



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMATICA**

**ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL
CARRERA INGENIERIA COMERCIAL.**

**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: INGENIERA COMERCIAL**

TEMA:

**PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INDUMENTARIAS DE ALTA
MONTAÑA CON MARCA PROPIA, EN LA PARROQUIA GUANUJO,
CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2017.**

AUTORA:

MARLENE BEATRIZ CHACHA PASTO

DIRECTOR:

ING. MARIO ENRIQUE ESCOBAR G.

PARES ACADÉMICOS

**ING. ROBERTO VITERI
ING. MARLON GARCÍA**

GUARANDA-ECUADOR

AÑO 2018

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

A quien interese:

**ING. MARIO ENRIQUE ESCOBAR G. DOCENTE DIRECTOR, DEL
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN,**

CERTIFICA:

Que las sugerencias y recomendaciones realizadas por mi persona en calidad de Director del presente Proyecto de Investigación Titulado **"PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INDUMENTARIAS DE ALTA MONTAÑA CON MARCA PROPIA EN LA PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2017"** de autoría de **CHACHA PASTO MARLENE BEATRIZ**, estudiante de la Carrera de Ingeniería Comercial; ha sido acogida satisfactoriamente, Reúne los requisitos correspondientes a las normas establecidas en el Reglamento de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, por lo tanto, Faculto a su Autora para que continúe con los trámites legales pertinentes.

Es todo cuanto puedo certificar.

Guaranda, 11 Mayo del 2018



**ING. MARIO ENRIQUE ESCOBAR G.
DIRECTOR**



AUTORÍA NOTARIADO

DRA. MSc. GINA CLAVIJO CARRION
Notaria Cuarta del Cantón Guaranda.

ESCRITURA N° 20180201004P01080

DECLARACIÓN JURAMENTADA

OTORGA:

MARLENE BEATRIZ CHACHA PASTO.

CUANTÍA: INDETERMINADA

Di 2 COPIA

En el Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, República del Ecuador, a los ocho días del mes de junio del año dos mil dieciocho, ante mí **DRA. MSC. GINA LUCIA CLAVIJO CARRIÓN, NOTARIA CUARTA DEL CANTÓN GUARANDA** comparecen con plena capacidad, libertad y conocimiento, a la celebración de la presentes escritura; la señora **MARLENE BEATRIZ CHACHA PASTO**, por sus propios y personales derechos en calidad de **OTORGANTE**. La compareciente declara ser de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, de estados civil casada, de ocupación estudiante, domiciliado en el cantón de Guaranda, celular número cero nueve ocho cinco cinco seis siete ocho nueve seis, correo electrónico marlenchacha124@gamil.com, hábil en derecho para contratar y contraer obligaciones, a quien de conocer doy fe, en virtud de haberme exhibido sus documentos de identificación en base a la cual obtengo la certificación de datos biométricos del Registro Civil, mismo que agrego a esta escritura como documentos habilitantes. Advertida la compareciente por mí la Notaria de los efectos y resultados de esta escritura, así como examinados que fue en forma aislada y separa de que comparece al otorgamiento de esta escritura sin coacción, amenazas, temor reverencial, ni promesa o seducción, declara: Yo, **MARLENE BEATRIZ CHACHA PASTO**, declaro que: los criterios e ideas emitidos en el presente trabajo de investigación titulado "**PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INDUMENTARIAS DE ALTA MONTAÑA CON MARCA PROPIA, EN LA PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2017**", Autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de lo que contiene esta obra. Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial, otorgado por la Universidad Estatal de Bolívar a través de la Facultad de Ciencias de la Administración Gestión Empresarial e Informática,. Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad.- Para su otorgamiento se observaron los preceptos de ley y leída que le fue al compareciente íntegramente, por mí la Notaria, aquella se ratifica en todas sus partes y firma conmigo en unidad de acto, incorporando al protocolo de esta Notaria la presente escritura de Declaración Juramentada, de todo lo cual doy fe.-----

Marlene Chacha
SRA. MARLENE BEATRIZ CHACHA PASTO.
C.C. 0201802881



Gina Clavijo Carrion
DRA. MSc. GINA LUCIA CLAVIJO CARRION
NOTARIA CUARTA DEL CANTÓN GUARANDA.

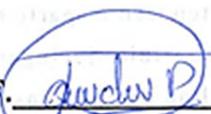


AUTORÍA DE TRABAJO

Yo, **CHACHA PASTO MARLENE BEATRIZ**, en calidad de autora del trabajo de investigación: “**PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INDUMENTARIAS DE ALTA MONTAÑA CON MARCA PROPIA, EN LA PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2017**”, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de lo que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponde, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Así mismo autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la ley Orgánica de Educación Superior.

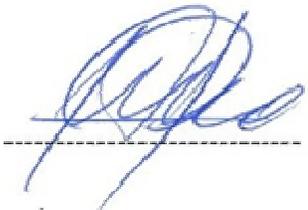
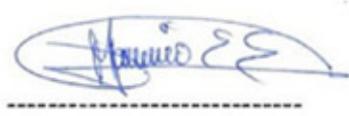
F. 

Autora: Marlene Beatriz Chacha Pasto

CI. 0201802881



APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

TRIBUNAL DE DEFENSA	FECHA	FIRMA
Econ. Sergio Fierro PRESIDENTE (E)	11/05/2018	
Ing. Mario Escobar G. DIRECTOR	11/05/2018	
Ing. Roberto Viteri PAR ACADEMICO 1	11/05/2018	
Dr.C. Marlon García PAR ACADEMICO 2	11/05/2018	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

Yo, Ing. **MARIO ESCOBAR G.**, director del proyecto de investigación certifico que la Srta. **MARLENE BEATRIZ CHACHA PASTO**, estudiante de la carrera de Ingeniería Comercial dentro de la modalidad de Titulación (Proyecto de Investigación); ha cumplido con la revisión a través de la herramienta URKUND, el día 11 de abril del 2018, del final del Proyecto de Investigación denominado **“PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INDUMENTARIA DE ALTA MONTAÑA CON MARCA PROPIA, EN LA PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2017”**, dando como resultado un 6% de coincidencia porcentaje que se encuentra dentro del parámetro establecido.

Es todo cuanto puedo certificar.

Guaranda, 11 de Abril del 2018



ING. MARIO ENRIQUE ESCOBAR G.
DIRECTOR

DEDICATORIA

Este logro se la dedico a mi Dios por darme salud, amor y sabiduría para llegar a completar mi formación profesional.

Este triunfo es gracias a mi amado esposo por demostrar siempre su apoyo incondicional y enseñarme que siempre hay una luz al final de camino, a mis más preciados tesoros, mis hijos quienes han sido y son mi mayor motivación, inspiración y felicidad, los mismos que han sido el pilar para culminar mi meta.

A mis queridos padres quienes me enseñaron a no rendirme y vencer cualquier obstáculo que se me presente en el camino y no perder la esperanza de conseguir mis objetivos; y, finalmente se lo dedico a mis maestros de cátedra por la colaboración y aportes brindados para la elaboración de este proyecto.

Marlene Chacha

AGRADECIMIENTO

A Dios por su infinito amor, por estar delante de mí en todo momento, por darme las fuerzas necesarias para culminar con éxito mi carrera.

A mis padres, hermanos e hijos y en especial a mi esposo por su apoyo manifestado en el proceso de mi estudio y culminación de la tesis.

Al Ing. Mario Escobar y Pares Académicos Ing. Marlon García e Ing. Roberto Viteri por su apoyo incondicional, su confianza en las ideas impartidas por su capacidad intelectual y académica lo cual ha sido un guía extraordinario en nuestra formación profesional y en la realización de la tesis

A la Alma Mater Universidad Estatal de Bolívar ya que fue un privilegio pasar por sus aulas adquiriendo y desarrollando conocimiento para formarme hoy como una profesional.

Marlene Chacha

CONTENIDO GENERAL

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	II
AUTORÍA NOTARIADO.....	III
AUTORÍA DE TRABAJO	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	V
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO.....	VI
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
CONTENIDO GENERAL.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIV
ÍNDICE DE APÉNDICE	XV
RESUMEN EJECUTIVO.....	XVI
ABSTRACT	XVII
INTRODUCCIÓN	1
REVISIÓN DE LA LITERATURA	2
Importancia de la Microempresa.....	2
Función y Cuidado	9
Ropa Adecuada Para Montañismo	10
METODOLOGÍA DE ESTUDIO.....	11
Tipos de Investigación	13
Investigación de Campo.....	13

Métodos de la Investigación	13
Técnicas e Instrumento Para la Obtención de Datos.....	14
UNIVERSO Y MUESTRA.	15
RESULTADOS.....	18
Análisis e Interpretación de Resultados	18
ESTADO DE RESULTADOS.....	37
Evaluación Financiera.....	39
CONCLUSIONES	47
RECOMENDACIONES	48
BIBLIOGRAFÍA	49
APÉNDICE.....	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Universo para el Cálculo de la Muestra	16
Tabla 2 Distribución de Encuestas	17
Tabla 3 Edad de los encuestados.....	18
Tabla 4 Práctica de Deportes de Aventura	19
Tabla 5 Tipo de Deporte de Aventura que Practica	20
Tabla 6 Frecuencia con que práctica su deporte	21
Tabla 7 Uso de Ropa Adecuada para la Práctica de su deporte	22
Tabla 8 Compra y alquiler de indumentaria para la práctica de su deporte	23
Tabla 9 Adquisición de tipo de ropa deportiva para la práctica de su deporte de aventura.....	24
Tabla 10 Adquisición de prendas por año para la práctica de su deporte de aventura...	25
Tabla 11 Costo por la compra de chompa para la práctica deportiva	26
Tabla 12 Costo por la compra de Pantalón para la práctica deportiva.....	27
Tabla 13 Costo por la compra de Chaqueta para la práctica deportiva.....	28
Tabla 14 Costo por la compra de Licra para la práctica deportiva	29
Tabla 15 Aspecto a considerar al momento de la compra de la indumentaria deportiva	30
Tabla 16 Marca de la indumentaria que adquieren para la práctica de deporte de aventura.....	31
Tabla 17 Locales comerciales de indumentarias de deportes de aventura.....	32
Tabla 18 Dificultad en la compra de indumentaria de deporte de aventura.....	33
Tabla 19 Conformidad con el uso de la indumentaria deportiva de aventura.....	34
Tabla 20 Causas de inconformidad de la indumentaria de aventura que utilizan	35

Tabla 21	Nivel de aceptación para la creación de la Microempresa.....	36
Tabla 22	Estado de Resultados	37
Tabla 23	Estado de Situación Financiera Anual	38
Tabla 24	Formula de la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable.....	39
Tabla 25	Valor Actual Neto	40
Tabla 26	Van positivo	40
Tabla 27	Van Negativo	40
Tabla 28	Tasa Interna de Retorno	41
Tabla 29	Tasa interna de retorno.....	42
Tabla 30	Periodo de recuperación de la inversión	42
Tabla 31	Índice de Solvencia	42
Tabla 32	Prueba del Acido	43
Tabla 33	Relación Activo Total	43
Tabla 34	Endeudamiento.....	43
Tabla 35	Apalancamiento.....	44
Tabla 36	Margen Neto en Ventas.....	44
Tabla 37	Rentabilidad de Patrimonio.....	44
Tabla 38	Rentabilidad del Activo.....	44
Tabla 39	Ingresos Actualizados	45
Tabla 40	Costos Actualizados	45
Tabla 41	Relación Beneficio Costo.....	45

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N 1: Edad de los Encuestados	18
Gráfico N 2 : Práctica de deportes de Aventura	19
Gráfico N 3: Deporte de Aventura que Práctica	20
Gráfico N 4: Frecuencia de Práctica de Deporte de Aventura	21
Gráfico N 5: Uso de Ropa Adecuada para la Práctica de su deporte.....	22
Gráfico N 6: Compra y alquiler de indumentaria para la práctica de su deporte.....	23
Gráfico N 7: Adquisición de prendas para la práctica de deporte de aventura	24
Gráfico N 8: Prendas que adquiere anualmente para la práctica de deporte de aventura.....	25
Gráfico N 9: Precio que pagan por la chompa que adquieren	26
Gráfico N 10: Precio que pagan por el pantalón que adquieren.....	27
Gráfico N 11: Precio que pagan por la chaqueta que adquieren	28
Gráfico N 12: Precio que pagan por la licra que adquieren	29
Gráfico N 13: Aspectos que considera al momento de adquirir la ropa deportiva	30
Gráfico N 14: Marca de indumentaria para la práctica de deporte de aventura.....	31
Gráfico N 15: Locales para la adquisición de indumentarias de deportes de aventura... ..	32
Gráfico N 16: Dificultad para adquirir ropa deportiva de aventura	33
Gráfico N 17: Conformidad con la indumentaria de aventura.....	34
Gráfico N 18: Causas de inconformidad por el uso de indumentaria de aventura.....	35
Gráfico N 19: Nivel de aceptación para la creación de la Microempresa.....	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Gestión administrativa.....	4
Figura 2 Gestión administrativa.....	5
Figura 3 Herramientas de marketing.....	6
Figura 4 Estructura del estudio del proyecto	12

ÍNDICE DE APÉNDICE

Apéndice 1: Encuestas a los deportistas de aventura	51
Apéndice 2 Control de calidad en el taller El Cingular	54
Apéndice 3 Revisión del proceso de confección de las prendas	54
Apéndice 4 Mapa Geográfico de la Ubicación de la Microempresa Waranka Cía. Ltda.....	55

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de Investigación – Emprendimiento para la **“Creación de una microempresa productora y comercializadora de indumentarias de montañismo con marca propia, en la parroquia Guanujo, cantón Guaranda, provincia Bolívar”**, servirá de apoyo para los accionistas fortalezcan sus vidas en el vivir diario y demostrar que hay personal con visión de futuro y deseos de superación.

