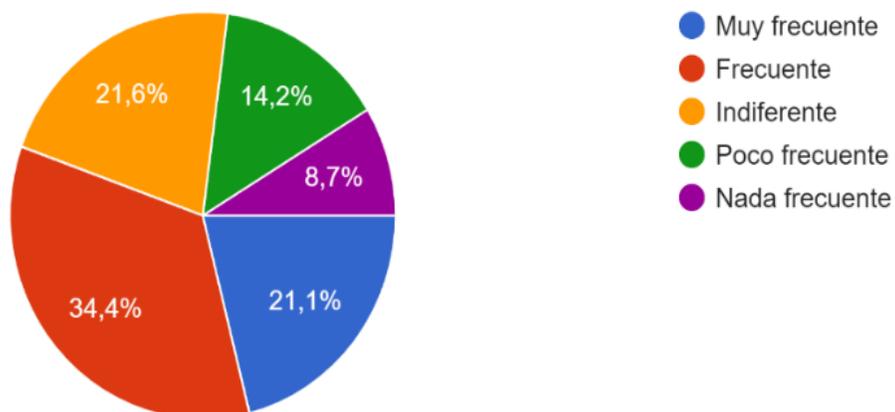
Las respuestas de los encuestados fueron las siguientes: el 42,7% compra una vez al año ropa deportiva, el 33,5% de manera trimestral. El 15,1% mensual y el 8,7% nunca realizan compra de ropa deportiva.

Las preferencias de los encuestados muestran que realizan sus compras de ropa deportiva con frecuencia anual y trimestral (ver anexo O).

Figura 25

Pregunta 9. ¿Al momento de requerir ropa deportiva considera usted las tendencias de moda vigentes?

218 respuestas



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Análisis

Según los resultados de las encuestas el 34,4% con frecuencia sí considera las tendencias de moda vigente, el 21,6% les resulta indiferente, el 21,1% muy frecuente, el 14,2% poco frecuente y el 8,7% nada frecuente.

Es conveniente considerar las tendencias del mercado para estar a la vanguardia de las preferencias de los posibles clientes (ver anexo P).

Figura 26

Pregunta 10. ¿Qué sugerencias considera usted que necesita implementarse en la ropa deportiva?

218 respuestas

Talla extra grande
Tendría que ser algo diferente y que se diferencie a las otras marcas tal vez que sea orgánico que a nivel general que la marca se haga muy conocida y se ponga de moda
Que sea cómoda
Que sea de buena calidad y el precio acto para el bolsillo
Comodidad
La comodidad
Pantalónetas para mujeres
Las tallas de las prendas
Una sugerencia en la cual yo estaría de acuerdo es que sean ropas o conjuntos más cómodos o adecuado

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Análisis

Gracias a los resultados obtenidos de los encuestados, se han especificado varias aportaciones para considerarlas en la fabricación de la ropa deportiva, entre las sugerencias constan: la calidad, comodidad, el precio, y que sean prendas de un diseño único, es decir que se diferencien del resto de prendas deportivas que actualmente ya existen en el mercado.

CAPÍTULO IV

4. Propuesta

4.1 Objetivo de la Propuesta

El objetivo de la propuesta es diseñar un Modelo de Negocio para una microempresa dedicada a la confección de indumentaria deportiva, haciendo uso de la metodología CANVAS se describirán cada uno de sus 9 componentes.

Se iniciará detallando información importante de la microempresa “Moda Deportiva S.A” y su estructura organizacional, seguido de aquello se desglosará el Modelo de Negocio CANVAS y el Lienzo de la propuesta de valor esto permitiendo identificar el valor agregado del producto.

4.2 Información General de la Microempresa “Moda Deportiva S.A”

4.2.1 Nombre y Slogan de la Microempresa

El Nombre “**Moda Deportiva S.A**” nace con el fin de ofrecer indumentaria deportiva para hombres y mujeres acorde a la moda, resaltando la comodidad, frescura, variación de diseños y colores.

Su eslogan es “**Moda Deportiva, practica tu deporte con estilo propio**”, se crea este eslogan con el fin de que los deportistas se identifiquen con la indumentaria deportiva propuesta como nuevo producto del mercado.

4.2.2 Logotipo de la Microempresa

Figura 27

Logotipo Moda Deportiva S.A



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

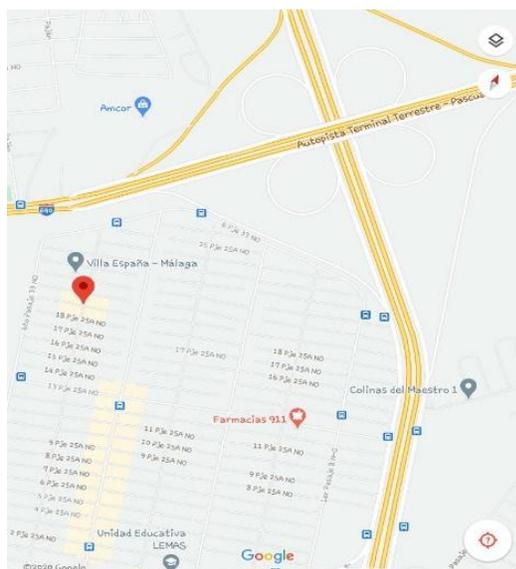
4.2.3 Quienes Somos

Somos una Microempresa dedicada a la confección y comercialización de Indumentaria Deportiva de fabricación nacional, que incluirá en sus procesos los más altos estándares de calidad desde la elaboración hasta el producto final, con el objetivo de brindar al cliente satisfacción y así lograr su fidelización.

4.2.4 Ubicación Geográfica

Figura 28

Ubicación Geográfica



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

4.3 Estructura Organizacional

Para elaborar la misión y visión se evidenció si cumple cada una de las especificaciones del formato de evaluación misión y visión.

4.3.1 Misión

Somos una Microempresa dedicada a la confección y comercialización de indumentaria deportiva facilitando a las personas comodidad para realizar todo tipo de deportes y mejorando la fabricación nacional de prendas deportivas con innovaciones tecnológicas de diseño, ayudando e incentivando a la mano de obra local a trabajar de manera responsable en el progreso de los emprendimientos, reflejando confianza, responsabilidad y calidad en los productos, de esta manera generar una rentabilidad sostenible, instaurando valor y diferencia del negocio en el mercado.

Figura 29

Auditoría de la Misión

AUDITORÍA DE LA MISIÓN			
ELEMENTOS	CUMPLE		EVIDENCIA
	SI	NO	
Concepto de si misma	✓		Se evidenció que "Somos una Microempresa dedicada a la confección y comercialización de indumentaria deportiva"
Cientes	✓		Se establece el enfoque por el cliente "facilitando a las personas comodidad para realizar todo tipo de deportes"
Mercado	✓		Se evidencia la competencia "mejorando la fabricación nacional de prendas deportivas"
Tecnología	✓		En la misión se detalla la tecnología "innovaciones tecnológicas de diseño"
Interés por la supervivencia	✓		Se evidencia el interés "generar una rentabilidad sostenible"
Interés por la imagen/marca	✓		Se evidencia "instaurando valor y diferencia del negocio en el mercado"
Interés por los empleados	✓		Se detalla "ayudando e incentivando a la mano de obra local a trabajar de manera responsable"
Principios y valores	✓		Se evidencia "reflejando confianza, responsabilidad y calidad en los productos"
Productos y servicios	✓		Se detalla "calidad en los productos"

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

4.3.2 Visión

Ser una empresa reconocida en el Ecuador siendo líder en proporcionar prendas deportivas de fabricación nacional, ofreciendo diferentes diseños y cambios para la comodidad de los clientes, con el fin de generar rentabilidad en un tiempo prolongado. A su vez brindar capacitaciones a las personas encargadas de llevar a cabo el negocio, manteniendo el valor y

diferencia del diseño hacia el mercado competitivo, determinando tanto principios como valores.

Figura 30

Auditoría de la Visión

AUDITORÍA DE LA VISIÓN			
ELEMENTOS	CUMPLE		EVIDENCIA
	SI	NO	
Concepto de sí misma	✓		Se demuestra que "Ser una empresa reconocida en el Ecuador"
Cientes	✓		Se detalla "ofreciendo diferentes diseños para la comodidad de los clientes"
Mercado	✓		Se evidencia "generando nuevos cambios"
Tecnología	✓		Se especifica "estableciendo nuevas tecnologías de diseño y la implementación del emprendimiento"
Interés por la supervivencia	✓		Se determina "generando rentabilidad en un tiempo prolongado"
Interés por la imagen/marca	✓		Se detalla "manteniendo el valor y diferencia del diseño hacia el mercado competitivo"
Interés por los empleados	✓		Se determina "Brindando capacitaciones a las personas encargadas de llevar a cabo el negocio"
Principios y valores	✓		Se especifica "determinando los principios y valores del negocio"
Productos y servicios	✓		Se evidencia "proporcionar prendas deportivas de fabricación nacional"

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda.

4.3.3 Valores Corporativos

Estos valores serán parte de la cultura organizacional de la microempresa y todos los involucrados deben ponerlos en práctica.

- **Calidad:** Cada uno de sus procesos deben ser supervisados, para que no exista ningún error dentro de ellos y así lograr un producto que supere las expectativas del cliente.
- **Confianza:** Este valor debe ser tanto para el cliente y los colaboradores de la microempresa.
- **Responsabilidad:** El compromiso a brindar un clima laboral adecuado y también cumplir con cada una de las expectativas y sugerencias del cliente.

- **Inclusión Social:** Este valor pretende incluir a personas sin discriminación alguna.
- **Integridad:** Ser tal y como se presenta en nuestros canales de comunicación ofreciéndoles un producto con todas las especificaciones mencionadas en la publicidad.
- **Pasión:** Demostrar dedicación y empoderamiento por el trabajo y atención al cliente.
- **Creatividad:** Ser innovadores en los diseños y en su calidad.

4.3.4 Objetivos Estratégicos

✓ **Objetivo General**

Lograr posicionamiento de la vestimenta deportiva confeccionada con recursos nacionales que marque la diferencia en el mercado.

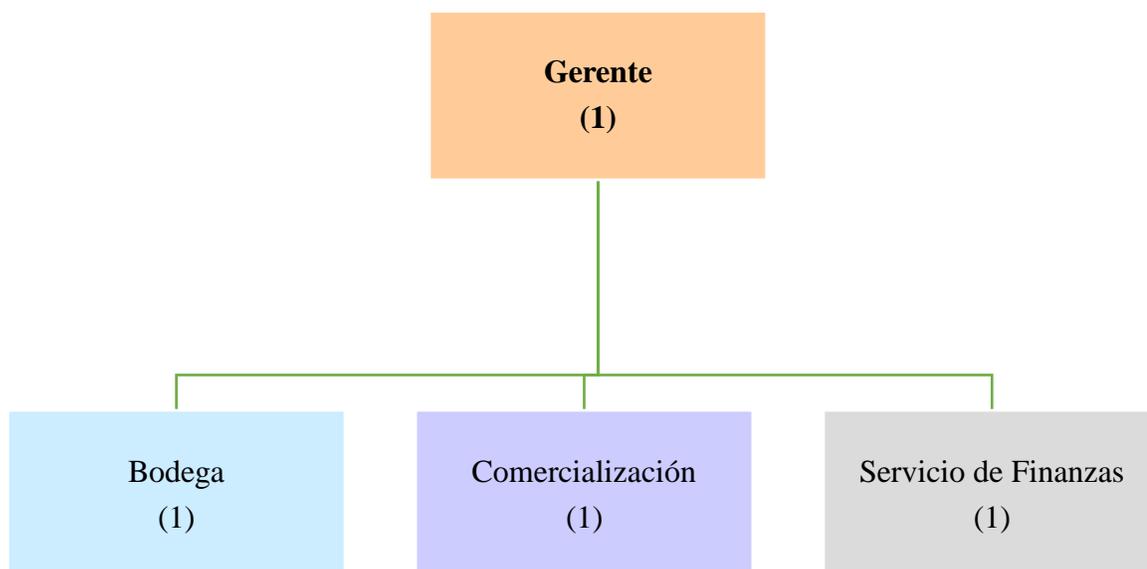
✓ **Objetivos Específicos**

- Ofrecer productos de calidad.
- Establecer una buena relación con el cliente.
- Monitorear la calidad del producto después de su entrega.
- Elaborar productos en base a las nuevas tendencias del mercado.

