



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA MICROEMPRESA DEDICADA
A LA CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA JHONN SPORT
SITUADO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA:

MARJORIE TATIANA AMBO YÁNEZ

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA MICROEMPRESA DEDICADA
A LA CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA JHONN SPORT
SITUADO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA: MARJORIE TATIANA AMBO YÁNEZ

DIRECTOR: ING. JUAN BLADIMIR AGUILAR POAQUIZA PHD.

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, Marjorie Tatiana Ambo Yánez

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Marjorie Tatiana Ambo Yáñez, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 14 de julio de 2023



Marjorie Tatiana Ambo Yáñez

060459942-3

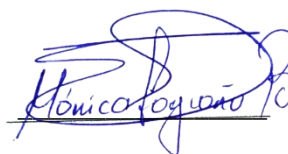
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, **PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA JHONN SPORT SITUADO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**, realizado por la señorita: **MARJORIE TATIANA AMBO YÁNEZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

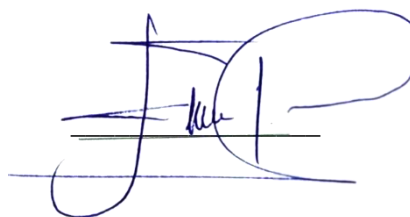
FECHA

Lic. Mónica Alejandra Logroño Becerra
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



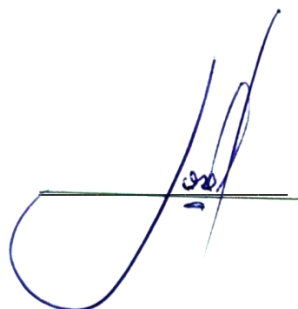
2023-07-14

Ing. Juan Bladimir Aguilar Poaquiza, PhD
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**



2023-07-14

Ing. José Fernando López Aguirre
**ASESOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**



2023-07-14

DEDICATORIA

Dedico este Trabajo de Titulación a Dios y a la Virgen del Cisne por su inmenso amor y las fuerzas para continuar a pesar de las adversidades que se me presentaban en el camino y su bendición en este trayecto de mi vida. Con mucho amor dedico a mis padres que son pilar fundamental en mi vida, por todo el sacrificio, paciencia y apoyo incondicional a pesar de mis tropiezos, siempre estuvieron a mi lado para levantarme, por sus consejos de perseverancia para no rendirme y cumplir mis metas. A mi hermano, por tenerme paciencia, apoyarme e impulsarme a seguir estudiando por no dejarme sola y estar conmigo siempre. A una persona especial Renny por apoyarme en todo momento, alentándome a cumplir mis metas.

Marjorie

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a la Virgen del Cisne por darme la vida, por guiarme por el buen camino y darme fuerzas para vencer los obstáculos y alcanzar mis metas. A mis padres Augusto y Narcisa por su apoyo incondicional económico, por inculcar valores para ser una mejor persona y ser siempre perseverante y luchar por mis sueños. A mi hermano Jhonn por compartir mis triunfos y mis derrotas, animarme y enseñarme a no de caer sino más bien afrontar todo con entereza. A mi Director Juan Aguilar y mi asesor el Ing. José Fernando López por brindarme su apoyo, conocimientos y enseñanzas para culminar el Trabajo de Titulación.

Marjorie

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN.....	xvii
SUMMARY / ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
1. EL PROBLEMA	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2 Limitaciones y delimitaciones	3
<i>1.2.1 Limitaciones</i>	<i>3</i>
<i>1.2.2 Delimitaciones.....</i>	<i>3</i>
1.3 Problema General de Investigación.....	4
1.4 Problema Específico de Investigación	4
1.5 Objetivos	4
<i>1.5.1 Objetivo General.....</i>	<i>4</i>
<i>1.5.2 Objetivo Específicos.....</i>	<i>4</i>
1.6 Justificación	4
<i>1.6.1 Justificación Teórica.....</i>	<i>4</i>
<i>1.6.2 Justificación Metodológica</i>	<i>5</i>
<i>1.6.3 Justificación Práctica.....</i>	<i>5</i>
1.7 Idea a defender	6