Por medio de la creación de la microempresa se da cumplimiento a los objetivos propuestos partiendo específicamente del Estudio de Mercado en el que se aplicaron las encuestas respectivas a las personas de acuerdo a la muestra con la finalidad de conocer sus gustos y preferencias al momento de adquirir prendas de vestir para la práctica de deporte de aventura como, montañismo, ciclismo y trekking.

Se realizó el estudio de pre-factibilidad determinando el lugar más apropiado para la implementación de la microempresa, calculando la demanda y oferta actual y futura a fin de determinar si el déficit o demanda insatisfecha se cubrirá con el proyecto en los próximos años.

Se realizó los cuadros de costos de producción, administración y ventas, seguido se realizó el análisis financiero con la obtención del VAN y TIR, dando como resultado que el proyecto es factible, lo cual nos impulsa a implementar decididamente la microempresa que estará ubicada en la parroquia urbana de Guanujo en el Barrio Nueva Generación Calle U5 y s/n, a tres cuadras al Norte de la Unidad Educativa San Pedro y que beneficiara en su totalidad a turistas y deportistas quienes podrán optar por productos de calidad acorde a sus necesidades.

ABSTRACT

The present research project - entrepreneurship for the "**Creation of a micro-producer and marketer of clothing of mountaineering with brand, in the parish of Guanujo, canton Guaranda, province Bolívar**", will support strengthen shareholders for their lives in daily living and demonstrate that there are staff with vision and desire to overcome.

Through the creation of micro-enterprises is given compliance objectives based on specifically market study in which respective surveys were applied to persons according to the sample in order to get to know their tastes and preferences at the time of purchasing apparel for the practice of sports of adventure like, mountaineering, cycling and trekking.

The pre-feasibility study was determining the more appropriate place for the implementation of microenterprise, calculating the demand and supply current and future in order to determine if the deficit or unsatisfied demand will be covered with the project in the coming years.

Held pictures of costs of production, management and sales, followed by obtaining financial analysis was performed of the VAN and shooting, resulting in that the project is feasible, which impels us to resolutely implement micro-enterprises which will be parish-based urban of Guanujo in the district new generation, Street U5 s/n, three blocks north of the Unidad Educativa San Pedro and which benefit in its entirety to tourists and athletes who may opt for products of quality according to your needs.

INTRODUCCIÓN

La microempresa WARANKA Cía. Ltda. está integrada por 4 socios domiciliada en la parroquia Guanujo la misma que se creará el año 2017 por las necesidades que se suscitaban en la provincia al no conseguir indumentaria para la práctica de deportes de aventura como montañismo, trekking y ciclismo, con facilidad y de acuerdo a sus necesidades.

Esta idea se generó debido a que deportistas de la ciudad de Guaranda como turistas que arriban a la parroquia de Salinas o visitan al Nevado Chimborazo, requieren de prendas adecuadas para realizar estas actividades y en el medio deportivo, claro que existen pero sus precios son muy elevados y no existen microempresas que se dedique exclusivamente a producir indumentarias acordes a las necesidades de los turistas y deportistas, de allí que planteamos el desarrollo del tema de investigación – emprendimiento **“Proyecto para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Indumentarias de Alta Montaña con Marca Propia, en la Parroquia Guanujo, Cantón Guaranda, Provincia en el Año 2017”**.

La idea es de gran importancia debido a que está dirigido a los turistas y deportistas que hacen del ciclismo, trekking y montañismo, sus deportes favoritos y se desplazan hacia diferentes sectores de la provincia con el afán de conocer la riqueza turística que posee, de tal manera que se ayudara a los turistas a utilizar la vestimenta adecuada, cómoda y que esté al alcance de sus necesidades.

La microempresa producirá y comercializará productos de calidad al gusto de los consumidores y al alcance de su bolsillo.

Por último, la información será útil, oportuna para comparar en el mercado local productos, precios y calidad para convertirla en una microempresa competitivas dentro del entorno regional.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Microempresa

Según (Monteros , 2005) Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, variables y gastos de fabricación eficiente y eficazmente en cada una de las labores considerando la competitividad; además de que facilita la gestión para la toma de decisiones oportunas y necesarias de beneficio para los habitantes de la ciudad y sus alrededores.

La microempresa está formada con la finalidad de generar trabajo por medio de la confección de indumentaria para la práctica de deportes de aventura.

Importancia de la Microempresa

- ✓ Contribuye al desarrollo económico social y productivo
- ✓ Combate la pobreza
- ✓ Es un empleo de bajo costo
- ✓ Democratiza el mercado de bienes y servicios al ofertar productos o servicios
- ✓ Ahorro interno canalizado hacia la inversión productiva
- ✓ Origen del Sector Informal de la Economía

Permite conocer que el desarrollo de las microempresas no solo genera un beneficio particular sino también colectivo para el entorno y contribuye con las políticas de desarrollo del Buen Vivir.

Es pertinente al generar las microempresas empleos para la juventud pues los jóvenes profesionales no solo miran o desean un puesto de trabajo en las entidades públicas sino también en aquellas en las que sea suyo, de su esfuerzo y orientan sus recursos hacia la

actividad privada como actividades en las que pueden generar ingresos a través de emprendimientos como vía para desarrollarse profesionalmente.

Misión y Visión de la Microempresa

La misión se ha definido como la razón de ser la empresa, por tal motivo hemos planteado una misión y visión como punto fundamental para saber a qué nos vamos a dedicar al momento de crear la microempresa y hacia dónde queremos llegar con la misma.

Misión

“Elaborar prendas para la práctica de deportes de aventura de buena calidad a precios cómodos, que garanticen la excelencia y competitividad, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes con una gran variedad en diseños exclusivos.”

Visión

“Constituirnos en una microempresa líder en el cantón Guaranda proporcionando ropa de alta calidad para la práctica de deportes de aventura, manteniendo un crecimiento continuo y que contribuya al progreso de la economía local.”

Gestión administrativa, contable y de marketing de la microempresa

La gestión es el conjunto de actividades de orientación y gerencia convenientes al progreso de la microempresa, es así que el desarrollo de las microempresas está en función de una administración, finanzas y marketing efectivo, dependiendo en gran medida de la determinación y satisfacción de los objetivos.

Gestión Administrativa

(Chiavenato, 2004), define La administración como el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización.

La administración comprende un proceso cuyo conocimiento exhaustivo es indispensable a fin de aplicar métodos, principios y técnicas

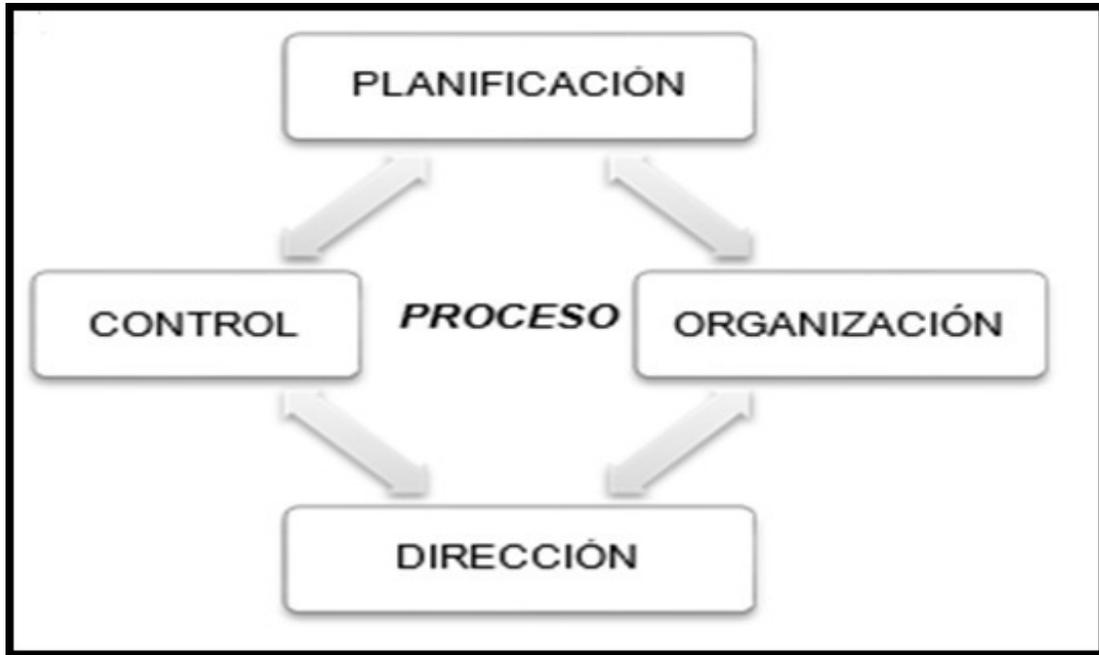


Figura 1 Gestión administrativa

Gestión contable

(Winstation, S.L., 2009), La gestión contable en una microempresa es la que permite llevar un registro y el control sistemático de todas las operaciones financieras que se realizan en la misma con el objeto de elaborar, comunicar, auditar, analizar e interpretar la información económica financiera de la empresa, soporte esencial para que dueños y terceras personas puedan adoptar decisiones.



Figura 2 Gestión administrativa

Gestión de marketing

Proceso social y administrativo destinado al estudio del mercado en toda su extensión, por el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando e intercambiando productos y valor con otros, mediante transacciones que están dirigidas a satisfacer las demandas y los mercados. (Kotler & Armstrong, 2007).

La gestión comercial o de marketing se interrelaciona con la gestión global de la entidad aportando con los lineamientos generales para el desarrollo del mercado en el que se desenvuelve la microempresa y para lograr este objetivo es necesario conocer las herramientas de la mercadotecnia que es el conjunto de variables controlables de marketing que utiliza la microempresa para producir la respuesta deseada en su mercado meta.

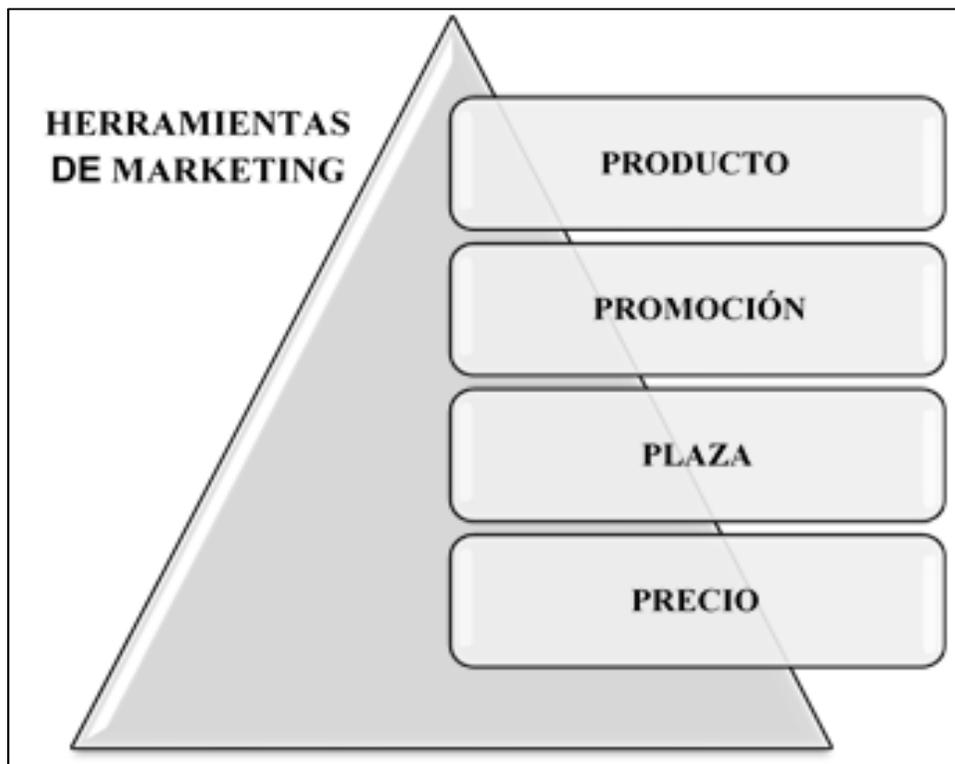


Figura 3 Herramientas de marketing

Producto

Según (Jorge, 2014) determina: “Un producto es todo aquello que la microempresa realiza o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores en calidad, marca, estilo, diseño, características y empaque”.

Según lo investigado el producto es la concepción que tienen el cliente de lo que se ofrece o se sirve por lo cual su calidad, marca, estilo, diseño, características y empaque están ligados íntimamente y se convierten en uno solo, complementándose para satisfacer al cliente con calidad.