4.3.5 Organigrama Organizacional

Figura 31

Organigrama Organizacional de Moda Deportiva S.A

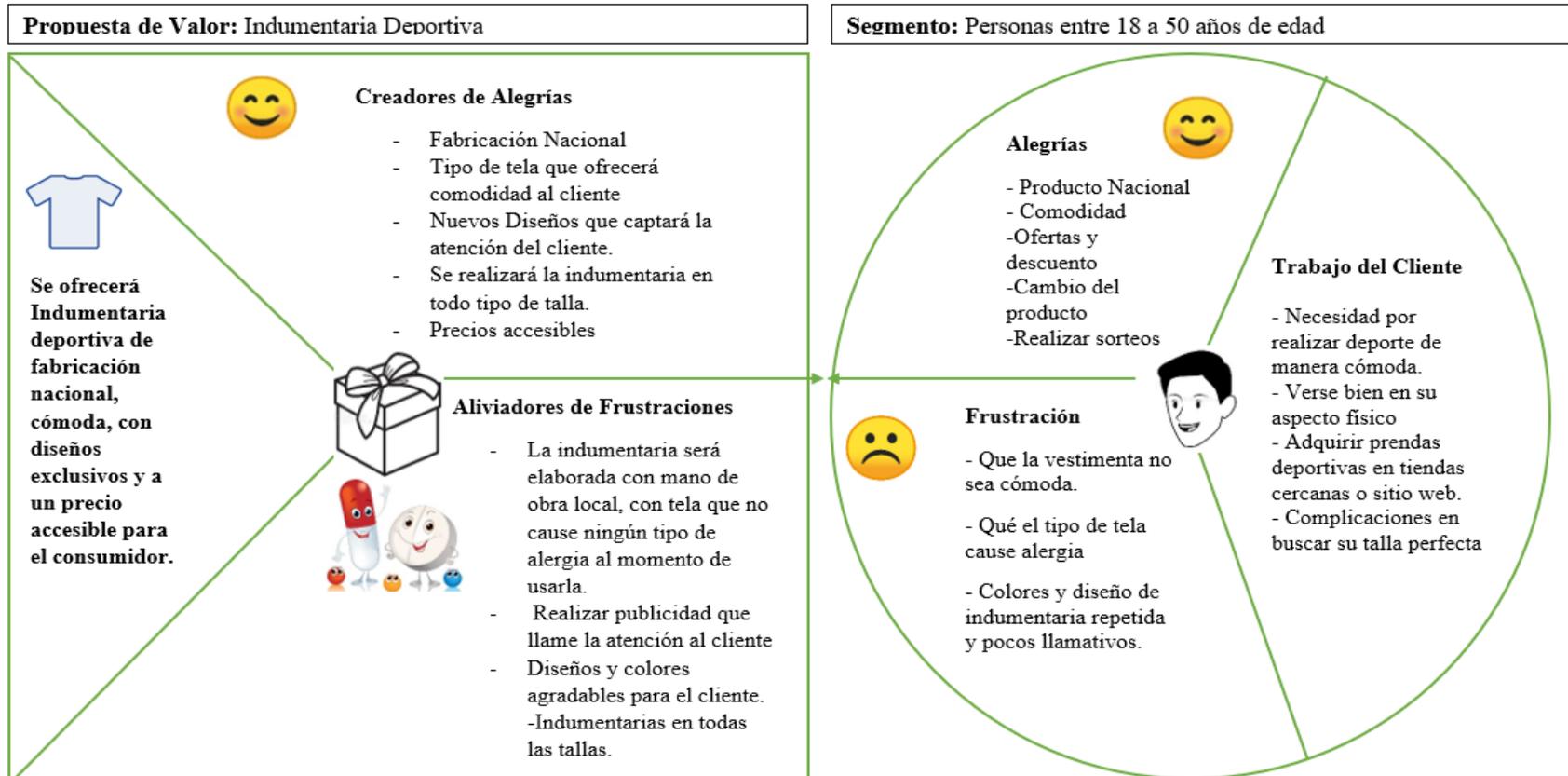


Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

4.4 Lienzo de la Propuesta de Valor

Figura 32

Lienzo de la Propuesta de Valor



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

4.5 Modelo De Negocio CANVAS

Figura 33

Modelo de Negocio CANVAS Moda Deportiva S.A



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

g

4.5.1 Segmento de Clientes

Según los análisis presentados en las encuestas, el segmento de clientes al cual estaremos dirigidos hacia hombres y mujeres de 18 a 50 años de edad, que realizan algún deporte y deseen comprar indumentaria deportiva de fabricación nacional con diseños exclusivos en la ciudad de Guayaquil.

4.5.2 Propuesta de valor

Para definir la propuesta de valor única de la microempresa “Moda Deportiva S.A” se planteó el lienzo de la propuesta de valor, donde se pudo analizar las expectativas y necesidades actuales del cliente, en función de cada una de las particularidades se desarrolló una oferta de valor ajustándose a los expectativas y requerimiento del cliente.

La propuesta de valor del proyecto es ofrecer indumentarias deportivas de fabricación nacional, elaboradas en todo tipo de tallas, con tela cómoda, que no cause ningún tipo de alergia, con diseños exclusivos, es decir serán prendas confeccionadas con colores llamativos y diseños únicos de acuerdo a las necesidades de los clientes y su precio será asequible.

Por último, la emprendedora puede considerar la idea, después de un cierto período de tiempo acogerse al proceso de maquila. A continuación, se especifican las ventajas y desventajas del proceso de la maquila:

Tabla 2*Ventajas y Desventajas de la maquila*

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • El empresario al momento de invertir se ahorraría el gasto de maquinarias. • El producto que se lleva a cabo mediante el proceso de maquila resulta de una buena calidad. • El permiso sanitario se encargaría el maquilador, entonces el empresario no se encargaría de diligenciarlo. • Tienen como una gran ventaja la liberación de impuestos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las cantidades que son producidas por los maquiladores suelen ser de volumen alto. • No cuentan con un segmento de clientes específicos y no tienen facilidad de obtención de crédito. • Los tiempos de entrega no son rápidos. • Existe mano de obra no calificada con un salario poco remunerado.

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

4.5.3 Canales

Canales de Comunicación

Los canales de comunicación que se implementarán en el negocio serán los siguientes:

- **Redes Sociales:** Se pretende dar a conocer el producto a través de plataformas digitales como lo es Facebook, Instagram, WhatsApp y YouTube logrando una captación fuerte de clientes.

- **Publicidad exterior en vehículos:** Se utilizará este medio de publicidad para que las personas puedan observarlas y captar su atención, cabe recalcar que este tipo de publicidad debe ser muy llamativa con el objetivo de crear curiosidad en el cliente, y estos serán expuestos en la parte posterior de los carros.

Canales de Distribución

Los canales de distribución que se utilizará para hacer llegar el producto al cliente serán los siguientes:

- **Supermercados:** Este canal será muy efectivo debido a que las personas son muy recurrentes a este tipo de establecimientos, por lo tanto, el producto puede ser visto y adquirido por el cliente.
- **Locales comerciales de venta de productos nacionales:** Según los análisis de las encuestas, los locales comerciales dedicados a la venta de productos nacionales tienen un alto porcentaje, por ende, este canal de distribución será muy importante debido a que los consumidores podrán acercarse al local y podrán ser atendidos con un trato amable y personalizado.

4.5.4 Relación con los clientes

La estrategia de este apartado será muy importante ya que de ella dependerá la fidelización del cliente debido a su buen trato.

La relación que se llevará con el cliente será personalizada donde se le brinde al cliente atención de buena calidad y asesoramiento sobre el uso de la indumentaria deportiva.

También se realizará a través redes sociales como es Facebook, WhatsApp e Instagram, en donde se receptorán pedidos, comentarios y sugerencias.

Su entrega será personalizada, se procurará una entrega rápida.

Asistir a eventos deportivos, donde se entregarán folletos acerca de nuestro producto.

4.5.5 Aliados claves

Los aliados claves para el desarrollo de este proyecto será solo y únicamente la persona natural encargada de implementar el negocio con un aporte de cierta cantidad de dinero que será otorgado de su jubilación.

4.5.6 Actividades claves

La actividad clave empieza por la compra de la materia prima para elaborar las diferentes indumentarias deportivas, una vez que se obtenga la materia prima se procede a la confección por parte de la costurera asignada para elaborar las prendas. La emprendedora podría considerar como una opción y si lo estima conveniente acogerse a la producción de prendas mediante el régimen de maquilas.

Por último, la vestimenta deportiva será distribuidas a los supermercados y locales comerciales.

Para una mayor acogida del producto se utilizarán las estrategias de Marketing como son las tarjetas de regalo y descuentos en sus compras.

4.5.7 Recursos claves

Los recursos principales de este proyecto serán la materia prima nacional e importada y los talleres artesanales los cuales proporcionarán el servicio de corte y confección. Otro de los recursos es el financiero, y el tecnológico, dentro del negocio se incluirá una bodega y oficina, dentro de estos se encuentran los siguientes:

Oficina

- Escritorio en L estructura metálica Silla de oficina giratoria
- Teléfono IP inalámbrico Grandstream 3 cuentas COMPUTRON
- Dispensador de Agua Whirlpool WK9001
- Aire acondicionado Split Panasonic 24000 btu para oficina
- Extintor
- Tacho de Basura para reciclar

- Dispensador de Alcohol en gel
- Computador ALL IN ONE
- Multifunción EPSON L220 Tinta continua COMPUTRÓN

Bodega

- Góndola Metálica
- Tacho de Basura para reciclar
- Extintor

4.5.8 Estructura de costes

Hemos tomado de referencia 3 tipos de Indumentaria las cuales son: blusa, pantalón y camiseta para hombre. A continuación, se detallan los precios, tipos de telas y la cantidad que se utilizan para confeccionar dichas prendas (ver anexo E).

Tabla 3

Detalle del tipo de tela y talla para la confección de blusas

TIPO DE TELAS	Blusa							
	S		M		L		XL	
	Cantidad	\$	Cantidad	\$	Cantidad	\$	Cantidad	\$
Lycra	1mt	3,94	1,25m	4,92	1,50m	5,91	2m	7,88
Algodón	1mt	3,95	1,25m	4,38	1,50m	5,92	2m	7,9
Vioto	1mt	3	1,25m	3,75	1,50m	4,5	2m	6

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 4*Detalle del tipo de tela y talla para la confección de pantalón*

Pantalón								
TIPO DE TELAS	S		M		L		XL	
	Cantidad	\$	Cantidad	\$	Cantidad	\$	Cantidad	\$
lycra	1,25 m	4,92	1,25 m	4,92	1,50m	5,91	2m	7,88
Algodón	1,25 m	4,38	1,25 m	4,38	1,50m	5,92	2m	7,9
Vioto	1,25 m	3,75	1,25 m	3,75	1,50m	4,5	2m	6

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda**Tabla 5***Detalle del tipo de tela y talla para la confección de camiseta/hombre*

Camiseta/hombre								
TIPO DE TELAS	S		M		L		XL	
	Cantidad	\$	Cantidad	\$	Cantidad	\$	Cantidad	\$
lycra	1,25m	4,92	1,50m	5,91	2m	7,88	2,5m	10,34
Algodón	1,25m	4,38	1,50m	5,92	2m	7,9	2,5m	10,09
Vioto	1,25m	3,75	1,50m	4,5	2m	6	2,5m	7,88

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

- **Costo de Fabricación**

En esta sección se detallan los valores que incurren para elaborar las indumentarias deportivas, a continuación, en cada tabla se observa el tipo de prenda, tela y tallas.