CAPÍTULO II	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Antecedentes Investigativos	7
2.2 Referencias teóricas	8
2.2.1 <i>Planear</i>	8
2.2.2 <i>Plan de Negocios</i>	8
2.2.3 <i>Descripción del negocio</i>	12
2.2.4 <i>Reseña histórica</i>	12
2.2.5 <i>Plan estratégico del negocio</i>	13
2.2.6 <i>Segmento del Mercado</i>	14
2.2.7 <i>Plan de Operaciones</i>	17
2.2.8 <i>Plan Financiero</i>	17
2.2.9 <i>Plan de Marketing</i>	18
2.2.10 <i>Ventas</i>	22
2.2.11 <i>Modelo de negocio CANVAS</i>	23
CAPÍTULO III	25
3. MARCO METODOLÓGICO	25
3.1 Enfoque de la Investigación	25
3.1.1 <i>Enfoque Cualitativo</i>	25
3.1.2 <i>Enfoque Cuantitativo</i>	25
3.2 Nivel de la Investigación	25
3.3 Diseño de la Investigación	26
3.3.1 <i>Según la manipulación de la variable independiente</i>	26
3.3.2 <i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i>	26
3.4 Tipos de Estudio	26
3.5 Población y planificación, selección y cálculo de la muestra	27
3.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	28
3.7 Técnicas e instrumentos	28

CAPÍTULO IV	30
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	30
4.1 Análisis e interpretación de resultados.....	30
4.1.1 <i>Tabulación de encuestas en la ciudad de Riobamba</i>	30
4.1.2 <i>Entrevista a la propietaria de la microempresa Jhonn Sport</i>	43
4.1.3 <i>Entrevista al trabajador de la microempresa Jhonn Sport.....</i>	46
4.2 Discusión de resultados.....	49
CAPÍTULO V.....	50
5. MARCO PROPOSITIVO	50
5.1 Título de la propuesta	50
5.2 Objetivos de la propuesta	50
5.2.1 <i>Objetivo general.....</i>	50
5.2.2 <i>Objetivos específicos.....</i>	50
5.3 Fase 1: Diagnóstico de la situación actual.....	50
5.3.1 <i>Descripción de la microempresa.....</i>	50
5.3.2 <i>Reseña histórica.....</i>	51
5.3.3 <i>Localización del negocio.....</i>	51
5.3.4 <i>Matriz FODA</i>	51
5.3.5 <i>Matriz de Factores Internos EFI.....</i>	54
5.3.6 <i>Matriz de Factores Externos EFE.....</i>	55
5.4 Fase 2: Plan de Negocios.....	57
5.4.1 <i>Plan estratégico</i>	57
5.4.2 <i>Segmentación de mercado.....</i>	71
5.4.3 <i>Plan de operaciones.....</i>	77
5.4.4 <i>Plan financiero.....</i>	81
5.5 Fase 3: Plan de Marketing.....	106
5.5.1 <i>Producto.....</i>	106

5.5.2	<i>Precio</i>	108
5.5.3	<i>Plaza</i>	109
5.5.4	<i>Promoción</i>	110
5.5.5	<i>Modelo CANVAS</i>	115

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	116
---	------------

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3: Técnicas e instrumentos de la Investigación	29
Tabla 2-4: Género	30
Tabla 3-4: Edad.....	31
Tabla 4-4: Frecuencia del uso de ropa para actividades cotidianas	32
Tabla 5-4: Compra de ropa deportiva	33
Tabla 6-4: Pago por la compra de ropa deportiva	34
Tabla 7-4: Atención en venta en los diversos locales	35
Tabla 8-4: Compra de ropa deportiva	36
Tabla 9-4: Método de pago	37
Tabla 10-4: Conoce la microempresa Jhonn Sport	38
Tabla 11-4: Puntos de venta.....	39
Tabla 12-4: Promoción	40
Tabla 13-4: Medios para brindar información	41
Tabla 14-4: Tipo de red social	42
Tabla 15-4: Ficha de entrevista al propietario.....	44
Tabla 16-4: Ficha de entrevista al trabajador.....	46
Tabla 17-4: Ficha de entrevista al trabajador.....	48
Tabla 18-5: Descripción de la microempresa.....	50
Tabla 19-5: Matriz FODA	52
Tabla 20-5: Estrategias FODA.....	53
Tabla 21-5: Matriz de Factores Internos EFI.....	55
Tabla 22-5: Matriz de Factores Externos EFE.....	56
Tabla 23-5: Manual de funciones: Gerente.....	64
Tabla 24-5: Manual de funciones: Secretaria.....	65
Tabla 25-5: Manual de funciones: Contador.....	66
Tabla 26-5: Manual de funciones: Cajero.....	67
Tabla 27-5: Manual de funciones: Vendedor.....	68
Tabla 28-5: Manual de funciones: Diseñador	69
Tabla 29-5: Manual de funciones: Cortador y Confeccionador	70
Tabla 30-5: Manual de funciones: Empacador	71
Tabla 31-5: Segmentación de mercado	72
Tabla 32-5: Demanda.....	73
Tabla 33-5: Proyección de la demanda	73
Tabla 34-5: Oferta.....	74