Los productos que producirá la microempresa WARANKA Cia Ltda son las siguientes:

Cuadro 1
Características del producto

Indumentaria	Característica
	<p>Chompa con capacidad de aislamiento, minimiza la pérdida de calor, proporciona excelente aislamiento térmico por muy poco peso protegen del frío, incluso cuando hay humedad, y son más transpirables que el plumón.</p>
	<p>Pantalón totalmente impermeable forrado, estilo cargo, es decir con bolsillos, ajustados y cómodo, elimina las condiciones de frío y humedad.</p>
	<p>Chaqueta. - Su función es proteger del viento y la lluvia, prendas que utilizan forros delgados de malla o semi-térmicos tiene un alto nivel de transpirabilidad, manteniendo en todo momento la piel seca, generalmente son de rápido secado, su confección da lugar a varios diseños y usos.</p>
	<p>Licra. - Su función de secado rápido cómodo y de alta movilidad, fabricado en tela de alta calidad con forro interno, muy ligero puede mantener al deportista seco y fresco en condiciones lluviosas y de altas temperaturas, algunos modelos incluyen refuerzos protectores.</p>

Fuente: Investigación Directa

Promoción

(Jorge, 2014) Establece: “La promoción es el programa de comunicación de la gestión de marketing en una entidad formado por la combinación específica de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales utilizadas para alcanzar los objetivos planteados”.

La promoción es la forma como el producto se comunica al consumidor a través de la publicidad, la atención y la venta en sí; la promoción es la forma que el cliente absorbe los beneficios que obtiene al adquirir lo comunicado, es la herramienta para que el producto alcance su posicionamiento en el mercado.

Plaza

(Jorge, 2014) Expresa: “La plaza es la variable de mercadotecnia que se encarga de lograr que los productos de la microempresa estén disponibles para los clientes mediante los canales, cobertura y logística de comercialización.

La plaza o mercado es el lugar donde se comercializa el producto herramienta que está compuesta por canales, cobertura y logística de comercialización, si el cliente no encuentra el lugar donde se vende el producto da nada ha servido las herramientas de promoción y producto en sí, por ello trataremos de cubrir al menos en un 60% del mercado meta.

Precio

El precio es una variable distinta a las otras, por ser el contrapeso entre lo que la microempresa ofrece y el cliente está dispuesto a dar a cambio, por lo cual es considerado el valor acordado entre dos partes que quieren obtener un beneficio, mediante el intercambio de bienes o servicios.

El precio es el valor de traspaso entre el cliente y el proveedor y muchas veces la herramienta de mayor influencia en los consumidores por lo cual merece una atención personalizada a la hora de materializar el precio en el producto, el mismo que se debe

argumentar de acuerdo a costos, demanda y competencia, dando al cliente un precio justo que satisfaga su necesidad y deje la utilidad esperada para la entidad que lo ofrece.

Historia del vestuario

En un principio los materiales utilizados en la confección del vestuario de montaña tenían las siguientes características:

- ✓ Eran de gran peso.
- ✓ Escasa polivalencia
- ✓ Fáciles de mojar
- ✓ Lentos de secar
- ✓ Muy voluminosos

Por todas estas razones:

Más el importante incremento de montañistas en el mundo - Y del rápido avance de la ciencia que incorporó al montañismo dentro de sus temas de estudios, entre otros.

Actualmente contamos con un amplio espectro de posibilidades para la elección de equipo y vestuario de montaña, que reúnen todas las condiciones técnicas, de confort y seguridad mínimos.

Función y Cuidado

Funciones principales del vestuario:

1- Protección: Debe procurar mantener la temperatura corporal para no sufrir congelamiento, hipotermia o simplemente no pasar frío. Además, debe proteger contra la abrasión producida por raspaduras, rasguños, heridas, piedras, ramas, etc.

2- Seguridad: Debe estar compuesto de colores llamativos, vivos, "alegres", etc. que distingan a las personas del medio en el que se encuentran, que no se mimeticen con el entorno. Además, por efectos de temperatura, los colores oscuros atraen el calor, mientras que los claros los refracta. (Colores Vivos: Amarillo, Naranja, Rojo)

3- Confort: En general, se debe usar prendas que además de procurarnos abrigo y seguridad, deben ser lo suficientemente dúctiles y maniobrables como para permitir desenvolvemos y trabajar sin ningún problema, sin entorpecer los movimientos.

Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT , 1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior un año, con fines de ocio, por negocio y otros”.

Actividades Turísticas

Actividades que llevan a cabo los turistas durante el periodo que dura su viaje en un lugar fuera de su espacio habitual, estas se realizan con fines de ocio, diversión, descanso y otros motivos. (Entorno Turístico, 2018)

Montañismo

El montañismo es la disciplina que consiste en Andar por las Montañas. Es también el conjunto de técnicas, conocimientos y habilidades que nos permiten realizar este objetivo.

Ropa Adecuada Para Montañismo

Muchos de los que practican montañismo dejan de lado aprender lo básico sobre la ropa necesaria en montañismo, por ello al momento de realizar expediciones acostumbradas, surgen un gran número de percances y accidentes.

Existe bastante que aprender sobre los materiales, diseños, construcciones y funciones de los modernos útiles y prendas de montañismo, lo cual sirve de ayuda a los que realizan esta actividad para evitar algún tipo de lesión. Para ello, es recomendable utilizar ropa de fibra sintética ya que es mucho más ligera que la lana, expulsan la humedad fuera del cuerpo, aíslan mejor y se secan muy rápidamente.

METODOLOGÍA DE ESTUDIO

Según las autoras (Gerhardt & Silveira, 2009) “la metodología es el estudio de la organización de los caminos a ser recorridos, para realizar una investigación o estudio, además para realizar ciencia” al mismo tiempo que (...) se interesa por la validación del camino seleccionado para llegar al fin propuesto por la investigación (...) (Gerhardt & Silveira, 2009, p. 13), [1]. A la vez esta concepción se ve reforzado de una forma amplia por Minayo (2007), citado por (Gerhardt & Silveira, 2009, p. 13), [2], y argumenta:

a) Como la discusión epistemológica sobre el “camino del pensamiento” que el tema u objeto de la investigación requiere; b) como la presentación adecuada y justificada de los métodos, técnicas y de los instrumentos operativos que debe ser utilizados para la búsqueda relativa a las indagaciones de la investigación; c) y como la “creatividad del investigador”, o sea su marca personal y específica en la forma de articular la teoría, métodos, hallazgos experimentales, observaciones o de cualquier otro tipo específico de respuestas a las indagaciones.

En primer lugar, el alcance de este estudio fue identificar el problema de investigación y definir los objetivos. Se realizó un estudio sistemático de la literatura disponible de dominio especializado para identificar los conceptos principales y estructurar los temas de investigación. Según (Boodhoo & Purmerssur, 2009) el proceso de investigación suele ser cíclico, ya que la conclusión y los resultados de la investigación a menudo genera nuevas ideas y problemas que deberían investigar más a fondo.

Posteriormente fue importante el planteamiento de la metodología de la investigación a fin de dar cumplimiento a los objetivos planteados, la misma que a través de la recopilación de datos fue necesario analizar los resultados de la encuesta para la presentación de resultados, informe, conclusiones y recomendaciones.

Estructura del estudio

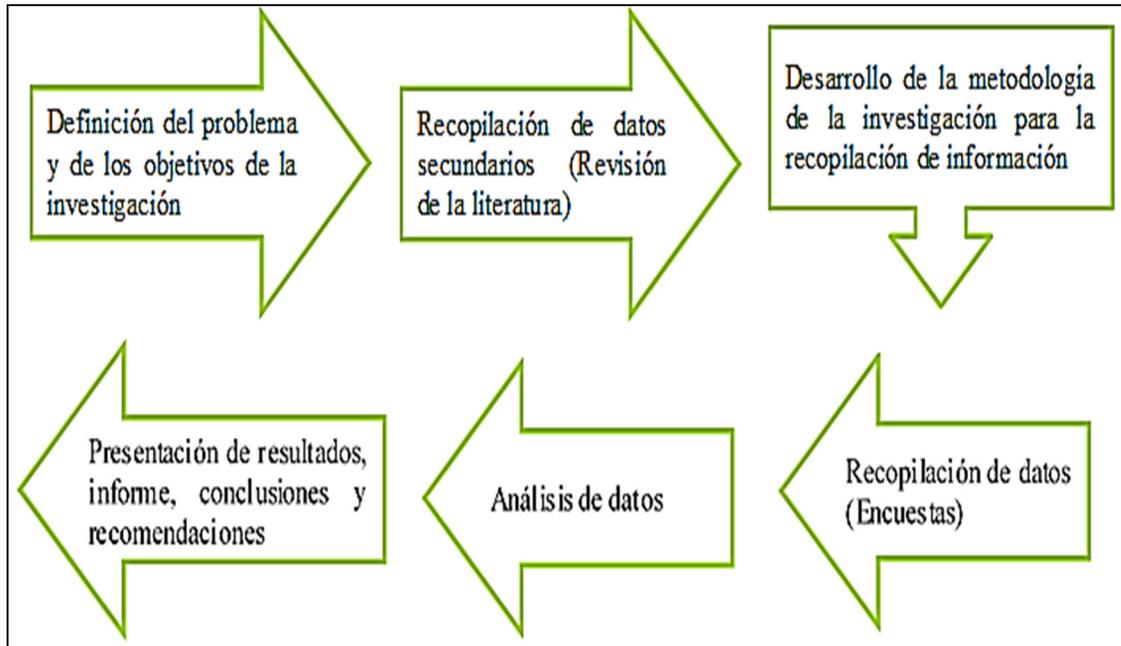


Figura 4 Estructura del estudio del proyecto
Fuente: adaptado de Greener, 2008

El proceso de investigación puede definirse como un enfoque cualitativo o cuantitativo (Greener, 2008). La investigación cualitativa se describe como datos “fáciles” o “suaves” y generalmente se presenta como observación, palabras y descripciones. El enfoque cuantitativo se describe más como datos “duros” o “complejos” y está representado por números o la cantidad de algún fenómeno de investigación o, en otras palabras, es el conocimiento y el proceso los que medirán el desarrollo de los objetivos de la investigación. Los datos cuantitativos (Boodhoo & Purmerssur, 2009) son la observación que se medirá en números en lugar de palabras.

Con lo antes mencionado fue preciso abordar bajo diferentes tipos de investigación.

Tipos de Investigación

Investigación de Campo.

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna. (Arias, 2012)

Se realizó la investigación de campo, mediante la aplicación de las encuestas a la población en estudio, datos que nos ayudaron a determinar sus gustos y preferencias, el valor que están dispuestos a pagar por la compra y con qué concurrencia adquieren el producto.

Investigación Cuantitativa.

Es aquella que permite examinar los datos de forma numérica mediante el análisis Estadístico (R.H.Sampiere, 2010), para aplicar este tipo de investigación y siendo el objetivo del presente trabajo, elaborar el proyecto de emprendimiento para la creación de una microempresa productora y comercializadora de indumentaria de montaña con marca propia, fue necesario recolectar datos a través de la encuesta a los turistas que llegaban a la Parroquia Salinas así como a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y a los deportistas que practican ciclismo y trekking como deportes de aventura.

Métodos de la Investigación

Método Descriptivo

El presente trabajo fue descrito, analizado e interpretado sistemáticamente los resultados obtenidos a través de la encuesta en el que se identificó la naturaleza de la situación durante el tiempo de estudio.

Método Analítico

Fue necesario realizar los análisis a los resultados obtenidos mediante la encuesta, además permitió analizar el mercado donde se pretende posesionar con la confección de las prendas de vestir para la práctica deportiva.

Método Estadístico

El presente método fue aplicado a fin de proceder al manejo de los datos cuantitativos, debido a que fue necesario recopilar, elaborar e interpretar los datos numérico de la encuesta realizada, los que se presentaron en gráficos estadísticos y porcentajes mediante la tabulación de resultados.

Técnicas e Instrumento Para la Obtención de Datos

Las siguientes técnicas fueron utilizadas en el desarrollo de esta investigación para obtener datos precisos.

- ✓ Encuesta
- ✓ Cuestionario estructurado

Encuesta. – La encuesta fue realizado a los turistas que visita la parroquia de Salinas y la Reserva de Producción Fauna Chimborazo, así como a un segmento de la población del cantón Guaranda que practican deportes de aventura como ciclismo, trekking, y montañismo, aplicada con una guía de preguntas cerradas con la finalidad de obtener datos reales.

La metodología nos permitió obtener datos que han sido procesadas y analizadas en base a un supuesto técnico donde se detalló valores que serán invertidos para la conformación de la microempresa; así como también se determinó las posibles utilidades como fruto de la inversión mediante el cálculo del costo de fabricación y el precio de venta, los cuales se observan en el estado de resultados.

UNIVERSO Y MUESTRA.

Para el desarrollo del presente proyecto el universo de estudio, son los turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia de Salinas, la Reserva de Producción Faunística Chimborazo y un segmento importante de la población de la ciudad de Guaranda que practica deportes de aventura como Trekking, escalada deportiva, montañismo y ciclismo.

Según datos proporcionados por la Oficina de Turismo Comunitario a la parroquia de Salinas arribaron al año 2016 cerca de 12.000 pasajeros de los cuales 11.200 fueron nacionales y unos 800 fueron turistas extranjeros.

La ciudad de Guaranda cuenta con una población urbana de 23.800 según la misma fuente, de los cuales, quienes practican el Trekking y el ciclismo son deportistas que están entre los 15 a 30 años, por lo que de acuerdo a la escala poblacional elaborada por el INEC al año 2016, el porcentaje es del 17,03% en lo relativo al sector masculino, de lo que se tendría una población de 4053 personas.