Tabla 6

Costo de Fabricación para blusas

Blusa												
Costo de fabricación	S	M	L	XL	S	M	L	XL	S	M	L	XL
	Lycra	Lycra	Lycra	Lycra	Algodón	Algodón	Algodón	Algodón	Vioto	Vioto	Vioto	Vioto
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Materia Prima	3,94	4,92	5,91	7,88	3,95	4,38	5,92	7,9	3	3,75	4,5	6
Mano de obra	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Total	13,94	14,92	15,91	17,88	13,95	14,38	15,92	17,9	13	13,75	14,5	16

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 7

Costo de Fabricación para pantalón

Costo de fabricación	Pantalón											
	S Lycra	M Lycra	L Lycra	XL Lycra	S Algodón	M Algodón	L Algodón	XL Algodón	S Vioto	M Vioto	L Vioto	XL Vioto
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Materia Prima	4,92	4,92	5,91	7,88	4,38	4,38	5,92	7,9	3,75	3,75	4,5	6
Mano de obra	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Total	14,92	14,92	15,91	17,88	14,38	14,38	15,92	17,9	13,75	13,75	14,5	16

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 8

Costo de Fabricación para camiseta de hombre

Costo de fabricación	Camiseta/hombre											
	S Lycra	M Lycra	L Lycra	XL Lycra	S Algodón	M Algodón	L Algodón	XL Algodón	S Vioto	M Vioto	L Vioto	XL Vioto
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Materia Prima	4,92	5,91	7,88	10,34	4,38	5,92	7,9	10,09	3,75	4,5	6	7,88
Mano de obra	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Total	14,92	15,91	17,88	20,34	14,38	15,92	17,9	20,09	13,75	14,5	16	17,88

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

- **Gatos Preoperacionales**

Tabla 9*Gatos Preoperacionales*

Gastos Preoperacionales			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
Trámite Registro único del Contribuyente	\$ 10,00	1	\$ 10,00
Permiso Sanitario	\$ 138,96	1	\$ 138,96
Patente Municipal	\$ 20,00	1	\$ 20,00
Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos	\$ 152,64	1	\$ 152,64
Estrategias Publicitarias			\$ 177,00
Total			\$ 498,60

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 10*Estrategias Publicitarias*

Estrategias Publicitarias			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
Diseño y creación de Página Web	\$ 62,00	1	\$ 62,00
Redes Sociales	\$ 5,00	12	\$ 60,00
Publicidad en el exterior de vehículos	\$ 55,00	1	\$ 55,00
TOTAL			\$ 177,00

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 11*Capital de Trabajo*

Capital De Trabajo			
Descripción	Costo Unitario	Anuales	Total
Gastos Administrativos	\$ 11.140,00	1	\$ 11.140,00
Costos de Venta	\$ 56.573,00	1	\$ 56.573,00
Sueldos y salarios	\$ 25.480,40	1	\$ 2.123,37
TOTAL			\$ 69.836,37

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

- **Sueldos del personal**

Tabla 12*Proyecciones de Sueldos Año 1*

Provisión de Sueldos y Beneficios Año 1													
		13°			14°			Fondo					
N° de	Sueldo	Prov.	Prov.	Fondo	Total	Total	Reserv	Vacacione	Aportes	Total	Total		
person	Mensua	Mensua	Mensua	Reserv	Total	Total	a	s	al IESS	Mensual	Annual		
a	Cargo	Sueldo	I	Annual	I	Annual	I	a	s	al IESS	Mensual	Annual	
1	Gerente	500,00	500,00	500,00	41,67	386,00	32,17	41,65	20,83	60,75	697,07	8.364,80	
1	Encargado de Finanzas MT	200,00	200,00	200,00	16,67	386,00	32,17	16,66	8,33	24,30	298,13	3.577,52	
1	Encargado de Comercialización	400,00	400,00	400,00	33,33	386,00	32,17	33,32	16,67	48,60	564,09	6.769,04	
1	Bodeguero	400,00	400,00	400,00	33,33	386,00	32,17	33,32	16,67	48,60	564,09	6.769,04	
		1.500,0	1.500,0	1.500,0		1.544,0						25.480,4	
TOTAL		0	0	0	125,00	0	128,67	124,95	62,50	182,25	2.123,37	0	

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tasa de crecimiento sueldos 2,935%

Tabla 13

Provisión de Sueldos y Beneficios Año 2													
N° de personas	Cargo	Sueldo	Sueldo			13°		14°		Fondos de		Aporte al Total	
			Mensual	Anual	Prov.	Mensual	Anual	Reserva	Vacaciones	IESS	Mensual	Total Anual	
1	Gerente	514,68	514,68	514,68	42,88958	397,33	33,1107583	42,872428	21,444792	57,386263	712,378823	8548,54588	
1	Encargado de Finanzas	205,87	205,87	205,87	17,15583	386	32,1666667	17,148971	8,5779167	25,013205	305,932593	3671,19111	
1	Encargado de Comercialización	411,74	411,74	411,74	34,31167	397,33	33,1107583	34,297942	17,155833	45,90901	576,52521	6918,30252	
1	Bodeguero	411,74	411,74	411,74	34,31167	397,33	33,1107583	34,297942	17,155833	45,90901	576,52521	6918,30252	
TOTAL		1544,03	1544	1544,03	128,6688	1577,99	131,498942	128,61728	64,334375	174,21749	2171,36184	26056,342	

Proyecciones de Sueldos Año 2

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 14*Proyecciones de Sueldos Año 3*

Provisión de Sueldos y Beneficios Año 3													
N° de perso nas	Cargo	Sueldo	Sueldo		13°		14°		Fondos			Total Mensual	Total Anual
			Mensua l	Anual	Prov. Mensual	Anual	Prov. Mensual	Anual	Reserv a	Vacacione s	Aporte al IESS		
1	Gerente	529,78	529,78	529,78	44,15	408,99	34,08	44,13	22,07	59,07	733,29	8.799,45	
1	Encargado de Finanzas	211,91	211,91	211,91	17,66	397,33	33,11	17,65	8,83	23,63	312,79	3.753,51	
1	Encargado de Comercializació n	423,82	423,82	423,82	35,32	408,99	34,08	35,30	17,66	47,26	593,45	7.121,35	
1	Bodeguero	423,82	423,82	423,82	35,32	408,99	34,08	35,30	17,66	47,26	593,45	7.121,35	
		1.589,3	1.589,3										
TOTAL		4	4	1.589,34	132,45	1.624,3	135,36	132,39	66,22	177,21	2.232,97	26.795,67	

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 15*Proyecciones de Sueldos Año 4*

Provisión de Sueldos y Beneficios Año 4												
N° personas	Cargo	Sueldo		13°		14°		Fondo		Aporte al	Total	Total
		Sueldo	Mensual	Anual	Prov. Mensual	Anual	Prov. Mensual	Reserva	Vacaciones	IESS	Mens	Anual
1	Gerente	545,33	545,33	545,33	45,44	420,99	35,08	45,43	22,72	60,80	754,81	9.057,71
1	Encargado de Finanzas	218,13	218,13	218,13	18,18	408,99	34,08	18,17	9,09	24,32	321,97	3.863,68
1	Encargado de Comercialización	436,26	436,26	436,26	36,36	420,99	35,08	36,34	18,18	48,64	610,86	7.330,37
1	Bodeguero	436,26	436,26	436,26	36,36	420,99	35,08	36,34	18,18	48,64	610,86	7.330,37
TOTAL		1.635,99	1.635,99	1.635,99	136,33	1.671,97	139,33	136,28	68,17	182,41	2.298,51	27.582,12

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 16*Proyecciones de sueldo Año 5*

Provisión de Sueldos y Beneficios Año 5												
N° de personas	Cargo	Sueldo			13°	14°		Fondos	Vacacio	Aportaci	Total	Total
		Sueldo	Mensu	al	Prov.	Prov.	de	nes	ones al	Total	Total	
				Anual	Mensual	Anual	Mensual	Reserv		IESS	Mensual	Anual
1	Gerente	561,34	561,34	561,34	46,78	433,35	36,11	46,76	23,39	62,59	776,96	9.323,55
1	Encargado de Finanzas	224,53	224,53	224,53	18,71	420,99	35,08	18,70	9,36	25,04	331,42	3.977,08
1	Encargado de Comercialización	449,07	449,07	449,07	37,42	433,35	36,11	37,41	18,71	50,07	628,79	7.545,51
1	Bodeguero	449,07	449,07	449,07	37,42	433,35	36,11	37,41	18,71	50,07	628,79	7.545,51
		1.684,0	1.684,0	1.684,0		1.721,0						
TOTAL		1	1	1	140,33	5	143,42	140,28	70,17	187,77	2.365,97	28.391,65

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

- **Muebles y enseres**

Tabla 17*Muebles y enseres de Oficina*

Muebles y Enseres			
Descripción	Costo		
	Unitario	Cant.	Total
Escritorio en L estructura metálica	\$ 200,00	1	\$ 200,00
Silla de oficina giratoria	\$ 80,64	1	\$ 80,64
Archivador metálico de 2 cajones	\$ 115,00	1	\$ 115,00
Teléfono IP inalámbrico Grandstream 3	\$ 115,18	1	\$ 115,18
Dispensador de Agua Whirlpool WK9001Q	\$ 239,00	2	\$ 478,00
Aire acondicionado Split 24000 BTU para oficina	\$ 500,00	2	\$ 1.000,00
TOTAL			\$ 1.988,82

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 18*Muebles y enseres de Bodega*

Descripción	Bodega		
	Costo Unitario	Cantidad	Total
Extintor	\$ 100,00	2	\$ 200,00
Tachos de basura plásticos 15 Lts	\$ 6,00	10	\$ 60,00
Tacho de Basura para reciclar	\$ 15,69	2	\$ 31,38
Dispensador de Jabón líquido	\$ 8,75	2	\$ 17,50
Dispensador de Alcohol en gel	\$ 8,75	2	\$ 17,50
Góndola Metálica	\$ 150,00	2	\$ 300,00
Dispensador de papel higiénico	\$ 16,50	2	\$ 33,00
TOTAL			\$ 4.126,20

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 19*Equipos de cómputo para control y facturación*

Facturación y Control			
Descripción	Costo		Total
	Unitario	Cant.	
Computador ALL IN ONE	\$ 700,00	1	\$ 700,00
Multifunción EPSON L220 Tinta continua COMPUTRÓN	\$ 250,00	1	\$ 250,00
TOTAL			\$ 950,00

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 20*Amortización Activos diferidos*

Amortizaciones							
Descripción	Valor	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Diferidos	\$ 498,60	20%	\$ 99,72	\$ 99,72	\$ 99,72	\$ 99,72	\$ 99,72
Total	\$ 498,60		\$ 99,72	\$ 99,72	\$ 99,72	\$ 99,72	\$ 99,72
ACUMULADA			\$ 99,72	\$ 199,44	\$ 299,16	\$ 398,88	\$ 498,60

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 21*Depreciaciones Inversión Inicial*

Depreciaciones Inversión Inicial							
Descripción	Valor	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	\$1.988,82	10,00%	\$ 198,88	\$ 198,88	\$ 198,88	\$ 198,88	\$ 198,88
Equipos de cómputo	\$ 950,00	33,33%	\$ 316,64	\$ 316,64	\$ 316,64	\$ -	\$ -
Total	\$2.938,82		\$ 515,52	\$ 515,52	\$ 515,52	\$ 198,88	\$ 198,88
ACUMULADA			\$ 515,52	\$1.031,03	\$1.546,55	\$1.745,43	\$ 1.944,32
Total Depreciaciones			\$ 515,52	\$ 515,52	\$ 515,52	\$ 198,88	\$ 198,88
Total Depreciaciones Acumuladas			\$ 515,52	\$ 1.031,03	\$1.546,55	\$ 1.745,43	\$ 1.944,32

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

- **Costos Variable**

Tabla 22*Costo unitario de cada producto*

Producto	Ventas de Unds por AÑO					CU	USD				
	1	2	3	4	5		Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas-lycra/S	100	120	140	160	180	13,94	1394	1756,44	2049,18	2341,92	2634,66
Blusas-lycra/M	100	120	140	160	180	14,92	1492	1879,92	2193,24	2506,56	2819,88
Blusas-lycra/L	100	120	140	160	180	15,91	1591	2004,66	2338,77	2672,88	3006,99
Blusas-lycra/XL	100	120	140	160	180	17,88	1788	2252,88	2628,36	3003,84	3379,32
Blusa- algodón/S	100	120	140	160	180	13,95	1395	1757,7	2050,65	2343,60	2636,55
Blusa-algodón/M	100	120	140	160	180	14,38	1438	1811,88	2113,86	2415,84	2717,82
Blusa-algodón/L	100	120	140	160	180	15,92	1592	2005,92	2340,24	2674,56	3008,88
Blusa-algodón/XL	100	120	140	160	180	17,9	1790	2255,4	2631,30	3007,20	3383,10
Blusa-Vioto/S	100	120	140	160	180	13	1300	1638	1911,00	2184,00	2457,00
Blusa-Vioto/M	100	120	140	160	180	13,75	1375	1732,5	2021,25	2310,00	2598,75
Blusa-Vioto/L	100	120	140	160	180	14,5	1450	1827	2131,50	2436,00	2740,50
Blusa-Vioto/XL	100	120	140	160	180	16	1600	2016	2352,00	2688,00	3024,00
Pantalón-lycra/S	100	120	140	160	180	14,92	1492	1879,92	2193,24	2506,56	2819,88
Pantalón-lycra/M	100	120	140	160	180	14,92	1492	1879,92	2193,24	2506,56	2819,88
Pantalón-lycra/L	100	120	140	160	180	15,91	1591	2004,66	2338,77	2672,88	3006,99
Pantalón-lycra/XL	100	120	140	160	180	17,88	1788	2252,88	2628,36	3003,84	3379,32
Pantalón-algodón/S	100	120	140	160	180	14,38	1438	1811,88	2113,86	2415,84	2717,82
Pantalón-algodón/M	100	120	140	160	180	14,38	1438	1811,88	2113,86	2415,84	2717,82
Pantalón-algodón/L	100	120	140	160	180	15,92	1592	2005,92	2340,24	2674,56	3008,88
Pantalón-algodón/XL	100	120	140	160	180	17,9	1790	2255,4	2631,30	3007,20	3383,10
Pantalón-Vioto/S	100	120	140	160	180	13,75	1375	1732,5	2021,25	2310,00	2598,75