De acuerdo a los registros del Sistema Nacional de Áreas Protegidas a la Reserva de Producción Faunística Chimborazo ingresaron 95.800 turistas entre nacionales y extranjeros, pero tanto los extranjeros como los nacionales llegan al Nevado y Reserva por horas o exageradamente por un día y lo hacen con su propia vestimenta e incluso en el caso de que contratan un Guía u Operadora de Turismo, ellos les proveen de los equipos y vestimenta necesario por lo que sería irreal pensar en considerar esta cantidad para el cálculo de la Demanda y más bien se debería dialogar con quienes administran los dos Refugios para que exhiban y vendan las Chompas térmicas; se considerará un porcentaje del 5 % que corresponde a 4790 turistas

En el siguiente cuadro se puede observar el universo que utilizaremos para el cálculo de la muestra, así:

Tabla 1
Universo para el Cálculo de la Muestra

Número de turistas/ deportistas		
Localidad	N° de Turistas	Porcentaje
Parroquia de Salinas	12.000	57,57%
Deportistas de la ciudad de Guaranda	4.053	19,45%
La Reserva de Producción de Fauna Chimborazo	4.790	22,98%
Total	20.843	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autora

Cálculo de muestra

Muestra. - Para calcular el tamaño de la muestra, utilizaremos la siguiente fórmula.

Fórmula para obtener la muestra

$$N = \frac{m}{e^2 (m-1) + 1}$$

SIMBOLOGÍA

N= tamaño de la muestra

m= población

e= error admisible

$$N = \frac{20.843,00}{(0,05)^2 (20.843,00-1) + 1}$$

$$N = \frac{20.843,00}{(0,0025) (20.842,00) + 1}$$

$$N = \frac{20.843.00}{52.105 + 1}$$

$$N = \frac{20.843.00}{53.105}$$

N = 392 encuestas

Las 392 encuestas serán distribuidas de la siguiente forma:

Tabla 2
Distribución de Encuestas

Número de turistas/ deportistas	
Localidad	Número
Parroquia de Salinas	226
Deportistas de la ciudad de Guaranda	76
La Reserva de Producción de Fauna Chimborazo	90
Total	392

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

RESULTADOS

Análisis e Interpretación de Resultados

Tabla 3

Edad de los encuestados

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15 a 20	85	22%
21 a 25	110	28%
26 a 30	88	22%
31 a 35	48	12%
36 a 40	61	16%
TOTAL	392	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

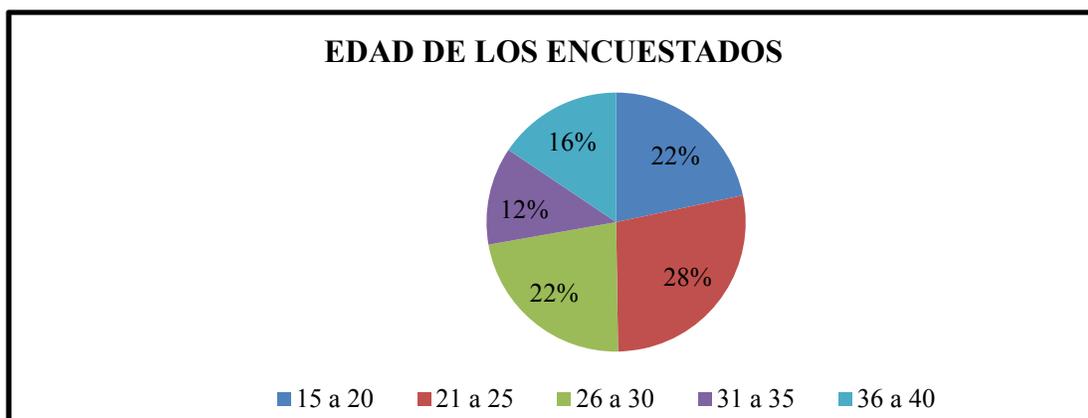


Gráfico N 1: Edad de los Encuestados

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

Mediante la encuesta aplicada a los turistas y deportistas en diferentes edades se ha determinado que la mayor parte son jóvenes en una escala de 15 a 30 años que fueron encuestados en los tres sitios (parroquia de Salinas, ciudad de Guaranda y Reserva de Producción Faunística Chimborazo), lo que permite tener un enfoque hacia dónde estaría dirigido nuestro mercado.

¿Usted practica Deportes de Aventura?

Tabla 4

Práctica de Deportes de Aventura

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	330	84%
No	62	16%
TOTAL	392	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

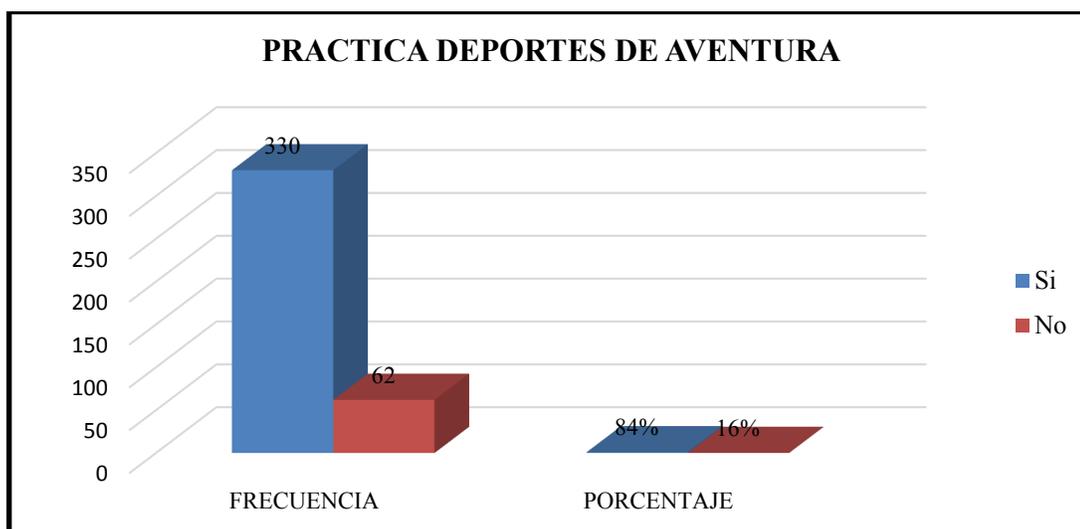


Gráfico N 2 : Práctica de deportes de Aventura

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

De los encuestados realizado la mayor parte de los deportistas nos dieron una respuesta positiva a la pregunta que si practican deportes de aventura en los lugares en que fueron encuestados, lo que certifica la edad en la que se encuentran y el deseo de estar en la naturaleza, de sentir la adrenalina y recorrer los atractivos turísticos, por ello la juventud se liga a esta actividad, un pequeño número visita estos sitios solo por conocer.

¿Qué tipo de Deporte de aventura practica?

Tabla 5

Tipo de Deporte de Aventura que Practica

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ciclismo	80	24%
Trekking	150	45%
Escala Deportiva	25	8%
Montañismo	75	23%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

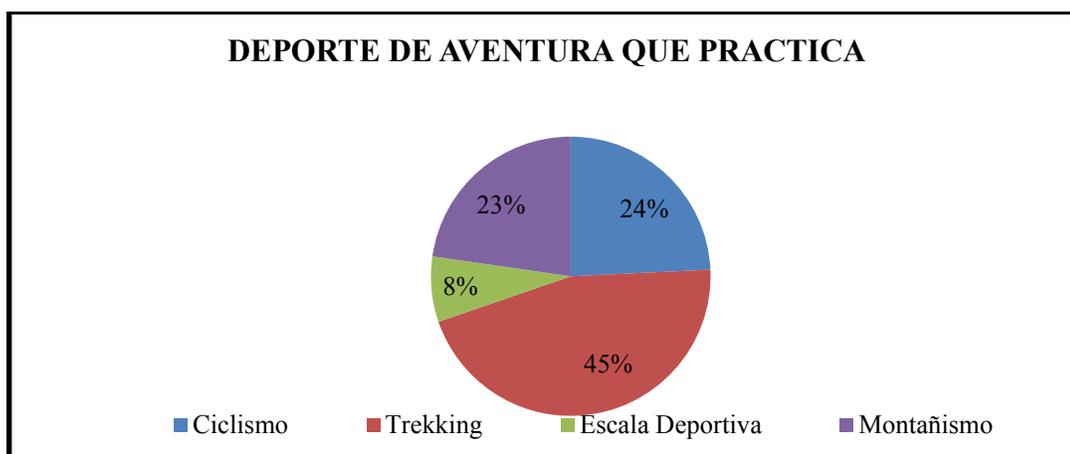


Gráfico N 3: Deporte de Aventura que Práctica

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

Los Deportes que practican con mayor ahínco y en importancia son el Trekking y ciclismo, deportes muy ligados entre sí, lo hacen en los alrededores de la ciudad de Guaranda, cuando visitan la parroquia de Salinas también suben del primer al segundo Refugio en el Nevado Chimborazo; para montañismo, escala deportiva, requieren de recursos más específicos y siguen rutas turísticas.

¿Cada que tiempo práctica su deporte de aventura favorito?

Tabla 6

Frecuencia con que práctica su deporte

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vacaciones	168	51%
Cada fin de mes	111	34%
Cada fin de semana	51	15%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora



Gráfico N 4: Frecuencia de Práctica de Deporte de Aventura

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

De entre los encuestados, un grupo manifestó que cada vacación practica su deporte de aventura favorito, en menor proporción lo hacen cada fin de mes y fin de semana, los restantes sean incluso por su ocupación pues el trabajo o estudios les impide realizar continuamente, pero se mantienen en forma al practicar su deporte.

¿Utiliza Ud. ropa adecuada para la práctica de su deporte?

Tabla 7

Uso de Ropa Adecuada para la Práctica de su deporte

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	330	100%
No	0	0%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora



Gráfico N 5: Uso de Ropa Adecuada para la Práctica de su deporte

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

En esta pregunta todos los encuestados confirmaron que utilizan o hacen uso de ropa adecuada para la práctica de los deportes de aventura como Trekking, montañismo, ciclismo y escalada deportiva a fin de estar seguros, cómodos evitando resfríos o cualquier eventualidad en los distintos sitios o donde se encuentren.

¿La ropa que usted utiliza para la práctica de su Deporte es?

Tabla 8

Compra y alquiler de indumentaria para la práctica de su deporte

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propia	307	93%
Le proporcionan en la Agencia	23	7%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autora

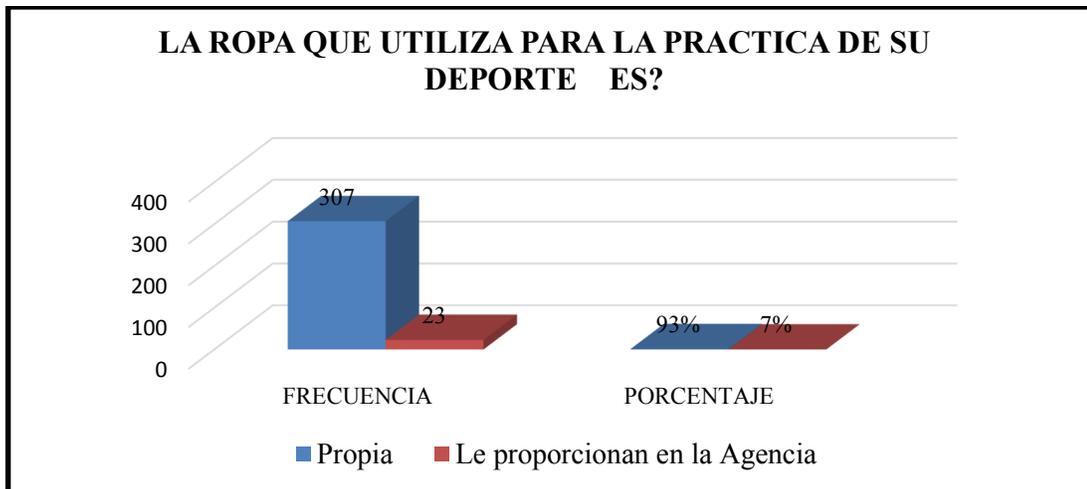


Gráfico N 6: Compra y alquiler de indumentaria para la práctica de su deporte

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

Los encuestados adquieren su propio vestuario para la práctica de su deporte de aventura como Trekking, ciclismo y escalada deportiva, a excepción de los que hacen montañismo y que a través de una Agencia de Viajes u Operadora de Turismo ascienden a un nevado o montaña y es allí donde les proveen de la indumentaria para evitar inconvenientes.

¿Para la práctica de su deporte de aventura, que tipo de ropa deportiva adquiere?

Tabla 9

Adquisición de tipo de ropa deportiva para la práctica de su deporte de aventura

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Chompa	30	10%
Pantalón	50	16%
Chaqueta	77	25%
Licra	150	49%
TOTAL	307	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

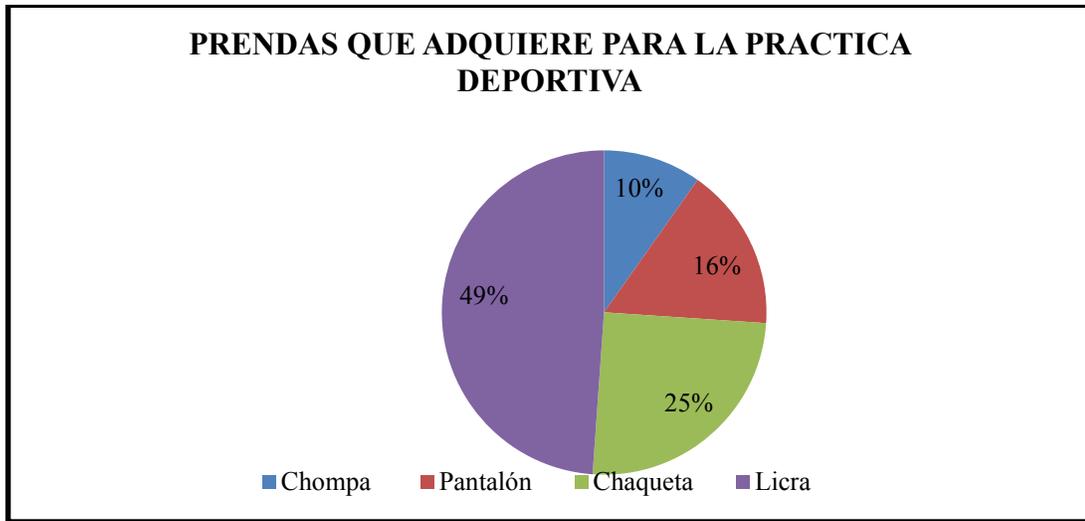


Gráfico N 7: Adquisición de prendas para la práctica de deporte de aventura

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

Del total de los encuestados el 49% compran licra para realizar la actividad de ciclismo, un 25% compra chaquetas, el 16% adquiere pantalón para realizar camitas y mientras que el 10% adquieren chompas

¿Cuántas prendas adquiere cada año para la práctica de su Deporte?

Tabla 10

Adquisición de prendas por año para la práctica de su deporte de aventura

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Chompa	2	12%
Pantalón	3	18%
Chaqueta	4	24%
Licra	8	47%
TOTAL	17	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

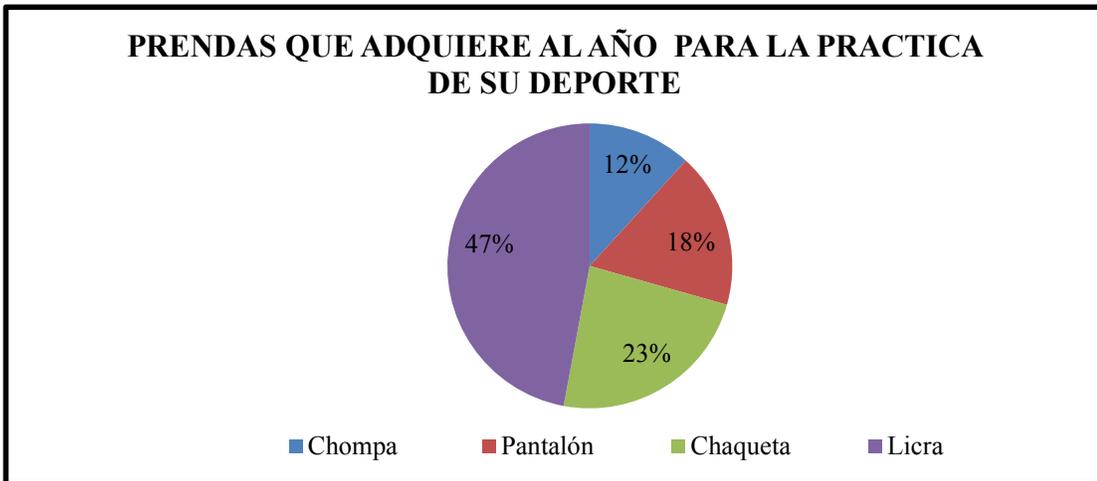


Gráfico N 8: Prendas que adquiere anualmente para la práctica de deporte de aventura

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

Dependiendo del deporte que practican ellos compran la ropa deportiva, así los de montañismo 12% chompas, los de escalada deportiva y Trekking, el 18% adquieren pantalones, 23% chaquetas y 47% compran licras que al practicar deporte se desgastan por múltiples factores como la humedad, los riesgos, etc.

¿Si usted compra chompas para la práctica de su deporte, cuanto pago por ella?

Tabla 11

Costo por la compra de chompa para la práctica deportiva

ALTERNATIVA	NUMERO	FRECUENCIA
De 80 a 100	20	67%
De 110 a 120	10	33%
TOTAL	30	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

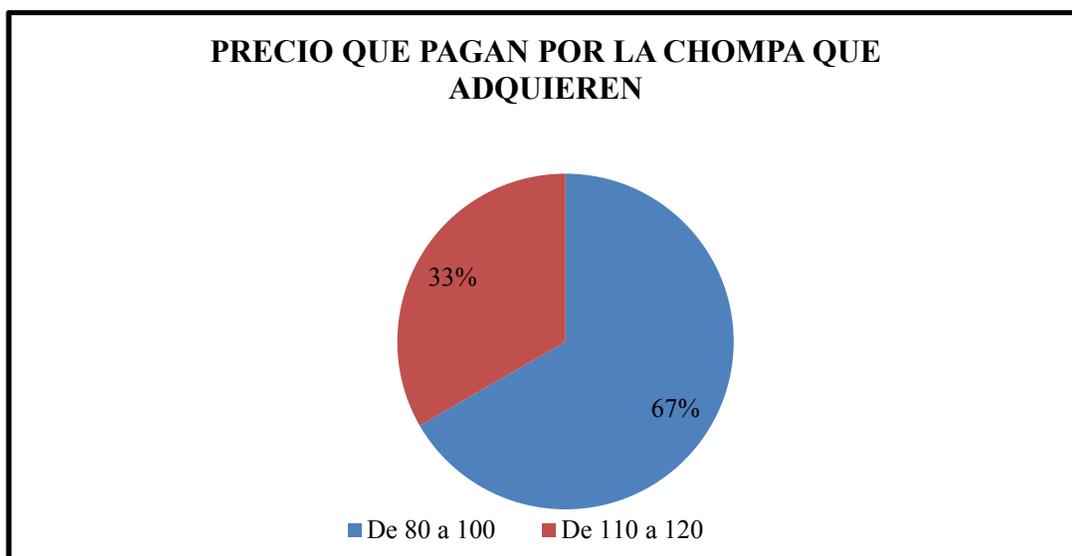


Gráfico N 9: Precio que pagan por la chompa que adquieren

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

De los encuestados 7 de cada 10 manifestaron que compran chompas para la práctica de deportes cuyo valor esta entre 80 a 100 dólares, en menor porcentaje y número lo hacen entre 110 a 120 dólares.

¿Si usted compra Pantalón para la práctica de su Deporte, cuánto pago?

Tabla 12

Costo por la compra de Pantalón para la práctica deportiva

ALTERNATIVA	NUMERO	FRECUENCIA
De 40 a 45	30	60%
De 46 a 50	20	40%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

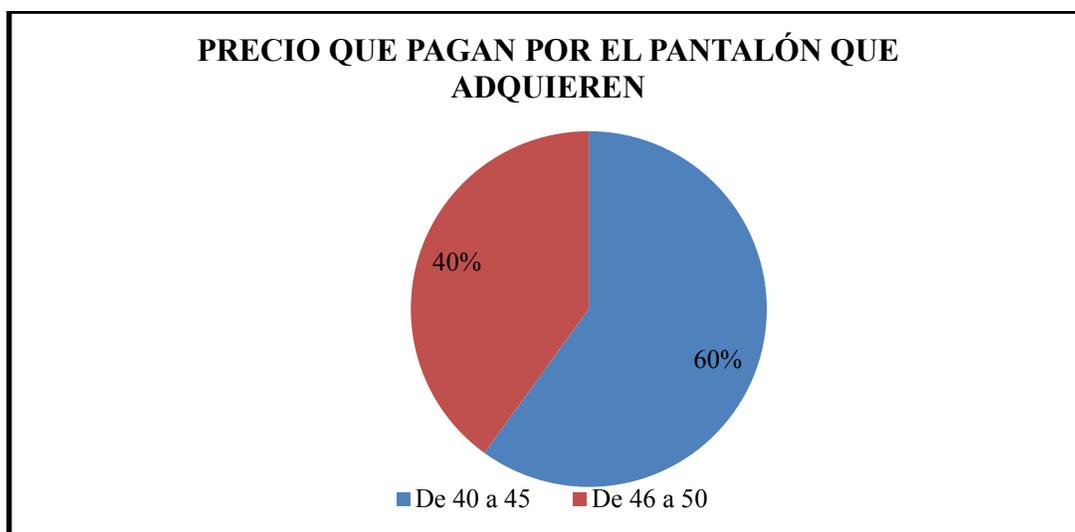


Gráfico N 10: Precio que pagan por el pantalón que adquieren

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

De los encuestados 7 de cada 10 manifestaron que compran pantalones para la práctica de deportes cuyo valor esta entre 40 a 45 dólares, en menor porcentaje y número lo hace entre 46 a 50 dólares, lo que da a conocer que, entre las chompas, pantalones y que totalizan 75, son los que practican montañismo.

¿Si usted compra Chaqueta para la práctica de su Deporte, cuánto pago?

Tabla 13

Costo por la compra de Chaqueta para la práctica deportiva

ALTERNATIVA	NUMERO	FRECUENCIA
De 50 a 60	42	55%
De 61 a 70	35	45%
TOTAL	77	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

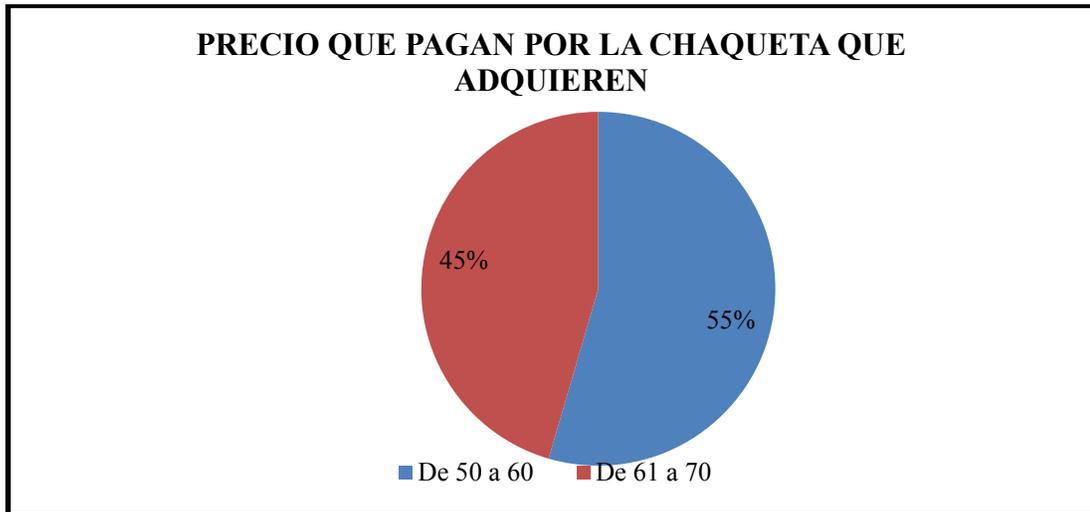


Gráfico N 11: Precio que pagan por la chaqueta que adquieren

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

En el mismo sentido, los encuestados manifestaron que compran chaquetas para la práctica de deportes cuyo valor esta entre 50 a 60 dólares, en menor porcentaje y número lo hacen entre 61 a 70 dólares, lo que lo hacen es combinando un gran número entre los que practican ciclismo, trekking y escalada deportiva.

¿Si usted compra Licras para la práctica de su Deporte, cuánto pago?

Tabla 14

Costo por la compra de Licra para la práctica deportiva

ALTERNATIVA	NUMERO	FRECUENCIA
De 30 a 35	100	67%
De 36 a 40	50	33%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

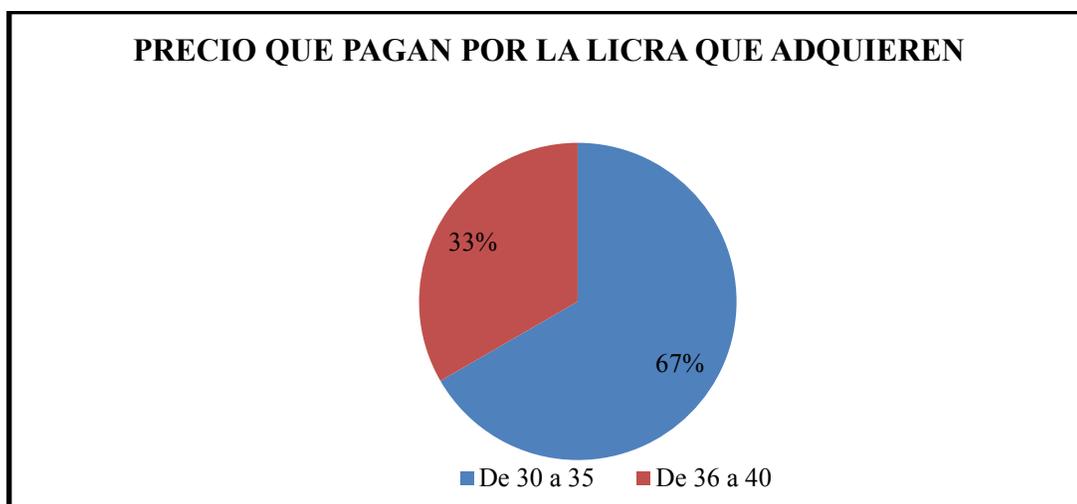


Gráfico N 12: Precio que pagan por la licra que adquieren

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

En lo referente al precio que pagan por la vestimenta, varios fueron los precios que mencionaron y que dependen de donde lo hayan comprado, en el caso de la licra se suma al igual que las chaquetas quienes practican Trekking, Ciclismo, por lo que mayoritariamente pagan entre 30 a 35 dólares, en menor precio y número los restantes.

¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de comprar la ropa deportiva?