Pantalón-Vioto/M	100	120	140	160	180	13,75	1375	1732,5	2021,25	2310,00	2598,75
Pantalón-Vioto/L	100	120	140	160	180	14,5	1450	1827	2131,50	2436,00	2740,50
Pantalón-Vioto/XL	100	120	140	160	180	16	1600	2016	2352,00	2688,00	3024,00
Camiseta/hombre-lycra/S	100	120	140	160	180	14,92	1492	1879,92	2193,24	2506,56	2819,88
Camiseta/hombre-lycra/M	100	120	140	160	180	15,91	1591	2004,66	2338,77	2672,88	3006,99
Camiseta/hombre-lycra/L	100	120	140	160	180	17,88	1788	2252,88	2628,36	3003,84	3379,32
Camiseta/hombre-lycra/XL	100	120	140	160	180	20,34	2034	2562,84	2989,98	3417,12	3844,26
Camiseta/hombre-algodón/S	100	120	140	160	180	14,38	1438	1811,88	2113,86	2415,84	2717,82
Camiseta/hombre-algodón/M	100	120	140	160	180	15,92	1592	2005,92	2340,24	2674,56	3008,88
Camiseta/hombre-algodón/L	100	120	140	160	180	17,9	1790	2255,4	2631,30	3007,20	3383,10
Camiseta/hombre-algodón/XL	100	120	140	160	180	20,09	2009	2531,34	2953,23	3375,12	3797,01
Camiseta/hombre-Vioto/S	100	120	140	160	180	13,75	1375	1732,5	2021,25	2310,00	2598,75
Camiseta/hombre-Vioto/M	100	120	140	160	180	14,5	1450	1827	2131,50	2436,00	2740,50
Camiseta/hombre-Vioto/L	100	120	140	160	180	16	1600	2016	2352,00	2688,00	3024,00
Camiseta/hombre-Vioto/XL	100	120	140	160	180	17,88	1788	2252,88	2628,36	3003,84	3379,32
Total	3600	4320	5040	5760	6480	565,73	56573,00	71281,98	83162,31	95042,64	106922,97

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tasa de Incremento del 5% costo de fabricación

Ventas incrementan el 20% cada año

- **Costos Fijos**

Tabla 23*Gastos Administrativos*

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	
	MENSUAL	ANUAL
Alquiler del local	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Renovación de Permisos Varios	\$ 100,00	\$ 100,00
Servicio Telefónico	\$ 25,00	\$ 300,00
Energía Eléctrica	\$ 70,00	\$ 840,00
Agua Potable	\$ 50,00	\$ 600,00
Internet	\$ 45,00	\$ 540,00
Suministros de oficina	\$ 50,00	\$ 600,00
Botellones de agua	\$ 30,00	\$ 360,00
Utensilios de Limpieza	\$ 30,00	\$ 360,00
Galón Alcohol En Gel Antibacterial Glicerina Manos	\$ 10,00	\$ 120,00
Galón Jabón Líquido Para Manos	\$ 10,00	\$ 120,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.020,00	\$ 11.140,00

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 24*Precio de Venta*

Producto	Ventas de Unds por AÑO					Precio de Venta	Año 1	AÑO 2	USD		
	1	2	3	4	5				AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Unds										
Blusas-lycra/S	100	120	140	160	180	27,88	2788	3512,88	4098,36	4683,84	5269,32
Blusas-lycra/M	100	120	140	160	180	29,84	2984	3759,84	4386,48	5013,12	5639,76
Blusas-lycra/L	100	120	140	160	180	31,82	3182	4009,32	4677,54	5345,76	6013,98
Blusas-lycra/XL	100	120	140	160	180	35,76	3576	4505,76	5256,72	6007,68	6758,64
Blusa- algodón/S	100	120	140	160	180	27,9	2790	3515,4	4101,30	4687,20	5273,10
Blusa-algodón/M	100	120	140	160	180	28,76	2876	3623,76	4227,72	4831,68	5435,64
Blusa-algodón/L	100	120	140	160	180	31,84	3184	4011,84	4680,48	5349,12	6017,76
Blusa-algodón/XL	100	120	140	160	180	35,80	3580,00	4510,8	5262,60	6014,40	6766,20
Blusa-Vioto/S	100	120	140	160	180	26,00	2600	3276	3822,00	4368,00	4914,00
Blusa-Vioto/M	100	120	140	160	180	27,50	2750,00	3465	4042,50	4620,00	5197,50
Blusa-Vioto/L	100	120	140	160	180	29,00	2900,00	3654	4263,00	4872,00	5481,00
Blusa-Vioto/XL	100	120	140	160	180	32,00	3200,00	4032	4704,00	5376,00	6048,00
Pantalón-lycra/S	100	120	140	160	180	29,84	2984	3759,84	4386,48	5013,12	5639,76
Pantalón-lycra/M	100	120	140	160	180	29,84	2984	3759,84	4386,48	5013,12	5639,76
Pantalón-lycra/L	100	120	140	160	180	31,82	3182	4009,32	4677,54	5345,76	6013,98
Pantalón-lycra/XL	100	120	140	160	180	35,76	3576	4505,76	5256,72	6007,68	6758,64
Pantalón-algodón/S	100	120	140	160	180	28,76	2876	3623,76	4227,72	4831,68	5435,64
Pantalón-algodón/M	100	120	140	160	180	28,76	2876	3623,76	4227,72	4831,68	5435,64
Pantalón-algodón/L	100	120	140	160	180	31,84	3184	4011,84	4680,48	5349,12	6017,76
Pantalón-algodón/XL	100	120	140	160	180	35,80	3580	4510,8	5262,60	6014,40	6766,20
Pantalón-Vioto/S	100	120	140	160	180	27,50	2750	3465	4042,50	4620,00	5197,50

Pantalón-Vioto/M	100	120	140	160	180	27,50	2750	3465	4042,50	4620,00	5197,50
Pantalón-Vioto/L	100	120	140	160	180	29	2900	3654	4263,00	4872,00	5481,00
Pantalón-Vioto/XL	100	120	140	160	180	32	3200	4032	4704,00	5376,00	6048,00
Camiseta/hombre-lycra/S	100	120	140	160	180	29,84	2984	3759,84	4386,48	5013,12	5639,76
Camiseta/hombre-lycra/M	100	120	140	160	180	31,82	3182	4009,32	4677,54	5345,76	6013,98
Camiseta/hombre-lycra/L	100	120	140	160	180	35,76	3576	4505,76	5256,72	6007,68	6758,64
Camiseta/hombre-lycra/XL	100	120	140	160	180	40,68	4068	5125,68	5979,96	6834,24	7688,52
Camiseta/hombre-algodón/S	100	120	140	160	180	28,76	2876	3623,76	4227,72	4831,68	5435,64
Camiseta/hombre-algodón/M	100	120	140	160	180	31,84	3184	4011,84	4680,48	5349,12	6017,76
Camiseta/hombre-algodón/L	100	120	140	160	180	35,8	3580	4510,8	5262,60	6014,40	6766,20
Camiseta/hombre-algodón/XL	100	120	140	160	180	40,18	4018	5062,68	5906,46	6750,24	7594,02
Camiseta/hombre- Vioto/S	100	120	140	160	180	27,5	2750	3465	4042,50	4620,00	5197,50
Camiseta/hombre-Vioto/M	100	120	140	160	180	29	2900	3654	4263,00	4872,00	5481,00
Camiseta/hombre-Vioto/L	100	120	140	160	180	32	3200	4032	4704,00	5376,00	6048,00
Camiseta/hombre-Vioto/XL	100	120	140	160	180	35,76	3576	4505,76	5256,72	6007,68	6758,64
Total	3600	4320	5040	5760	6480	1131,46	113146	142564	166324,6	190085,3	213846

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tasa de Incremento del 5%

Tabla 25*Estado de Resultado*

Estado de pérdidas y ganancias	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 113.146,00	\$ 142.563,96	\$ 166.324,62	\$ 190.085,28	\$ 213.845,94
Costo de venta	\$ 56.573,00	\$ 71.281,98	\$ 83.162,31	\$ 95.042,64	\$ 106.922,97
Utilidad Bruta	\$ 56.573,00	\$ 71.281,98	\$ 83.162,31	\$ 95.042,64	\$ 106.922,97
Sueldos y salarios	\$ 25.480,40	\$ 26.056,34	\$ 26.795,67	\$ 27.582,12	\$ 28.391,65
Otros gastos administrativos	\$ 11.140,00	\$ 11.697,00	\$ 12.281,85	\$ 12.895,94	\$ 13.540,74
Depreciación	\$ 515,52	\$ 515,52	\$ 515,52	\$ 198,88	\$ 198,88
Amortización	\$ 99,72	\$ 99,72	\$ 99,72	\$ 99,72	\$ 99,72
Total Gastos Operativos	\$ 37.235,64	\$ 38.368,58	\$ 39.692,75	\$ 40.776,66	\$ 42.231,00
Utilidad Operativa	\$ 19.337,36	\$ 32.913,40	\$ 43.469,56	\$ 54.265,98	\$ 64.691,97
Gastos Financieros	\$ 3.509,81	\$ 2.930,09	\$ 2.294,82	\$ 1.598,70	\$ 835,89
Utilidad	\$ 15.827,55	\$ 29.983,31	\$ 41.174,73	\$ 52.667,28	\$ 63.856,09
Participación de utilidades a empleados	\$ 2.374,13	\$ 4.497,50	\$ 6.176,21	\$ 7.900,09	\$ 9.578,41
Utilidad antes de impuestos	\$ 13.453,42	\$ 25.485,82	\$ 34.998,52	\$ 44.767,18	\$ 54.277,67
Impuesto a la Renta	\$ 3.363,35	\$ 6.371,45	\$ 8.749,63	\$ 11.191,80	\$ 13.569,42
Utilidad Neta	\$ 10.090,06	\$ 19.114,36	\$ 26.248,89	\$ 33.575,39	\$ 40.708,25

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 26*Flujo de Efectivo*

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad / Pérdida Neta		\$ 10.090,06	\$ 19.114,36	\$ 26.248,89	\$ 33.575,39	\$ 40.708,25
(-) Pago de Préstamo		\$ 9.561,24	\$ 9.561,24	\$ 9.561,24	\$ 9.561,24	\$ 9.561,24
(+) Depreciación		\$ 515,52	\$ 515,52	\$ 515,52	\$ 198,88	\$ 198,88
(+) Amortización		\$ 99,72	\$ 99,72	\$ 99,72	\$ 99,72	\$ 99,72
(+) Recuperación de Capital de Trabajo						\$ 69.836,37
(-) Capital Propio	\$ - 36.636,89					
Flujo Final		\$ 1.144,06	\$ 10.168,36	\$ 17.302,89	\$ 24.312,75	\$ 101.281,98

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 27*Indicadores*

Descripción	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos de efectivo		\$ 1.144,06	\$ 10.168,36	\$ 17.302,89	\$ 24.312,75	\$ 101.281,98
Inversión Inicial	\$ (73.273,79)					
Flujos Netos	\$ (73.273,79)	\$ 1.144,06	\$ 10.168,36	\$ 17.302,89	\$ 24.312,75	\$ 101.281,98

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 28*Valor Actual Neto y Tasa Interno de Retorno*

TMAR	12,17%
VAN	\$ 20.484,04
TIR	18,88%
Payback	5 años

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 29*Cálculo TMAR INV*

CÁLCULO TMAR INV			
Tasa de Inflación			-0,21%
Premio al Riesgo del inversionista (TI x PR)			15,00%
			-0,03%
TMAR			14,76%
	TMAR	Ponderación	
TMAR Riesgo INV	14,76%	50%	7,38%
TMAR Banco	9,58%	50%	4,79%
		TMAR Global	12,17%

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Tabla 30*Tiempo de Recuperación Descontado*