Tabla 15

Aspecto a considerar al momento de la compra de la indumentaria deportiva

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Calidad del Material	300
Diseño	80
Modelo	130
Colores	285
Marca	179

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

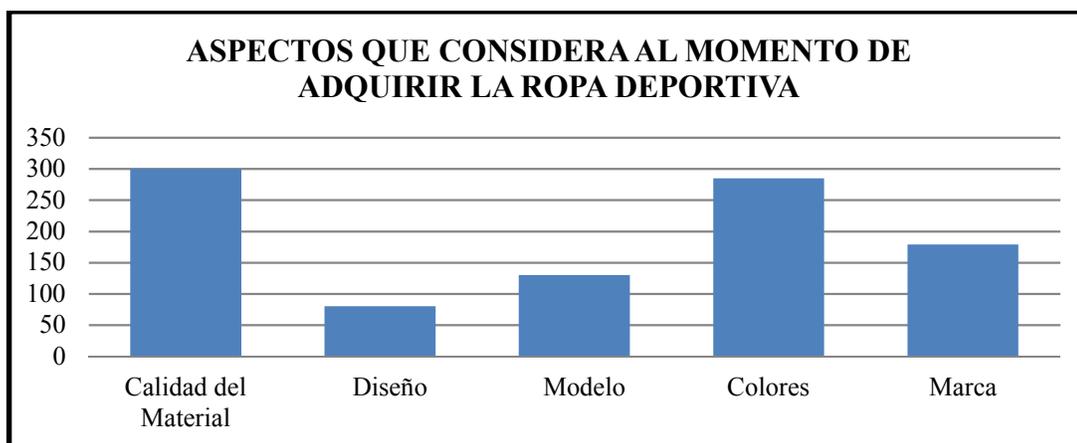


Gráfico N 13: Aspectos que considera al momento de adquirir la ropa deportiva

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

Lo que revela en esta grafica es que las personas al momento de comprar su ropa para la práctica de su deporte favorito prefieren prendas cómodas, y se requiere los siguientes aspectos, calidad con buenos materiales, un excelente acabado, que sea impermeable, proteja del frío, y que sea lavable, con colores vistosos, posea un diseño, modelo moderno y una buena marca.

¿Cuál es la marca de ropa deportiva que posee, adquiere o le proporcionan para la práctica de su deporte?

Tabla 16

Marca de la indumentaria que adquieren para la práctica de deporte de aventura

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mamut	102	33%
Outdoor	150	49%
Quechua	55	18%
TOTAL	307	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

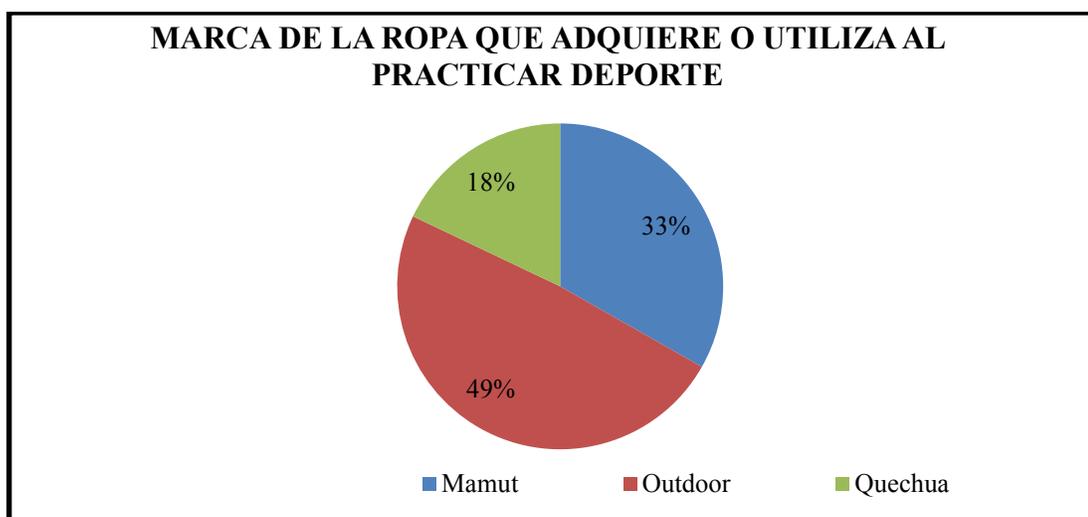


Gráfico N 14: Marca de indumentaria para la práctica de deporte de aventura

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

Existen diversas marcas que prefieren ver en la ropa deportiva antes de comprarla, pero resalta los de nombre de Outdoor, Mamut y Quechua en su orden.

¿Dónde adquiere Ud. la ropa deportiva?

Tabla 17

Locales comerciales de indumentarias de deportes de aventura

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Distribuidora Sanchez (Riobamba)	45	15%
Equipos Cotopaxi	55	18%
Marathon Sport	88	29%
Tattoo	55	18%
Antisana	64	21%
TOTAL	307	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

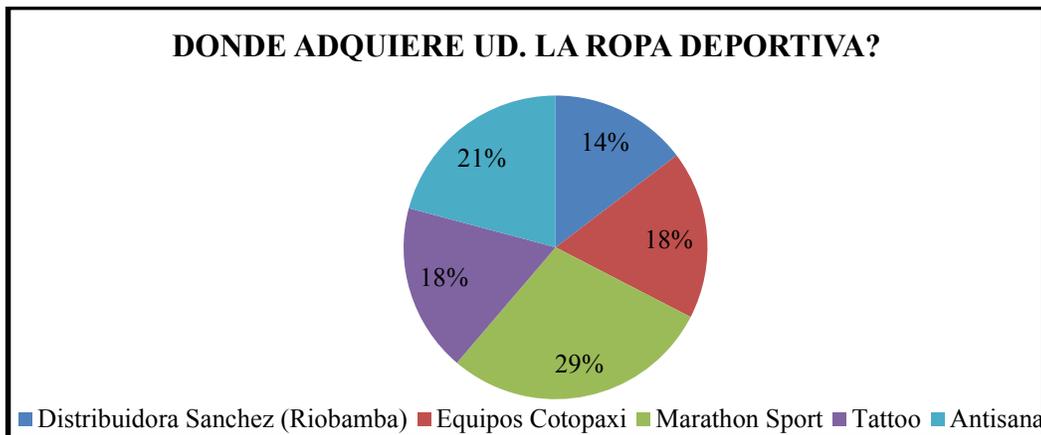


Gráfico N 15: Locales para la adquisición de indumentarias de deportes de aventura

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

Los encuestados manifestaron que adquieren la ropa deportiva en varias ciudades del país en ciertos almacenes conocidos y donde les garantizan que es de buena calidad, así mencionaron en Marathon Sport, que viene a ser nuestro competidor, seguido Antisana, Tattoo, luego Distribuidora Sánchez y Equipos Cotopaxi, existen también Operadoras que facilitan los trajes a sus clientes y son Aventura, Camping y Altitud de la ciudad de Quito.

¿Ha tenido dificultades para adquirir la ropa deportiva?

Tabla 18

Dificultad en la compra de indumentaria de deporte de aventura

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	213	69%
No	94	31%
TOTAL	307	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

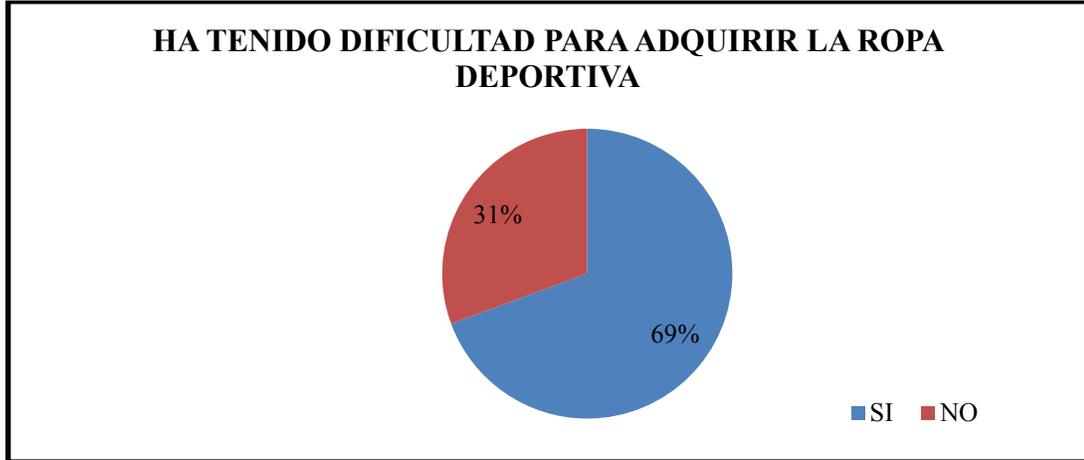


Gráfico N 16: Dificultad para adquirir ropa deportiva de aventura

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

La mayoría de los encuestados mencionan que tienen mucha dificultad al adquirir la ropa deportiva debido a que las empresas que ofrecen el producto de mayor calidad están en sitios distantes al de su residencia habitual, especialmente para los deportistas de la ciudad de Guaranda ya les toca desplazarse a la ciudad de Quito o Guayaquil y los precios son exagerados.

¿Está conforme con la ropa deportiva que utiliza?

Tabla 19

Conformidad con el uso de la indumentaria deportiva de aventura

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	94	31%
No	213	69%
TOTAL	307	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

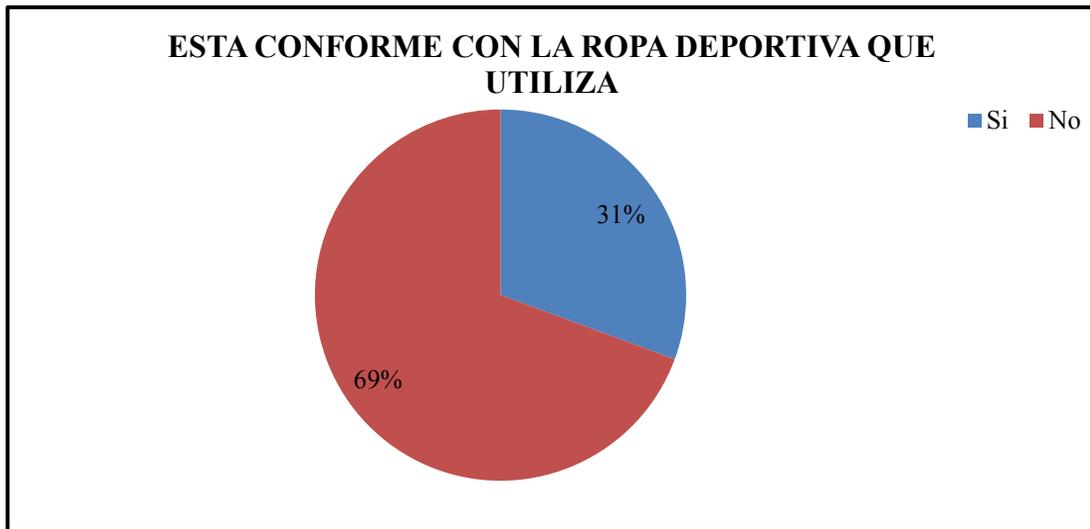


Gráfico N 17: Conformidad con la indumentaria de aventura

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

Al igual que la pregunta anterior, los encuestados en un 69 % mencionan que no están conformes con la ropa deportiva que adquieren, sea chompa, pantalón, chaqueta y licras.

¿Cuáles son las causas de no estar conforme con la ropa deportiva que utiliza?

Tabla 20

Causas de inconformidad de la indumentaria de aventura que utilizan

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No protegen del frio	24	11%
No son impermeables	45	21%
Se desgastan rápido	12	6%
Se extienden al lavarlos	32	15%
En la primera lavada se descolorea	23	11%
No son de buena calidad	77	36%
TOTAL	213	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

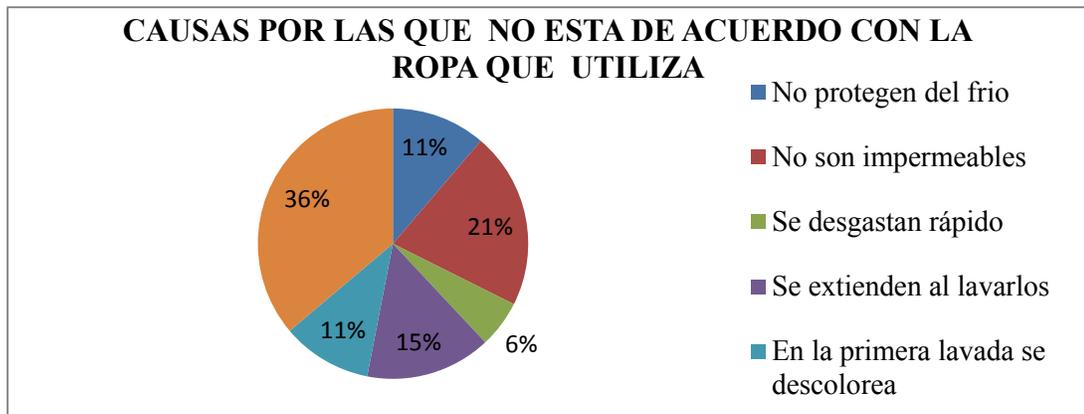


Gráfico N 18: Causas de inconformidad por el uso de indumentaria de aventura

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

Los encuestados que no están conformes con la ropa deportiva que utilizan para practicar su deporte manifestaron que las causas son: No son prendas de buena calidad, no son impermeables, se extienden al lavarles, no les protegen del frio y en la primera lavada se descoloran.

¿Si le ofertara ropa deportiva segura, elaborada con materiales de calidad y económica, usted lo adquiriría?

Tabla 21

Nivel de aceptación para la creación de la Microempresa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	220	72%
No	87	28%
TOTAL	307	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora



Gráfico N 19: Nivel de aceptación para la creación de la Microempresa

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Análisis

Los encuestados en esta pregunta consideran factible adquirir ropa deportiva como las que se exhiben en almacenes y distribuidoras, siempre y cuando sean elaborados con materiales de calidad, seguros y económicos, de allí que la creación de la microempresa orientará su accionar para satisfacer las necesidades de los consumidores.

ESTADO DE RESULTADOS

Es el instrumento que utiliza la administración de la empresa para reportar las operaciones efectuadas durante el período contable. (Olano, 2012.)

Tabla 22
Estado de Resultados

CONCEPTO /AÑOS	TOTAL	SUBTOTAL	%
INGRESOS		175.200,00	100,00
(-) COSTOS		128.275,77	73,22
Costo de Producción	104.278,41		59,52
Costos Administrativos	16.062,16		9,17
Costos de Ventas	860,00		0,49
Costos Financieros	7.075,20		4,04
(=) UTILIDAD EN OPERACIÓN		46.924,23	26,78
(-) Participación (15%) Trabajadores		7.038,63	4,02
(=) UTILIDAD ANTES DE IMP. A		39.885,60	22,77
LA RENTA			
(-) Impuesto a la Renta (22%)		8.774,83	5,01
(=) UTILIDAD NETA		31.110,76	17,76

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Cancelado todos los gastos e impuestos se obtendrá una utilidad de 31.110.76 dólares que corresponde al 17,76% en relación a los ingresos totales, utilidad que pasará a ser patrimonio de la microempresa.

De acuerdo al análisis porcentual realizado al Estado de Resultados, los costos de mayor incidencia son los de Producción con el 59,52 %, el Administrativo 9,17 % el de Ventas con el 0,49% y el Financiero con el 4,04 %.

Estado de Situación Financiera al Año 1 (Olano, 2012.)

Tabla 23
Estado de Situación Financiera Anual

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corriente	47.615,16	Pasivo Corriente	
Caja	15.000,00	Ctas x Pagar	6.544,56
Bancos	31.415,66		
Inventarios	1.199,50	Pasivo Largo Plazo	
		Dtos x Pagar	16.449,84
Activos Fijos		PATRIMONIO	
Adecuaciones	5.250,00		
Maquinaria	41.150,00	Capital	40.749,65
Muebles y Enseres	1.920,00	Utilidad Ejercicio	31.110,76
Equipo de Oficina	320,00		
Equipo de Computo	830,00		
Depreciación	-4.390,35		
Activos Diferidos	2.160,00		
	2.160,00		
TOTAL	94.854,81	TOTAL	94.854,81

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

El Estado de Situación Financiera al Primer Año, nos demuestra la situación económica financiera en que se encontrará la microempresa al 31 de diciembre del primer año, luego de un año de funcionamiento, así el Activo Corriente es de 47.615,16 dólares en el que se incluye Caja, Bancos e Inventarios; el Activo Fijo es de 45.079,65 dólares y los Activos Diferidos de 2.160,00 dólares; lo que da un Activo Total de 94.854,81 dólares.

En tanto que el Pasivo de Corto Plazo es de 6.544,56 dólares, el Pasivo de Largo Plazo es de 16.449,84 dólares; dentro de Patrimonio se encuentra el Capital Propio que es de 40.749,65 dólares y la Utilidad del Ejercicio es de 31.110,76 dólares, sumados entre el Pasivo y el Patrimonio se igualan al Activo Total.

Evaluación Financiera

La evaluación de proyectos es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo.

Valor Actual Neto (Van)

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión, consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto; a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto. (Sapang, 2011.)

Calculo de la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable

Tabla 24

Formula de la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable

$$\text{TREMA} = \frac{\text{Tasa de Inflación} + \text{Tasa de Interés} + \text{Premio}}{15,5}$$

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

VAN = Σ Flujos Netos Actualizados – Inversión (Sapang, 2011.)

$$\text{VAN} = I_0 + \frac{\text{flujo año 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{flujo año 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{flujo año 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{flujo año 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{flujo año 5}}{(1+i)^5}$$

Tabla 25
Valor Actual Neto

VAN =	INVERSION	F1	+	F2	+	F3	F4	+	F5
		(1+i)1		(1+i)2		(1+i)3	(1+i)4		(1+i)5
VAN =	-62.859,65	36.041,11		36.944,40		34.685,94	32.182,15		55.401,26
		(1+0,155)1		(1+0,155)2		(1+0,155)3	(1+0,155)4		(1+0,155)5
VAN =	-62.859,65	36.041,11		36.944,40		34.685,94	32.182,15		55.401,26
		1,16		1,33		1,54	1,78		2,06
VAN =	-62.859,65	31.204,43		27.693,94		22.511,66	18.083,69		26.953,16
VAN =									63.587,23

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Tabla 26
Van positivo

VAN =	INVERSION	F1	+	F2	+	F3	+	F4	+	F5
		(1+i)1		(1+i)2		(1+i)3		(1+i)4		(1+i)5
VAN =	-62.859,65	36.041,11		36.944,40		34.685,94	32.182,15			55.401,26
		(1+0,6)1		(1+0,6)2		(1+0,6)3	(1+0,6)4			(1+0,6)5
VAN =	-62.859,65	36.041,11		36.944,40		34.685,94	32.182,15			55.401,26
		1,6		2,56		4,096	6,5536			10,48576
VAN =	-62.859,65	22.525,70		14.431,41		8.468,25	4.910,61			5.283,48
VAN =										-7.240,21

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Tabla 27
Van Negativo

VAN =	INVERSION	F1	+	F2	+	F3	+	F4	+	F5
		(1+i)1		(1+i)2		(1+i)3		(1+i)4		(1+i)5
VAN =	-62.859,65	36.041,11		36.944,40		34.685,94	32.182,15			55.401,26
		(1+0,2)1		(1+0,2)2		(1+0,2)3	(1+0,2)4			(1+0,2)5
VAN =	-62.859,65	36.041,11		36.944,40		34.685,94	32.182,15			55.401,26
		1,20		1,44		1,73	2,07			2,49
VAN =	-62.859,65	30.034,26		25.655,84		20.072,88	15.519,94			22.264,52
VAN =										50.687,80

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Tasa Interna de Retorno (TIR) (Sapang, 2011.)

La tasa interna de retorno es un indicador de la rentabilidad del proyecto, por eso su importancia, a mayor TIR, mayor rentabilidad, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión y la ejecución del proyecto.

Para calcular el TIR se utiliza una tasa de redescuento arbitraria para obtener un VAN positivo y un VAN Negativo.

Para el cálculo del TIR, se aplicó el método de interpolación, estableciendo para ello la aplicación de dos tasas arbitrarias, siendo

$$\text{TIR} = r_1 + (r_2 - r_1) \frac{\text{VAN}_1 / \text{VAN}_1 - \text{VAN}_2}{\text{VAN}_1 - \text{VAN}_2}$$

Tabla 28

Tasa Interna de Retorno

RI = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN 1	20	
R2= Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN2	60	
VAN 1 = Valor positivo	50687,80	
VAN 2= Valor negativo	-7240,21	
<hr/>		
TIR =	20	57.928,01
TIR =	40	
TIR =	20	
TIR =	0,88	
TIR =	35,00	
TIR =	55,00	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Se obtuvo dos VAN, el primero con valor positivo del 60% y el otro con un valor negativo del 20% que proyectaron resultados tanto positivo como negativo y se calculó mediante la fórmula la Tasa Interna de Retorno o Recuperación de la Inversión (TIR), la misma que corresponde al 55 % con la que se recupera la inversión en menos de 2 años.

Tabla 29
Tasa interna de retorno

TIR =	INVERSION	F1	+	F2	+	F3	+	F4	+	F5
		(1+i)1		(1+i)2		(1+i)3		(1+i)4		(1+i)5
TIR =	-62.859,65	36.041,11		36.944,40		34.685,94		32.182,15		55.401,26
		(1+0,55)1		(1+0,55)2		(1+0,55)3		(1+0,55)4		(1+0,55)5
TIR =	-62.859,65	36.041,11		36.944,40		34.685,94		32.182,15		55.401,26
		1,55		2,4025		3,483625		5,213425		8,658009375
TIR =	-62.859,65	23.252,33		15.377,48		9.956,85		6.172,94		6.398,84
TIR =	-1.701,20									

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Indicadores Financieros (Sapang, 2011.)

Es una relación que compara dos cantidades de los estados financieros para medir el comportamiento numérico de dos cifras o cuentas y algunos autores lo han dividido en Indicadores de Rentabilidad, Endeudamiento, Actividad y Apalancamiento, así:

Tabla 30
Periodo de recuperación de la inversión

PRI	Inversión	62.859,65
	Utilidad Promedio Anual	39050,973
		1,61
		Años

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

El Periodo de Recuperación de la Inversión PRI mide en cuanto tiempo se recupera la inversión más el costo de capital involucrado, es decir se recuperará la inversión en 1 años, 6 meses.

Tabla 31
Índice de Solvencia

Índice de Solvencia	Activo Corriente	47.615,16
	Pasivo Corriente	6.544,56
		7,28
		Dólares

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Este indicador muestra que el negocio por cada dólar (1) que adeuda a corto plazo, se dispone de 7 dólares con 28 centavos en los activos corrientes, por lo que se debería destinar al pago de la deuda en forma inmediata.

Tabla 32

Prueba del Acido

Prueba del Acido	Activo Corriente- Inventario	46.415,66		
	Pasivo Corriente	6.544,56	7,09	Dólares

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Este indicador muestra que el negocio por cada dólar (1) que adeuda a corto plazo, se dispone de 7 dólares con 09 centavos en los activos corrientes, por lo que se debería destinar al pago de la deuda en forma inmediata.

Tabla 33

Relación Activo Total

Relación Activo Total	Ventas	175.200,00		
	Activo	94854,81	1,85	Veces

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Esta razón indica que cada dólar que está invertido en el Activo Total, ha generado 1 dólares con 85 centavos en Ventas.

Tabla 34

Endeudamiento

Endeudamiento	Deuda Total	22.994,40		
	Activo Total	94854,81	0,24	Porcentaje

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Se observa que, por cada dólar invertido en los activos de la empresa, está financiado con 24 centavos de dólar de Deuda.

Tabla 35
Apalancamiento

Apalancamiento	Activo Total	94854,81		
	Patrimonio	71.860,41	1,32	Veces

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Significa que por cada dólar invertido en la cuenta del Patrimonio ha generado 1 dólar con 32 centavos en Activos de la empresa.

Tabla 36
Margen Neto en Ventas

Margen Neto en Ventas	Utilidad Neta	31.110,76		
	Ventas	175.200,00	17,76	Porcentaje

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Se observa que, por cada dólar invertido en Ventas, se obtiene un 17,76 por ciento de Utilidad.

Tabla 37
Rentabilidad de Patrimonio

R. Patrimonio	Utilidad Neta	31.110,76		
	Patrimonio	71.860,41	43,29	Porcentaje

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Significa que por cada dólar invertido en la cuenta del Patrimonio ha generado 43 dólares con 29 centavos en Activos de la empresa.

Tabla 38
Rentabilidad del Activo

R. Activo	Utilidad Neta	31.110,76		
	Activo	94854,81	32,80	Porcentaje

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Se demuestra que por cada dólar invertido en los Activos, han generado 32 dólares con 80 centavos de Utilidad.

Relación Beneficio Costo (Sapang, 2011.)

Tabla 39
Ingresos Actualizados

ING =	INVERSION	ING1 +	ING2 +	ING3 +	ING4 +	ING5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
ING =	-62.859,65	175.200,00	178.704,00	182.278,08	185.923,64	212.711,36
		(1+0,55)1	(1+0,55)2	(1+0,55)3	(1+0,55)4	(1+0,55)5
ING =	-62.859,65	175.200,00	178.704,00	182.278,08	185.923,64	212.711,36
		1,55	2,4025	3,483625	5,213425	8,658009375
ING =	-62.859,65	113.032,26	74.382,52	52.324,25	35.662,48	24.568,16
ING =	237.110,02	Ingresos	Actualizados			

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Tabla 40
Costos Actualizados

COS =	INVERSIO N	COS 1 +	COS2 +	COS3 +	COS 4 +	COS 5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
		(1+0,55)1	(1+0,55)2	(1+0,55)3	(1+0,55)4	(1+0,55)5
COS=	-62.859,65	128.275,77	130.417,34	137.397,85	144.819,88	152.709,46
		1,55	2,4025	3,483625	5,213425	8,6580937 5
COS=	-62.859,65	82758,5619	54284,01357	39441,065	27778,262	17637,966
COS=	159.040,19	Costos	Actualizados			

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Tabla 41
Relación Beneficio Costo

RELACION BENEFICIO COSTO	Ingresos Actualizados
	Costos Actualizados + Inversión
RBC =	237.110,02
	221.899,83
RBC =	1,07

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

La relación Beneficio Costo demuestra que el proyecto es factible ya que su resultado supera 1 y compara mediante la fórmula los Ingresos Actualizados sobre los Costos Actualizados más la Inversión.