Tiempo de Recuperación Descontado			
Periodo	Flujos	VP Flujos	Acumulado
0	\$ (73.273,79)	\$ (73.273,79)	\$ (73.273,79)
1	\$ 1.144,06	\$1.019,94	\$ 72.253,85
2	\$ 10.168,36	\$8.081,71	\$ 64.172,14
3	\$ 17.302,89	\$12.260,19	\$ 51.911,95
4	\$ 24.312,75	\$15.358,15	\$ 36.553,80
5	\$101.281,98	\$57.037,85	\$ 20.484,04
		\$20.484,04	

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

4.5.9 Flujo de ingresos

Tabla 31

Balance general proyectado						
ACTIVOS	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Caja/Bancos	69.836,37	70.980,42	81.148,78	98.451,67	122.764,42	224.046,40
Total Activos Corrientes	69.836,37	70.980,42	81.148,78	98.451,67	122.764,42	224.046,40
Activos Fijos						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Muebles y Enseres	1.988,82	1.988,82	1.988,82	1.988,82	1.988,82	1.988,82
Equipo de Computo	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00
(-) Depreciación Acumulada	\$	-(515,52)	-(1.031,03)	-(1.546,55)	-(1.745,43)	-(1.944,32)
Total Activos Fijos	2.938,82	2.423,30	1.907,79	1.392,27	1.193,39	994,50
Activos Diferidos						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Preoperacionales	498,60	498,60	498,60	498,60	498,60	498,60
(-) Amortización Acumulada	\$	-(99,72)	-(199,44)	-(299,16)	-(398,88)	-(498,60)
Total Activos Diferidos	498,60	398,88	299,16	199,44	99,72	\$
Total Activos	73.273,79	73.802,61	83.355,73	100.043,38	124.057,53	225.040,91
PASIVOS Y PATRIMONIO						
Pasivos						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Préstamo Bancario	36.636,89	27.075,65	17.514,41	7.953,17	(1.608,07)	(11.169,31)
Total de Pasivos	36.636,89	27.075,65	17.514,41	7.953,17	(1.608,07)	(11.169,31)
Patrimonio						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Capital Social	36.636,89	36.636,89	36.636,89	36.636,89	36.636,89	36.636,89
Utilidad del Ejercicio	\$	- 10.090,06	19.114,36	26.248,89	33.575,39	40.708,25
Utilidades Retenidas (+) Recuperación de Activos	\$	\$	- 10.090,06	29.204,42	55.453,32	89.028,71
	\$	\$	\$	\$	\$	69.836,37
Total Patrimonio	36.636,89	46.726,96	65.841,32	92.090,21	125.665,60	236.210,22
Total Pasivo + Patrimonio	73.273,79	73.802,61	83.355,73	100.043,38	124.057,53	225.040,91

Balance general de la microempresa Moda Deportiva S.A Balance general de la microempresa Moda Deportiva S.A

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

La Principal fuente de ingresos de la microempresa Moda Deportiva S.A, serán las ventas generadas de las prendas deportivas.

Tabla 32*Proyección de ventas*

Producto	Ventas de Unds por AÑO					Precio de Venta	USD				
	1 Unds	2	3	4	5		Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas-lycra/S	100	120	140	160	180	27,88	2788	3512,88	4098,36	4683,84	5269,32
Blusas-lycra/M	100	120	140	160	180	29,84	2984	3759,84	4386,48	5013,12	5639,76
Blusas-lycra/L	100	120	140	160	180	31,82	3182	4009,32	4677,54	5345,76	6013,98
Blusas-lycra/XL	100	120	140	160	180	35,76	3576	4505,76	5256,72	6007,68	6758,64
Blusa- algodón/S	100	120	140	160	180	27,9	2790	3515,4	4101,30	4687,20	5273,10
Blusa-algodón/M	100	120	140	160	180	28,76	2876	3623,76	4227,72	4831,68	5435,64
Blusa-algodón/L	100	120	140	160	180	31,84	3184	4011,84	4680,48	5349,12	6017,76
Blusa-algodón/XL	100	120	140	160	180	35,80	3580,00	4510,8	5262,60	6014,40	6766,20
Blusa-Vioto/S	100	120	140	160	180	26,00	2600	3276	3822,00	4368,00	4914,00
Blusa-Vioto/M	100	120	140	160	180	27,50	2750,00	3465	4042,50	4620,00	5197,50
Blusa-Vioto/L	100	120	140	160	180	29,00	2900,00	3654	4263,00	4872,00	5481,00
Blusa-Vioto/XL	100	120	140	160	180	32,00	3200,00	4032	4704,00	5376,00	6048,00
Pantalón-lycra/S	100	120	140	160	180	29,84	2984	3759,84	4386,48	5013,12	5639,76
Pantalón-lycra/M	100	120	140	160	180	29,84	2984	3759,84	4386,48	5013,12	5639,76
Pantalón-lycra/L	100	120	140	160	180	31,82	3182	4009,32	4677,54	5345,76	6013,98
Pantalón-lycra/XL	100	120	140	160	180	35,76	3576	4505,76	5256,72	6007,68	6758,64
Pantalón-algodón/S	100	120	140	160	180	28,76	2876	3623,76	4227,72	4831,68	5435,64
Pantalón-algodón/M	100	120	140	160	180	28,76	2876	3623,76	4227,72	4831,68	5435,64
Pantalón-algodón/L	100	120	140	160	180	31,84	3184	4011,84	4680,48	5349,12	6017,76
Pantalón-algodón/XL	100	120	140	160	180	35,80	3580	4510,8	5262,60	6014,40	6766,20
Pantalón-Vioto/S	100	120	140	160	180	27,50	2750	3465	4042,50	4620,00	5197,50
Pantalón-Vioto/M	100	120	140	160	180	27,50	2750	3465	4042,50	4620,00	5197,50
Pantalón-Vioto/L	100	120	140	160	180	29	2900	3654	4263,00	4872,00	5481,00
Pantalón-Vioto/XL	100	120	140	160	180	32	3200	4032	4704,00	5376,00	6048,00
Camiseta/hombre-lycra/S	100	120	140	160	180	29,84	2984	3759,84	4386,48	5013,12	5639,76

Camiseta/hombre-lycra/M	100	120	140	160	180	31,82	3182	4009,32	4677,54	5345,76	6013,98
Camiseta/hombre-lycra/L	100	120	140	160	180	35,76	3576	4505,76	5256,72	6007,68	6758,64
Camiseta/hombre-lycra/XL	100	120	140	160	180	40,68	4068	5125,68	5979,96	6834,24	7688,52
Camiseta/hombre-algodón/S	100	120	140	160	180	28,76	2876	3623,76	4227,72	4831,68	5435,64
Camiseta/hombre-algodón/M	100	120	140	160	180	31,84	3184	4011,84	4680,48	5349,12	6017,76
Camiseta/hombre-algodón/L	100	120	140	160	180	35,8	3580	4510,8	5262,60	6014,40	6766,20
Camiseta/hombre-algodón/XL	100	120	140	160	180	40,18	4018	5062,68	5906,46	6750,24	7594,02
Camiseta/hombre- Vioto/S	100	120	140	160	180	27,5	2750	3465	4042,50	4620,00	5197,50
Camiseta/hombre-Vioto/M	100	120	140	160	180	29	2900	3654	4263,00	4872,00	5481,00
Camiseta/hombre-Vioto/L	100	120	140	160	180	32	3200	4032	4704,00	5376,00	6048,00
Camiseta/hombre-Vioto/XL	100	120	140	160	180	35,76	3576	4505,76	5256,72	6007,68	6758,64

Total	3600	4320	5040	5760	6480	1131,46	113146	142564	166324,6	190085,3	213846
--------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	----------------	---------------	---------------	-----------------	-----------------	---------------

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Costo Variable Total	56573,00	71281,98	83162,31	95042,64	106922,97
-----------------------------	----------	----------	----------	----------	-----------

Costo Variable Unitario	\$15,71	\$16,50	\$16,50	\$16,50	\$16,50
--------------------------------	---------	---------	---------	---------	---------

Precio Venta Unitario	31,43	33,00	34,65	36,38	38,20
------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Sueldos Anual	\$ 25.480,40	\$ 26.056,34	\$ 26.795,67	\$ 27.582,12	\$ 28.391,65
----------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Gastos	11140,00	11140,00	11140,00	11140,00	11140,00
---------------	----------	----------	----------	----------	----------

Costos fijos	\$ 36.620,40	\$ 37.196,34	\$ 37.935,67	\$ 38.722,12	\$ 39.531,65
---------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

La forma de pago que maneja la microempresa con sus clientes será al contado o crédito.

4.6 Factibilidad Económica

Para determinar la factibilidad económica se evaluarán cada uno de los aspectos financieros del negocio y se lo proyectará a 5 años, en cada uno de los años se mostrará el punto de equilibrio en cantidades y dólares juntamente con su gráfico.

Tabla 33

Datos para elaborar la factibilidad económica

Para determinar el punto de equilibrio en cantidades y dólares, se dio uso a las siguientes fórmulas:

$$Q_e = \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{Precio Unitario} - \text{CV unitario})}$$
$$P.e \$ = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{(\text{CV unitario})}{(\text{PV unitario})}}$$

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

4.6.1 Punto de Equilibrio

Año 1

Cantidad de equilibrio: 2330

P.e \$: \$73.240,80

Tabla 34

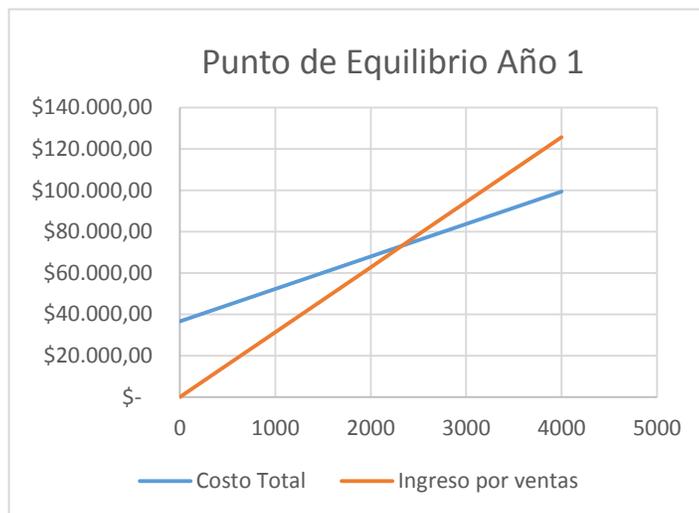
Punto de Equilibrio Año 1

Unidades	Año 1	
	Costo Total	Ingreso por ventas
0	\$ 36.620,40	0
500	\$ 44.477,76	15714,72222
1000	\$ 52.335,12	31429,44444
1500	\$ 60.192,48	47144,16667
2000	\$ 68.049,84	62858,88889
2500	\$ 75.907,21	78573,61111
3000	\$ 83.764,57	94288,33333
3500	\$ 91.621,93	110003,0556
4000	\$ 99.479,29	125717,7778

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Figura 34

Gráfico Punto de Equilibrio Año 1



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Año 2

Cantidad de equilibrio: 2254

P.e \$: \$74.392,68

Tabla 35

Punto de Equilibrio Año 2

Año 2		
Unidades	Costo Total	Ingreso por ventas
0	\$ 37.196,34	0
500	\$ 45.446,57	16500,45833
1000	\$ 53.696,80	33000,91667
1500	\$ 61.947,03	49501,375
2000	\$ 70.197,26	66001,83333
2500	\$ 78.447,49	82502,29167
3000	\$ 86.697,72	99002,75
3500	\$ 94.947,94	115503,2083
4000	\$ 103.198,17	132003,6667

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Figura 35

Gráfico Punto de Equilibrio Año 2



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Año 3

Cantidad de equilibrio: 2090

P.e \$: \$72.422,64

Tabla 36

Punto de Equilibrio Año 3

Año 3		
Unidades	Costo Total	Ingreso por ventas
0	\$ 37.935,67	0
500	\$ 46.185,90	17325,48125
1000	\$ 54.436,13	34650,9625
1500	\$ 62.686,36	51976,44375
2000	\$ 70.936,59	69301,925
2500	\$ 79.186,82	86627,40625
3000	\$ 87.437,05	103952,8875
3500	\$ 95.687,27	121278,3688
4000	\$ 103.937,50	138603,85