Evaluación Social

La implementación de la microempresa de confección y comercialización de prendas deportivas para que los turistas y deportistas la usen al practicar su deporte de aventura favorito generará un impacto social en los pobladores locales que contarán con un establecimiento que brinde productos diferentes a los que elaboran los talleres y vean que no solo camisetas o calentadores se pueden ofertar, sino una amplia gama de estilos, colores, diseños en la Parroquia de Guanujo, de tal manera que se crearán 6 empleos directos y 12 indirectos como el de las camionetas que trasladaran la materia prima y productos elaborados

La creación de la microempresa en la parroquia impulsará el desarrollo social, económico y productivo, artesanal y lo volverá más dinámico, pues se convertirá en punto de encuentro de turistas y deportistas donde podrán escoger sus prendas deportivas.

En lo referente a Salarios se paga el primer año 38.823,49 dólares a lo que se suma el 15 % que corresponde a 7038,63 y el Impuesto a la Renta de 8.774,83 dólares

CONCLUSIONES

- ✓ Una vez terminado la investigación se ha determinado que la creación de nuestra microempresa de confección y comercialización de prendas de vestir para la práctica de ropa deportiva de ciclismo, montañismo y trekking es factible y tendrá una gran acogida por los turistas que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y la parroquia de Salinas mismos que realizan deportes de montañismo y un gran segmento de deportistas de la ciudad de Guaranda.
- ✓ Con la creación de la microempresa se logrará posicionarnos en el mercado competitivo ya que se ofertará productos de calidad, al gusto de los consumidores y lo que es mucho más importante a un precio cómodo y accesible al bolsillo de nuestros consumidores.
- ✓ Enfatizar en la microempresa como una fuente generadora de ingresos la misma que ayudara a eliminar en un porcentaje mínimo el desempleo de la provincia.

RECOMENDACIONES

- ✓ Adquirir productos elaborados dentro en la provincia Bolívar ayudando a potencializar actividades productivas.
- ✓ Adquirir productos que sean elaborados en la ciudad de Guaranda ya que generaría una mayor dinamia del sector e impulso de varias microempresas creadas con el afán de generar ingresos para el convivir diario.
- ✓ Elaborar productos acordes a las necesidades y gustos de los clientes principalmente deportistas y turistas que arriben a la ciudad de Guaranda, parroquia de Guanujo, de Salinas y de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.
- ✓ Acoger los resultados económicos y financieros con los que se recupera la inversión, se obtienen indicadores financieros aceptables para la microempresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación*. Caracas, Venezuela: Ed. EPISTEME.
- Blacha, L. E., & Ivickas Magallán, M. (2015). *Actores del Mundo Rural: élites, chacareros y arrendatarios*. Argentina: Bernal.
- Boodhoo, R., & Purmerssur, R. D. (2017 de Julio de 2009). *Justification for Qualitative Research in Organizations: a Step Forward*. Obtenido de The Journal of Online Education: <http://www.nyu.edu/classes/keefer/waoe/deeprosh2.pdf>
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México, México: McGraw-Hill Interamericana.
- Entorno Turístico. (30 de Diciembre de 2018). *Actividades Turísticas*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/explandict/actividades-turisticas/>
- Gerhardt, T. E., & Silveira, D. T. (2009). *Métodos de Pesquisa*. Río de Janeiro, Brasil: Pladeger.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Guaranda. (2012). *Agenda Productiva Agropecuaria del Cantón Guaranda*. Guaranda.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia Bolívar. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia Bolívar*. Guaranda: GADPB.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Guaranda 2011 - 2020*. Guaranda.
- Gobierno de la Provincia de Bolívar. (12 de septiembre de 2017). *Gobierno de la Provincia de Bolívar*. Obtenido de <http://www.bolivar.gob.ec>
- Gomez, G. R. (2003). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. España: Ed. Aljibe.
- Greener, S. (2008). *Business Research Methods*. London, Reino Unido: ApS. Obtenido de <http://dl.is.vnu.edu.vn/bitstream/123456789/269/1/introduction-to-research-methods.pdf>
- INEC. (2010). *Censo Nacional: Cantón Guaranda*. Guaranda: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Jorge, P. (2014). *Marketing para alcanzar el éxito*.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing: Versión para Latinoamérica*. México, México: Pearson Educación.
- Ministerio de Cordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2011). *Agenda para la Transformación Productiva Territorial: Provincia de Bolívar*. Ecuador.
- Monteros , E. (2005). *Manual de gestión microempresarial: cómo administrar con éxito una microempresa*. Ibarra, Ecuador: Universitaria.
- Morocho León, L. A., & Ocampo González, L. M. (2016). *El Turismo de la Parroquia San Pedro de Guanujo, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, como Sustento Económico de la Población en el Año 2015 (Tesis de Pregrado)*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Olano, F. (2012.). *Contabilidad General*. Bogota Colombia: Ediciones de la U.
- OMT . (1994). *Introducción del Turismo*. España.
- Pabon, H. (2010.). *Fundamentos de costos*. Alfaomega.
- R.H.Sampiere. (2010). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico, México: Ed. McGRAWHILLIINTERAMERICMA EDITORES.
- Rojas, A. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. México : Mc Graw Hill.
- Sapag, N. (2011.). *Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación*. Chile.: Pearson Educación.
- Tamayo, M. T. (2003). *El Proceso de la Investigacion científica*. MEXICO: Ed. LIMUSA S.A.
- Unesco. (2014). *Qhapaq Ñan - Camino Principal Andino*. Obtenido de <http://whc.unesco.org/es/actividades/65/>
- Von, k. (2011). *Economía Política*. VON, K; Economía Política, Gustavo Gili Editor, Alemania 2011: VON, K; Economía Política, Gustavo Gili Editor, Alemania 2011.
- Winstation, S.L. (2009). *Gestión Contable*. Castellon, España: Gestwin.

APÉNDICE
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Objetivo: Analizar el nivel de aceptación que tendrá la creación de la microempresa de producción y comercialización de indumentaria de montañismo con marca propia en la Parroquia Guanujo.

Apéndice 1: *Encuestas a los deportistas de aventura*

Marque con una (X) las respuestas a las preguntas planteadas.

¿Su edad es?

15 a 20 años
21 a 25 años
26 a 30 años
31 a 35 años
36 40 años

2. ¿Usted practica Deportes de Aventura?

Sí _____
 No _____

3. ¿Qué tipo de Deporte de aventura practica?

ALTERNATIVA
Ciclismo
Trekking
Escala Deportiva
Montañismo

4. ¿Cada que tiempo practica su deporte de aventura favorito?

ALTERNATIVA
Vacaciones
Cada fin de mes
Cada fin de semana

5. ¿Utiliza Ud. ropa adecuada para la práctica de su deporte?

Sí _____
 No _____

6. ¿La ropa que usted utiliza para la práctica de su Deporte es?

Propia
Le proporcionan en la Agencia

8. ¿Para la práctica de su deporte de aventura, que tipo de ropa deportiva adquiere?

Chompa
Pantalón
Chaqueta
Licra

9. ¿Cuántas prendas adquiere cada año para la práctica de su Deporte?

Chompa y pantalón
Pantalón
Chaqueta
Licra

10. ¿Si usted compra Chompas para la práctica de su Deporte, cuanto pago por ella?

De 80 a 100
De 110 a 120

11. ¿Si usted compra Pantalón para la práctica de su Deporte, cuánto pago?

De 40 a 45
De 46 a 50

12. ¿Si usted compra Chaqueta para la práctica de su Deporte, cuánto pago?

De 50 a 60
De 61 a 70

13. ¿Si usted compra Licras para la práctica de su Deporte, cuánto pago?

De 30 a 35
De 36 a 40

14. ¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de comprar la ropa deportiva?

Calidad del Material
Diseño
Modelo
Colores
Marca

15. ¿Cuál es la marca de ropa deportiva que posee, adquiere o le proporcionan para la práctica de su deporte?

Mamut
Outdoor
Quechua

16. ¿Dónde adquiere Ud. la ropa deportiva?

Distribuidora Sanchez (Riobamba)
Equipos Cotopaxi
Marathon Sport
Tattoo
Antisana

17. ¿Ha tenido dificultades para adquirir la ropa deportiva?

SI
NO

18. ¿Está conforme con la ropa deportiva que utiliza?

SI
NO

19. ¿Cuáles son las causas de no estar conforme con la ropa deportiva que utiliza?

No protegen del frío
No son impermeables
Se desgastan rápido
Se extienden al lavarlos
En la primera lavada se descolorea
No son de buena calidad

20. ¿Si le ofertarán ropa deportiva segura, elaborada con materiales de calidad y económica, usted lo adquiriría?

SI
NO

Apéndice 2 Control de calidad en el taller El Cingular



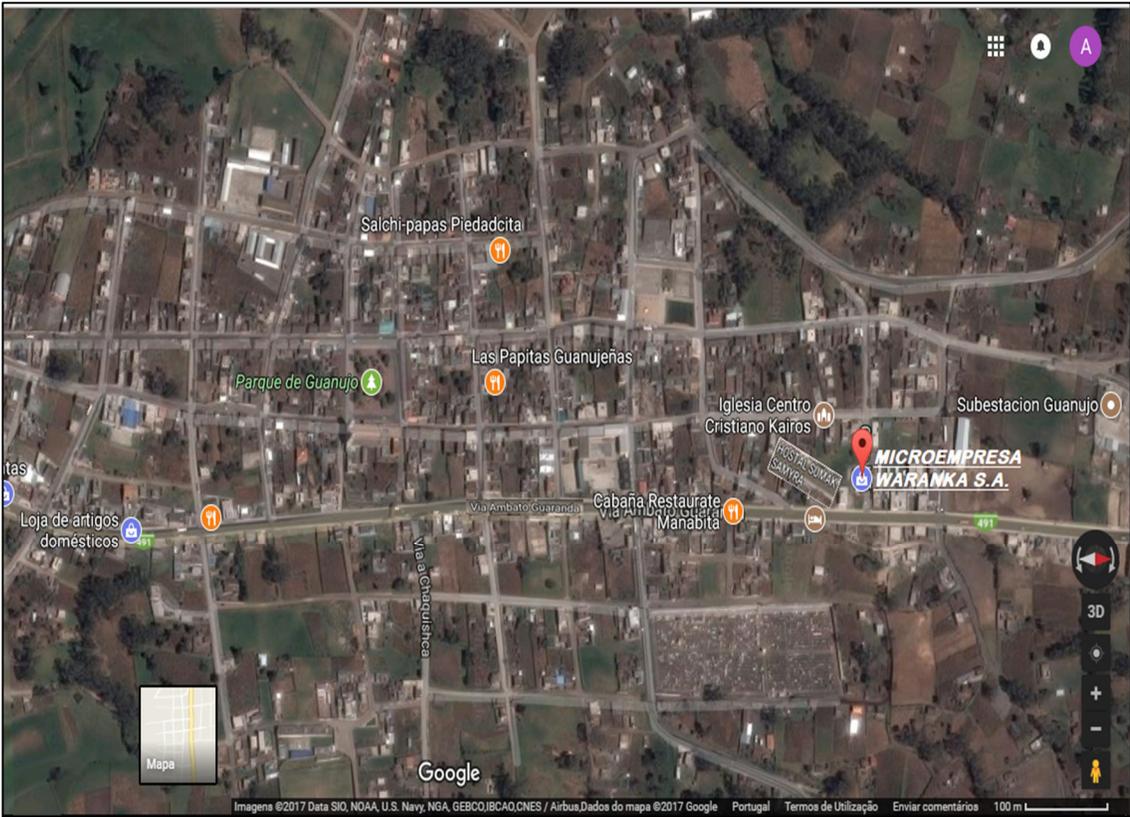
Fuente: Investigación Directa

Apéndice 3 Revisión del proceso de confección de las prendas



Fuente: Investigación Directa

Apéndice 4 Mapa Geográfico de la Ubicación de la Microempresa Waranka Cía. Ltda.



Documento [EMPENDIMIENTO_FINAL_MCHA_6663](#) (03/7431338)

Presentado por marlenachaj124@gmail.com

Presentado por marlenachaj124@gmail.com

Recibido mescoabar.urb@analysis.unkund.com

Mensaje PROYECTO DE EMPENDIMIENTO [Mostrar el mensaje completo](#)

6% de estas 47 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

Categoría	Enlace/Nombre de archivo
	ENTREGA MARLENE 6663
	Proyecto de Graduación 6663
	TESS_1_6663
Fuentes alternativas	
	Diana Ramirez 6663
	TESS ANGELA VEPEZ.pdf
	ANGELA ROCIO VEPEZ SANCHEZ.pdf

Sostenibilidad

15.1. Impacto Socio Económico

Tabla 3232. Impacto Socioeconómico

Nivel de Impacto Indicadores Negativo Positivo * - Σ

-3 -2 -1 0 +1 +2 +3 Cumplimiento de Leyes x 1 1 Posicionamiento en el mercado x 1 1 Satisfacción de necesidades x 1 1 Atención Personalizada x 1 1 Impactos Positivos x 1 1 Impactos Negativos Fuente: Investigación directa Elaborado por: Autora

15.2. Impacto Empresarial Tabla 3333. Nivel de Impacto Empresarial

Nivel de Impacto Indicadores Negativo Positivo * - Σ

-3 -2 -1 0 +1 +2 +3 Cumplimiento de Leyes x 1 1 Posicionamiento en el mercado x 1 1 Satisfacción de necesidades x 1 1 Atención Personalizada x 1 1 Impactos Positivos x 1 1 Impactos Negativos Fuente:

El presente Trabajo de Investigación ha sido elaborado bajo mi Tutoría

Ing. Mario Escobar G
Director Tutor