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Figura 36

Gráfico Punto de Equilibrio Año 3



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Año 4

Cantidad de equilibrio: 1947

P.e \$: \$70.856,66

Tabla 37

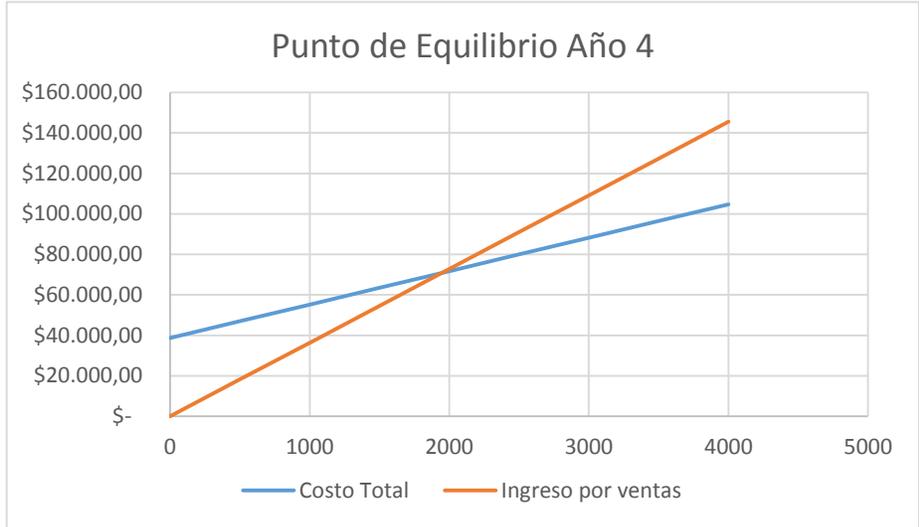
Punto de Equilibrio Año 4

Año 4		
Unidades	Costo Total	Ingreso por ventas
0	\$ 38.722,12	0
500	\$ 46.972,35	18191,75531
1000	\$ 55.222,58	36383,51063
1500	\$ 63.472,81	54575,26594
2000	\$ 71.723,04	72767,02125
2500	\$ 79.973,27	90958,77656
3000	\$ 88.223,50	109150,5319
3500	\$ 96.473,72	127342,2872
4000	\$ 104.723,95	145534,0425

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Figura 37

Gráfico Punto de Equilibrio Año 4



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Año 5

Cantidad de equilibrio: 1822

P.e \$: \$69.588,03

Tabla 38

Punto de Equilibrio Año 5

Año 5		
Unidades	Costo Total	Ingreso por ventas
0	\$ 39.531,65	0
500	\$ 47.781,88	19101,34308
1000	\$ 56.032,11	38202,68616
1500	\$ 64.282,34	57304,02923
2000	\$ 72.532,57	76405,37231
2500	\$ 80.782,80	95506,71539
3000	\$ 89.033,03	114608,0585
3500	\$ 97.283,25	133709,4015
4000	\$ 105.533,48	152810,7446

Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Figura 38

Gráfico Punto de Equilibrio Año 5



Fuente: Elaborado por Ericka Mindiolaza, Joshelyn Miranda

Conclusiones

- ✓ Se realizó un estudio de mercado mediante el cual se obtuvo las características y preferencias en la adquisición de indumentaria deportiva de confección nacional, a los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento, identificando que existe aceptación de adquirir vestimenta deportiva confeccionada con mano de obra local.
- ✓ El desarrollo de la metodología CANVAS proporcionó información relevante mediante sus nueve bloques para establecer la información de las actividades claves, los socios claves, recursos claves, las relaciones con los clientes, segmentos de clientes, canales, la estructura de costes junto con las fuentes de ingreso y sobre todo se determinó que la propuesta de valor será la fabricación y comercialización nacional de indumentaria deportiva.
- ✓ Se elaboró la factibilidad económica del modelo de negocios con el fin de obtener una estructura sobre las fuentes de ingreso e inversión. El estudio de factibilidad permitió mediante la determinación del punto de equilibrio identificar desde qué momento de fabricación y comercialización de las unidades, el negocio comienza a generar rentabilidad.
- ✓ La emprendedora considera realizar la confección de las prendas deportivas mediante fabricación local y no descarta en un cierto tiempo la oportunidad de acogerse al régimen de maquila para la fabricación de las prendas deportivas.

Recomendaciones

- ✓ Definir la periodicidad de realizar estudios de mercados que le permita a la emprendedora identificar las tendencias, es decir que el estudio de mercado debe actualizarse constantemente de acuerdo a las tendencias, satisfaciendo cada una de las necesidades de los clientes y de esta manera obtener su fidelización.
- ✓ Establecer constantemente estrategias de marketing como son las tarjetas de regalo, descuentos y de esta manera incentivar a los clientes a la compra de las indumentarias deportivas, mantener comunicaciones periódicas con los clientes para obtener mejores resultados en el negocio, llevar a cabo actualizaciones de información en las publicaciones por medio de las redes y demostrar tal como se indicó en la propuesta de valor que las prendas deportivas con fabricación nacional son de calidad.
- ✓ Realizar revisiones periódicas a las cifras del estado financiero de manera que permita a la emprendedora poder identificar situaciones que se puedan generar de los posibles cambios y detectar errores operativos en el negocio. Cuando se establece una revisión es aconsejable que se planifique o segmente la revisión y de esta manera recopilar información oportuna.
- ✓ Es recomendable que se incrementen las alianzas con talleres artesanales para la confección de indumentaria deportiva e incentivar el apoyo económico a los pequeños negocios de los talleres artesanales y de esta manera generar un crecimiento en el sector textil con mano de obra local.

Bibliografía

- Aguirre, R. (2017). *USM*. Obtenido de https://www.academia.edu/24382088/AN%C3%81LISIS_INDUSTRIAL_DEL_MERCADO_TEXTIL_ECUATORIANA
- AITE. (0416 de 2018). Exportación por tipo de producto 2017. Obtenido de <https://www.aite.com.ec/estadisticas/2017/EXPORT.%202017%20%20TIPO%20DE%20PRODUCTO.pdf>
- AITE. (10 de 05 de 2019). *Aite (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador)*. Obtenido de <https://www.aite.com.ec/estadisticas/2018/EXPORT%202018%20TIPO%20PRODUCTO.pdf>
- Alvarado-Reséndiz, J. L., García-Munguía, M., & López-Yáñez, A. (2018). Factores que influyen en los consumidores para la elección de un producto a considerar por las PyMEs. *XIKUA Boletín Científico De La Escuela Superior De Tlahuelilpan*, 6(12). doi:<https://doi.org/10.29057/xikua.v6i12.3206>
- Burdiles, P., Castro, M., & Simian, D. (2019). Planificación y factibilidad de un proyecto de investigación clínica. *Revista médica clínica las Condes*, 11.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2017). *¿Maquilar o producir?* Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-sector-agricola-y-agroindustrial/Noticias-2017/Maquilar-o-produci>
- De Lavalley Y., C., & Niño M., L. (2017). *Repositorio EAFIT*. Obtenido de file:///C:/Users/Joshelyn%20Miranda/Downloads/LuisFelipe_Ni%C3%B1oMontoya_Carolina_DeLavalleyepes_2018.pdf
- Demanda de mercado. (2018). *Enciclopedia Económica*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/demanda-de-mercado/>
- Echeverría, C. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Revista Publicando*, 4(13). Obtenido de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/836/pdf_604
- Ecuatextil. (2020). *Feria de Negocios en Insumos para la Confeción Textil y Moda*. Obtenido de <https://www.ecuatextil.com.ec/>

- El Comercio. (18 de Octubre de 2019). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/cartas/industria-textil-nacional-reduccion-aranceles.html>
- El Universo. (22 de Enero de 2020). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/01/22/nota/7701795/guayaquil-firman-acuerdo-innovacion-empresas>
- Fábregues, S., Meneses, J., Rodríguez, D., & Hélene, M. (2016). *Técnicas de investigación social y educativa*. UOC.
- Ferreira-Herrera, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo y Desarrollo*, 23(107). Obtenido de <http://dx.doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>
- Flores, J. (10 de julio de 2018). *Derecho.com*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/microempresa?fbclid=IwAR1Thk4ryMEhEQKHOj793AL5p2KsBOPQF5jKek6ozmqwmyEKeHtSQME9PEY>
- García, I. (19 de Septiembre de 2017). *Economía simple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/viabilidad>
- Gómez , S. (26 de mayo de 2020). *EOB Fashion,Luxury&Retail*. Obtenido de <https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-textil-en-el-ecuador/>
- Gómez-Cortés, L. V. (2018). *Repositorio Universidad Cooperativa de Colombia* . Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/3969/2/2018_aplicacion_modelo_negocios.pdf
- González Litman , T. (6 de diciembre de 2018). *Fashion Network*. Obtenido de <https://pe.fashionnetwork.com/news/Las-exportaciones-textiles-de-ecuador-crecen-en-un-5-8-,1042825.html>
- Gordón, C. (2015). *Repositorio UTA*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/16744/1/T2867i.pdf>
- Lafayette. (06 de Septiembre de 2019). *La industria textil dentro de la economía latinoamericana*. Obtenido de <https://www.lafayette.com/la-industria-textil-dentro-de-la-economia-latinoamericana/>

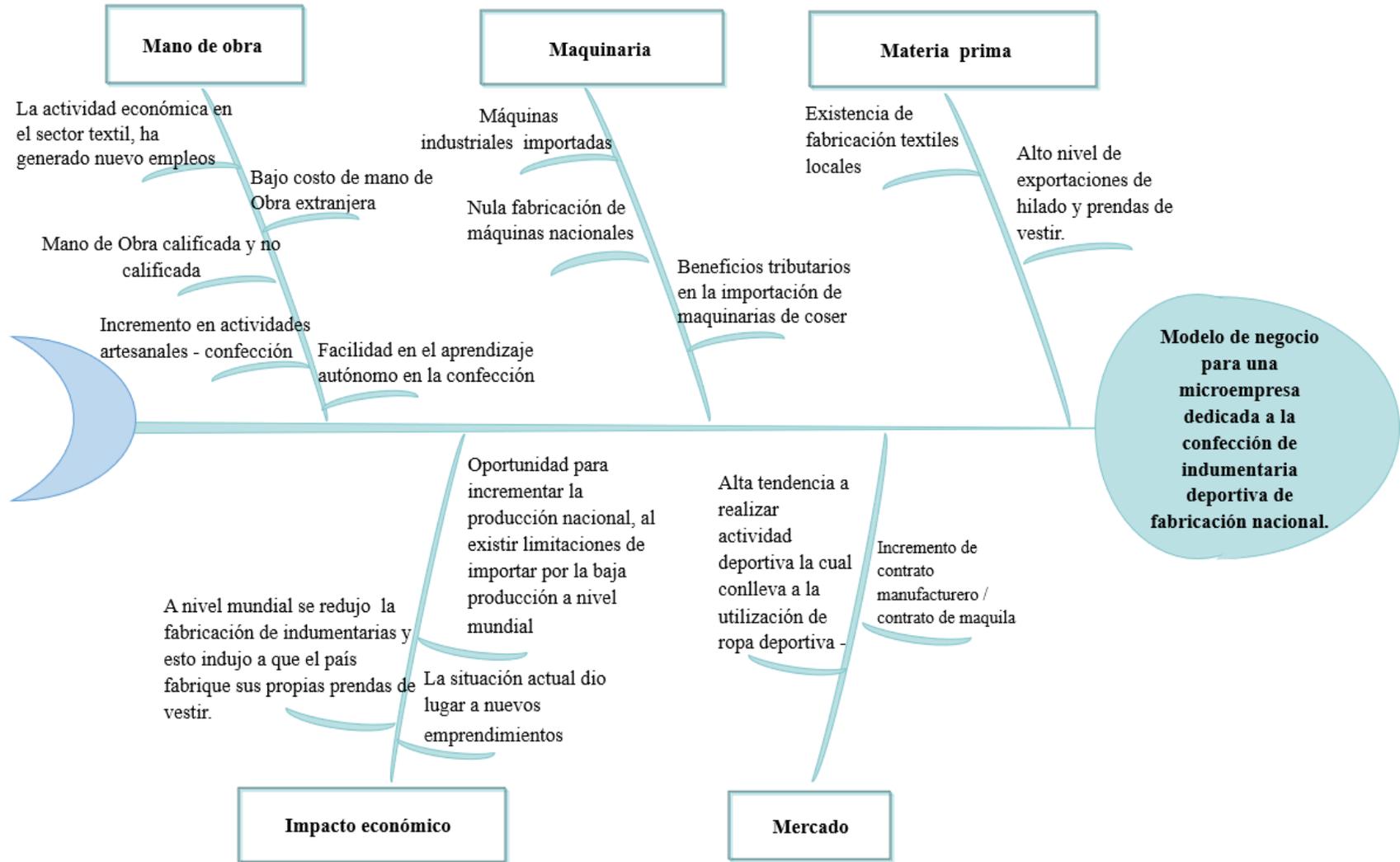
- Maciá N., F. (2018). *Estrategias de Marketing digital*. ANAYA Multimedia. Obtenido de https://www.amazon.es/kindle/dp/B07K2W5YF6/ref=rdr_kindle_ext_eos_detail
- Mahorte. (27 de febrero de 2020). *Magnet* . Obtenido de <https://magnet.xataka.com/preguntas-no-tan-frecuentes/paises-que-ropa-exportan-al-resto-planeta-ilustrados-mapa>
- Merino, M., Pintado, T., Sánchez, J., & Grande, I. (2015). *Introducción a la investigación*. Madrid: Esic. Obtenido de <https://unac.edu.mx/wp-content/uploads/2020/02/INTRODUCCION-A-LA-INVESTIGACION-DE-MERCADOS.pdf>
- Moreno, D. (14 de Marzo de 2018). *¿Qué es la rentabilidad?* Obtenido de <https://www.finanzasparamortales.es/que-es-la-rentabilidad/>
- Muñoz, M., Durán, F., & González, M. (2016). Contrabando y su impacto en el sector textil ecuatoriano, durante el período 2010-2015. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Obtenido de <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/contrabando.html>
- Nacional, A. (28 de Febrero de 2020). *Fielweb*. Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf
- Navarro, J. (Diciembre de 2015). *Nivel socioeconómico*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/nivel-socioeconomico.php>
- Negocios* . (lunes de abril de 2015). Obtenido de <https://negocios.elpais.com.uy/empresas/exportacion-mundial-ropa-mueve-ano-us-millones.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20cifras%20de%20la%20Organizaci%C3%B3n,mercado%20que%20vende%20US%24%20480.000>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2015). *Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*. Deusto. Obtenido de <https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/disenando-la-propuesta-de-valor>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2020). *Generación de modelos de negocios*. (T. Clark, Ed.) DEUSTO. Obtenido de <http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>

- PYMES. (2018). *Enciclopedia Económica*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/pymes/>
- Quezada Sebastián, Abril Ximena. (2019). *Universidad del Azuay*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9116>
- Raffino, María Estela;. (2020). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/industria-textil/>
- Repositorio UG. (Marzo de 2018). *Repositorio UG*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/29015/1/TRABAJO%20FINAL%20YAGUAL%20CA%C3%91ARTE.pdf>
- Rojas M., Jaimes L., & Valencia M. (2017). Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo. *Revista Espacios*, 39(06), 15. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p11.pdf>
- Universo, E. (08 de Junio de 2018). Textileros de Ecuador apuntan a triplicar su exportación. *Textileros de Ecuador apuntan a triplicar su exportación*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/06/08/nota/6798695/textileros-apuntan-triplicar-su-exportacion>
- Vázquez G., J., & Hiraes P., M. (2018). *Herramientas metodológicas para la investigación transdisciplinaria en las ciencias sociales*. CIDE. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/328597715_Herramientas_metodologicas_para_la_investigacion_transdisciplinaria_en_las_ciencias_sociales/link/5cc71a6ca6fdcc1d49b859af/download
- Vélez Restrepo , X., & Ortiz Restrepo , S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 346-369. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5802889.pdf>
- Yépez, R., Muyulema, J., Ormaza, F., & Sánchez, R. (2019). Instrumento de diagnóstico para el análisis y mejora de las operaciones de confección. *Revista Scielo*, 7(39), 24. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/riit/v7n39/2007-9753-riit-7-39-1.pdf>
- Yépez, R., Ormaza, M., & Flores, D. (2019). *Métodos Cuantitativos. Aplicación en la toma de decisiones en la administración de confección textil*. (Vol. 13). Obtenido de <https://www.eumed.net/libros/1805/index.html>

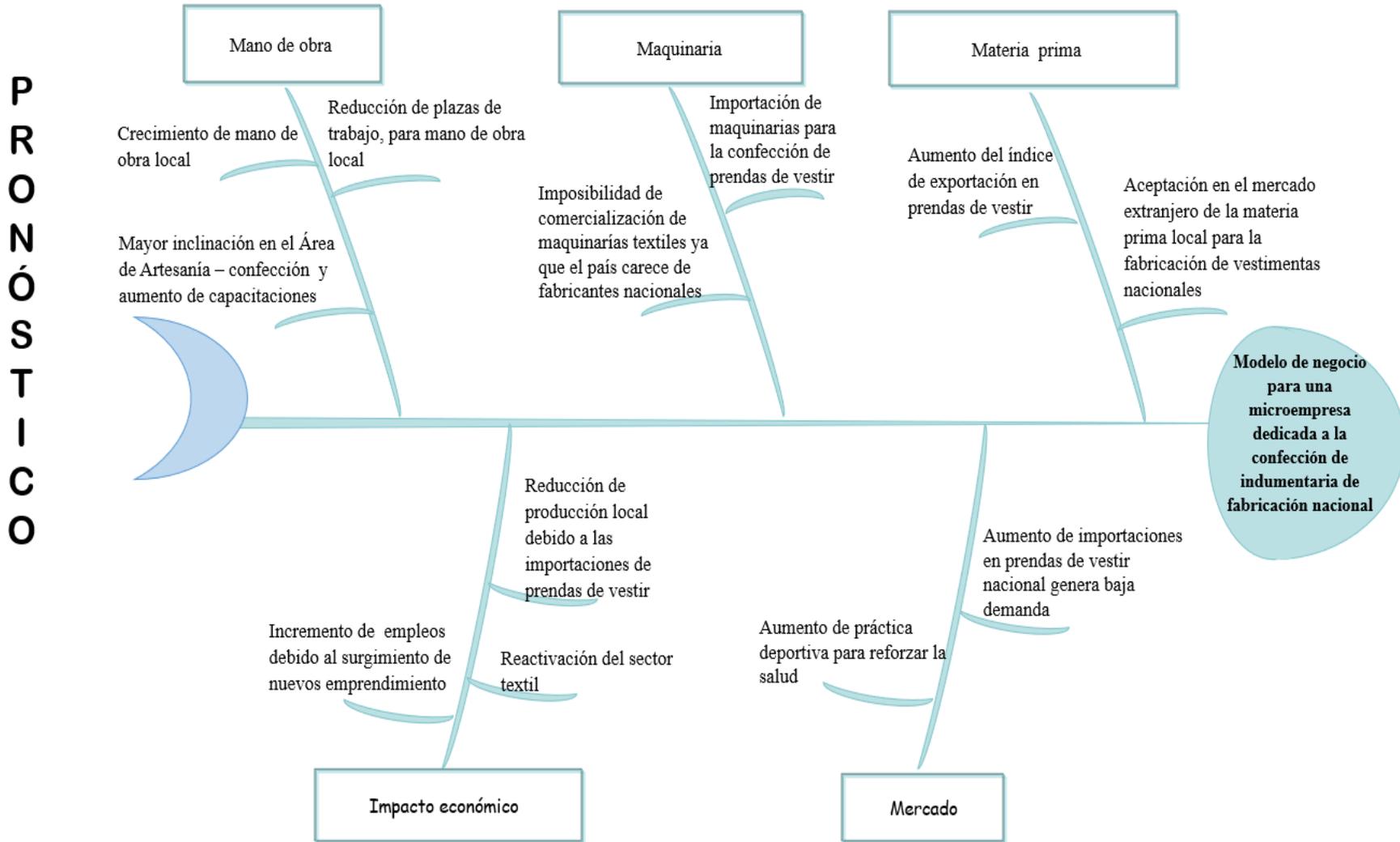
Anexos

Anexo A Diagrama de Ishikawa - Diagnóstico

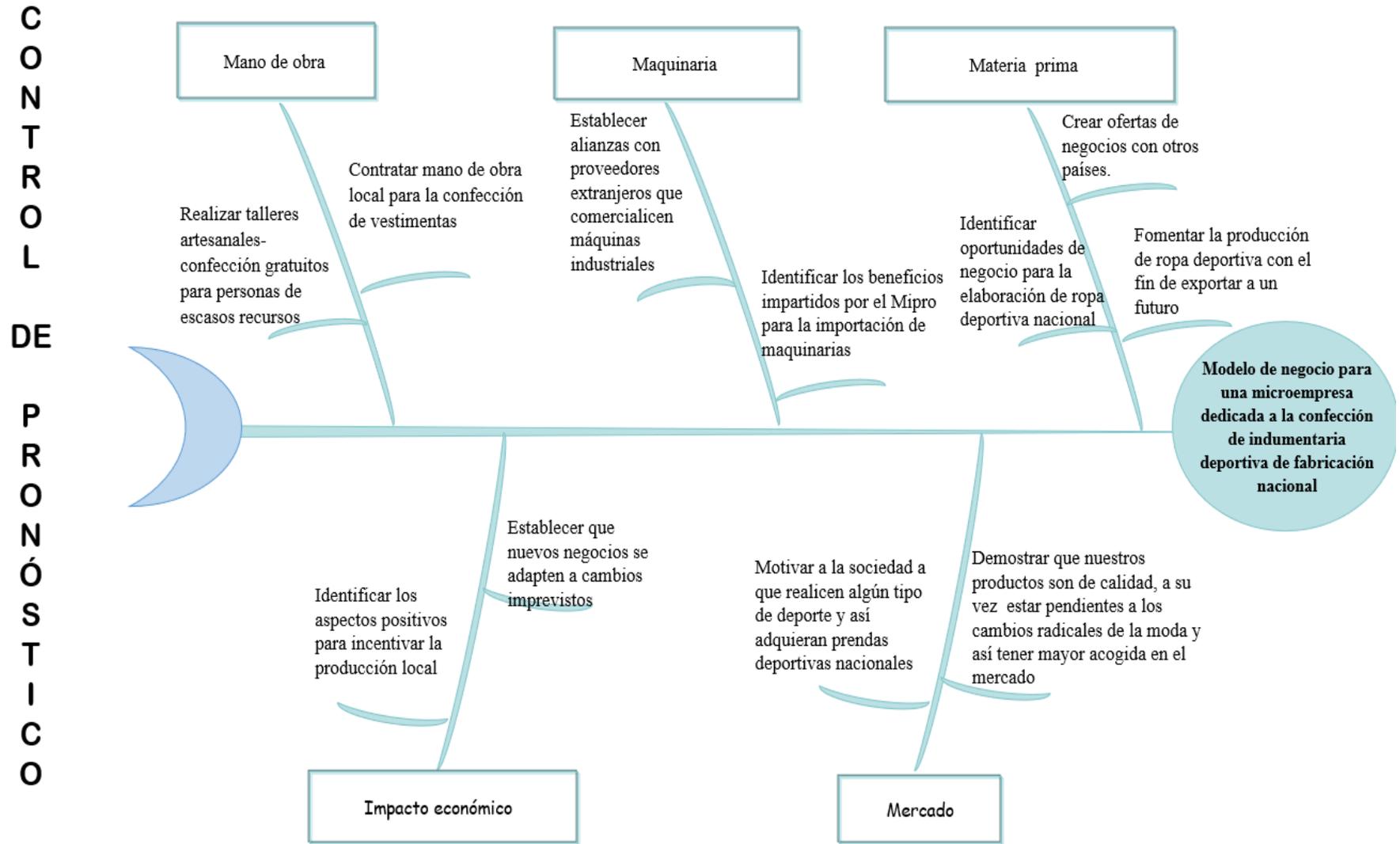
D
I
Á
G
N
O
S
T
I
C
O



Anexo B Diagrama de Ishikawa - Pronóstico



Anexo C Diagrama de Ishikawa - Control de pronóstico



Anexo D Matriz de consistencia

Objetivo General	Hipótesis General	Sistematización del Problema	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas o Particulares
<p>Diseñar un modelo de negocio para una microempresa dedicada a la confección de indumentaria deportiva utilizando la metodología CANVAS, que permita fomentar el emprendimiento local, en los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento de la Universidad de Guayaquil.</p>	<p>El diseño de un modelo de negocio para una microempresa dedicada a la confección de indumentaria deportiva utilizando la metodología CANVAS, incidiría en la generación de empleos y subempleos, así como también fomentar el emprendimiento, en los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento de la Universidad de Guayaquil</p>	<p>¿Cómo influye la realización de un estudio de mercado sobre las preferencias de indumentarias a los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento de la Universidad de Guayaquil que practican deportes?</p> <p>¿Cuáles son los beneficios de elaborar la estructuración del modelo CANVAS para una microempresa dedicada a la confección de indumentaria deportiva?</p> <p>¿Cómo aportaría la determinación de la factibilidad del modelo de negocio propuesto para la microempresa de confección de indumentaria</p>	<p>Realizar un estudio de preferencias en la adquisición de indumentaria deportiva de fabricación nacional, en los estudiantes que practican deportes, matriculados en la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento de la Universidad de Guayaquil.</p> <p>Elaborar la estructuración del modelo CANVAS basado en sus 9 bloques que permitan identificar la propuesta de valor que ofrece el proyecto.</p> <p>Determinar la factibilidad económica del modelo de negocio propuesto para la microempresa de confección de indumentaria deportiva.</p>	<p>La realización de un estudio de mercado a los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento de la Universidad de Guayaquil, que practican deportes, influirá en la afinidad sobre las preferencias en comprar indumentaria deportiva de fabricación nacional.</p> <p>La estructuración del modelo CANVAS para una microempresa dedicada a la confección de indumentaria deportiva, generará beneficios.</p> <p>Si, se determina la factibilidad del modelo de negocio para la microempresa de confección de indumentaria deportiva, aportaría con</p>

deportiva?

información relevante sobre la viabilidad del negocio.

¿Qué efecto obtendría el emprendedor al conocer el detalle de las ventajas y desventajas de la actividad de maquila en el sector textil que ofrecen las industrias nacionales?

Detallar las ventajas y desventajas de acogerse a la actividad de maquila en el sector textil que ofrecen las industrias nacionales, con la finalidad de facilitar la toma de decisiones del emprendedor interesado.

El detalle de las ventajas y desventajas de acogerse a la actividad de maquila que ofrecen las industrias nacionales en el sector textil, facilitará al emprendedor en la toma de decisiones.

Anexo E Tipo de tela, precio y procedencia

Tipos de tela	Valor (metro)	Procedencia
 <p>Algodón</p>	\$3,95	Importada
 <p>Lycra</p>	\$3,94	Importada
 <p>Poliéster</p>	\$3,80	Importada
 <p>Spandex</p>	\$4,00	Importada
 <p>Neymar</p>	\$3,18	Importada
 <p>Cuba</p>	\$2,99	Nacional
 <p>Vioto</p>	\$ 3,00	Nacional

Anexo F Cuestionario de Encuesta

Cuestionario de Encuesta

OBJETIVO: Conocer el impacto que tendrían los estudiantes de la Universidad de Guayaquil matriculados en la Carrera de ISCE ciclo I período 2020-201, al ofertarse indumentaria deportiva de fabricación nacional.

INSTRUCCIONES: A continuación, lea atentamente y conteste de una forma convincente, marcando la opción correcta en las siguientes preguntas.

Sexo:

Masculino:

Femenino:

Edad:

18-25

25-32

32-39

40-50

En qué sector de Guayaquil usted reside:

Norte:

Centro:

Sur:

Otros lugares fuera de Guayaquil

1) ¿Actualmente usted practica algún tipo de deporte?

Siempre

Casi siempre

A veces

Muy pocas veces

Nunca

2) ¿Para la práctica deportiva con qué frecuencia utiliza indumentarias deportivas?

Muy frecuentemente

Frecuentemente

Poco frecuente

Muy poco frecuente

Nada frecuente

3) ¿Qué tipo de indumentaria deportiva usaría al momento de realizar deporte?

Pantalones

Shorts

Lycras

Crop top deportivas

Buzos

4) ¿Estaría dispuesto a adquirir prendas deportivas de fabricación nacional con la calidad de un producto importado?

Definitivamente Si

Muy probablemente

Probablemente

Poco probable

Nada probable

5) ¿Qué tipo de tela le gustaría usar en su ropa deportiva?

Algodón

Lycra

Poliéster

Lino

Spandex

6) ¿Qué factores considera usted motivantes al momento de comprar ropa deportiva?

Precio

Calidad

Tipo de tela

Diseño

Comodidad

Colores

7) Actualmente usted decide comprar vestimenta deportiva en:

Locales comerciales de venta de productos nacionales

Locales comerciales de venta de productos Importados

Locales artesanales

Revistas de productos importados

Tiendas Online

8) ¿Con qué frecuencia compra ropa deportiva al año?

Mensual

Trimestral

Una vez al año

Al año

Nunca

9) ¿Al momento de requerir ropa deportiva considera usted las tendencias de moda vigentes?

Muy Frecuente

Frecuente

Indiferente

Poco Frecuente

Nada Frecuente

10) ¿Qué sugerencias considera usted que necesita implementarse en la ropa deportiva?

Análisis de Encuestas

Anexo G Edad, Género y Sector

		Género							
		Femenino				Masculino			
		En qué sector de Guayaquil usted reside:				En qué sector de Guayaquil usted reside:			
		Centro	Norte	Otro lugar fuera de Guayaquil	Sur	Centro	Norte	Otro lugar fuera de Guayaquil	Sur
Edad	18-25	5	18	38	18	2	15	24	11
	26-32	5	11	8	6	3	7	7	4
	33-39	1	4	5	5	1	2	1	4
	40-50	0	3	5	0	1	0	3	1

Anexo H Pregunta 1 ¿Actualmente usted práctica algún tipo de deporte?

1) ¿Actualmente usted práctica algún tipo de deporte?

		Muy pocas					
		A veces	Casi siempre	veces	Nunca	Siempre	Total
Género	Femenino	40	24	36	17	18	135
	o Masculino	34	14	13	5	23	89
Total		74	38	49	22	41	224

1) ¿Actualmente usted práctica algún tipo de deporte?

		Muy pocas					
		A veces	Casi siempre	veces	Nunca	Siempre	Total
Edad	18-25	49	21	32	12	22	136
	26-32	12	12	9	5	14	52
	33-39	8	3	7	3	2	23
	40-50	5	2	1	2	3	13
Total		74	38	49	22	41	224

Anexo I Pregunta 2 ¿Para la práctica deportiva con qué frecuencia utiliza indumentarias deportivas?

2) ¿Para la práctica deportiva con qué frecuencia utiliza indumentarias deportivas?							
		Frecuente	Muy frecuente	Muy poco frecuente	Nada frecuente	Poco frecuente	Total
Edad	18-25	29	25	34	15	28	131
	26-32	17	13	2	9	10	51
	33-39	4	5	2	5	7	23
	40-50	4	3	1	2	3	13
Total		54	46	39	31	48	218

2) ¿Para la práctica deportiva con qué frecuencia utiliza indumentarias deportivas?

2) ¿Para la práctica deportiva con qué frecuencia utiliza indumentarias deportivas?							
		Frecuente	Muy frecuente	Muy poco frecuente	Nada frecuente	Poco frecuente	Total
Género	Femenino	31	25	26	25	28	135
	Masculino	24	23	13	8	21	89
Total		55	48	39	33	49	224

Anexo J Pregunta 3 ¿Qué tipo de indumentaria deportiva usaría al momento de realizar deporte?

3) ¿Qué tipo de indumentaria deportiva usaría al momento de realizar deporte?

	Buzos	Crop top deportivas	Lycras	Pantalones	Shorts	Total
Edad 18-25	13	10	40	19	49	131
26-32	4	3	19	13	12	51
33-39	2	2	8	5	6	23
40-50	3	2	5	1	2	13
Total	22	17	72	38	69	218

3) ¿Qué tipo de indumentaria deportiva usaría al momento de realizar deporte?

3) ¿Qué tipo de indumentaria deportiva usaría al momento de realizar deporte?

	Buzos	Crop top deportivas	Lycras	Pantalones	Shorts	Total
Género Femenino	13	14	67	16	25	135
Masculino	11	3	8	22	45	89
Total	24	17	75	38	70	224

Anexo K Pregunta 4 ¿Estaría dispuesto a adquirir prendas deportivas de fabricación nacional con la calidad de un producto importado?

4) ¿Estaría dispuesto a adquirir prendas deportivas de fabricación nacional con la calidad de un producto importado?

	Definitivamente Si	Muy probablemente	Nada Probable	Poco probable	Probablemente	Total
Edad 18-25	63	27	1	5	35	131
26-32	30	12	2	5	2	51
33-39	11	5	0	4	3	23
40-50	9	3	0	1	0	13
Total	113	47	3	15	40	218

4) ¿Estaría dispuesto a adquirir prendas deportivas de fabricación nacional con la calidad de un producto importado?

4) ¿Estaría dispuesto a adquirir prendas deportivas de fabricación nacional con la calidad de un producto importado? Total

		Definitivamente	Muy	Nada Probable	Poco probable	Probablemente		
		Si	probablemente					
Género	Femenino	63	32	1	13	26	135	
	Masculino	53	17	2	2	15	89	
Total		116	49	3	15	41	224	

Anexo L Pregunta 5 ¿Qué tipo de tela le gustaría usar en su ropa deportiva?

5) ¿Qué tipo de tela le gustaría usar en su ropa deportiva?							
		Algodón	Lino	Lycra	Poliéster	Spandex	Total
Edad	18-25	47	0	46	21	17	131
	26-32	21	2	13	9	6	51
	33-39	15	1	4	3	0	23
	40-50	5	1	4	2	1	13
Total		88	4	67	35	24	218

5) ¿Qué tipo de tela le gustaría usar en su ropa deportiva?

5) ¿Qué tipo de tela le gustaría usar en su ropa deportiva?		Total

		Algodón	Lino	Lycra	Poliéster	Spandex	
Género	Femenino	56	2	47	14	16	135
	Masculino	36	2	22	21	8	89
Total		92	4	69	35	24	224

Anexo M Pregunta 6 ¿Qué factores considera usted motivantes al momento de comprar ropa deportiva?

6) ¿Qué factores considera usted motivantes al momento de comprar ropa deportiva?

		Calidad	Comodidad	Diseño	Precio	Tipo de tela	Total
Edad	18-25	48	30	11	29	13	131
	26-32	15	14	1	19	2	51
	33-39	7	6	2	8	0	23
	40-50	5	1	2	3	2	13
Total		75	51	16	59	17	218

6) ¿Qué factores considera usted motivantes al momento de comprar ropa deportiva?

Recuento

6) ¿Qué factores considera usted motivantes al momento de comprar ropa deportiva?

Calidad Comodidad Diseño Precio Tipo de tela Total

Género Femenino	47	30	12	35	11	135
Masculino	30	21	5	27	6	89
Total	77	51	17	62	17	224

Anexo N Pregunta 7 Actualmente usted decide comprar vestimenta deportiva en:

7) Actualmente usted decide comprar vestimenta deportiva en:

Edad	Locales artesanales	Locales comerciales de venta de productos Importados	Locales comerciales de venta de productos nacionales	Revistas de productos importados	Tiendas Online	Total
18-25	12	36	60	6	17	131
26-32	7	12	21	7	4	51
33-39	5	3	9	4	2	23
40-50	1	4	4	1	3	13
Total	25	55	94	18	26	218

7) Actualmente usted decide comprar vestimenta deportiva en:

Total

		Locales comerciales de venta de productos Importados	Locales comerciales de venta de productos nacionales	Revistas de productos importados	Tiendas Online		
Género	Femenino	14	29	60	17	15	135
	Masculino	11	28	36	1	13	89
Total		25	57	96	18	28	224

Anexo O Pregunta 8 ¿Con qué frecuencia compra ropa deportiva al año?

8) ¿Con qué frecuencia compra ropa deportiva al año?						
		Mensual	Nunca	Trimestral	Una vez al año	Total
Edad	18-25	20	8	36	67	131
	26-32	11	5	20	15	51
	33-39	2	3	9	9	23
	40-50	0	3	8	2	13
Total		33	19	73	93	218

8) ¿Con qué frecuencia compra ropa deportiva al año?

8) ¿Con qué frecuencia compra ropa deportiva al año?

		Mensual	Nunca	Trimestral	Una vez al año	Total
Género	Femenino	22	13	38	62	135
	Masculino	12	6	37	34	89
Total		34	19	75	96	224

Anexo P Pregunta 9 ¿Al momento de requerir ropa deportiva considera usted las tendencias de moda vigentes?

9) ¿Al momento de requerir ropa deportiva considera usted las tendencias de moda vigentes?

		Frecuente	Indiferente	Muy frecuente	Nada frecuente	Poco frecuente	Total
Edad	18-25	52	24	27	8	20	131
	26-32	15	11	13	6	6	51
	33-39	4	8	5	3	3	23
	40-50	4	4	1	2	2	13
Total		75	47	46	19	31	218

9) ¿Al momento de requerir ropa deportiva considera usted las tendencias de moda vigentes?

9) ¿Al momento de requerir ropa deportiva considera usted las tendencias de moda vigentes?

	Frecuente	Indiferente	Muy frecuente	Nada frecuente	Poco frecuente	Total
Género Femenino	45	25	31	13	21	135
Masculino	30	27	16	6	10	89
Total	75	52	47	19	31	224