Tabla 35-5: Proyección de la oferta	75
Tabla 36-5: Demanda potencial insatisfecha	76
Tabla 37-5: Maquinaria de la microempresa Jhonn Sport	78
Tabla 38-5: Plan de inversión	81
Tabla 39-5: Plan de inversión resumido	82
Tabla 40-5: Depreciación.....	82
Tabla 41-5: Depreciación método línea recta	83
Tabla 42-5: Inversión inicial para el producto	84
Tabla 43-5: Capital	85
Tabla 44-5: Sueldos	86
Tabla 45-5: Tabla de amortización	87
Tabla 46-5: Costo de producción de camisetas.....	89
Tabla 47-5: Costos de producción de buzos	90
Tabla 48-5: Costo de producción de pantalonetas	91
Tabla 49-5: Costo de producción de pantalones	92
Tabla 50-5: Costo de producción de pijamas.....	93
Tabla 51-5: Gastos generales	94
Tabla 52-5: Precio de venta	95
Tabla 53-5: Proyección de costos por unidades.....	96
Tabla 54-5: Proyección de costos	96
Tabla 55-5: Proyección de ventas por unidades.....	97
Tabla 56-5: Proyección de ventas	97
Tabla 57-5: Estado de pérdidas y ganancias	98
Tabla 58-5: Proyección de ventas por unidades.....	99
Tabla 59-5: Proyección de costos por unidades.....	100
Tabla 60-5: Proyección de costos de producción.....	100
Tabla 61-5: Proyección de ventas por producción.....	101
Tabla 62-5: Estado de pérdidas y ganancias proyectado	102
Tabla 63-5: Flujo de caja	103
Tabla 64-5: TIR.....	105
Tabla 65-5: Beneficio/Costo	105
Tabla 66-5: Producto.....	106
Tabla 67-5: Precios establecidos por la competencia	108
Tabla 68-5: Precio de venta al público.....	109

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-2: Características del Plan de Negocios	11
Ilustración 2-2: Reseña histórica	13
Ilustración 3-2: Plan estratégico del negocio	14
Ilustración 4-2: Plan de Operaciones.....	17
Ilustración 5-2: Elementos de Promoción	21
Ilustración 6-2: Objeciones de Ventas.....	22
Ilustración 7-2: Elementos del Modelo Canvas.....	24
Ilustración 8-5: Colores	58
Ilustración 9-5: Determinar la misión	60
Ilustración 10-5: Determinar la visión.....	61
Ilustración 11-5: Elaboración de los valores	62
Ilustración 12-5: Canal de distribución	110

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4: Género	30
Gráfico 2-4: Edad.....	31
Gráfico 3-4: Frecuencia del uso de ropa para actividades cotidianas	33
Gráfico 4-4: Compra de ropa deportiva	34
Gráfico 5-4: Pago por la compra de ropa deportiva.....	35
Gráfico 6-4: Atención en venta en diversos locales.....	36
Gráfico 7-4: Satisfacción de la compra de ropa deportiva.....	37
Gráfico 8-4: Método de pago	38
Gráfico 9-4: Conoce la microempresa Jhonn Sport	39
Gráfico 10-4: Puntos de venta.....	40
Gráfico 11-4: Promoción	41
Gráfico 12-4: Medios para brindar información	42
Gráfico 13-4: Tipo de red social	43
Gráfico 14-5: Proyección de la demanda.....	74
Gráfico 15-5: Proyección de la oferta	75
Gráfico 16-5: Demanda potencial insatisfecha	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1: Google maps ciudad de Riobamba	3
Figura 2-2: Elementos del Modelo Canvas.....	23
Figura 3-5: Ubicación de la microempresa.....	51
Figura 4-5: Marca propuesta.....	57
Figura 5-5: Organigrama estructural.....	63
Figura 6-5: Propuesta de la distribución de la planta.....	77
Figura 7-5: Proceso de confección de ropa deportiva: Camisetas y buzos	79
Figura 8-5: Proceso de confección de ropa deportiva: Pantalones	80
Figura 9-5: Página de Facebook	111
Figura 10-5: Página de Instagram.....	111
Figura 11-5: Página web.....	112
Figura 12-5: Productos que ofrece la microempresa Jhonn Sport	112
Figura 13-5: Reseña, misión, visión y valores de la microempresa Jhonn Sport	113
Figura 14-5: Foro de la actividad deportiva.....	113
Figura 15-5: Contacto de la microempresa Jhonn Sport.....	114
Figura 16-5: Modelo CANVAS.....	115

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

ANEXO B: ENTREVISTA AL PROPIETARIO

ANEXO C: ENTREVISTA AL TRABAJADOR

ANEXO D: RUC

ANEXO E: MICROEMPRESA JHONN SPORT

RESUMEN

La microempresa Jhonn Sport situada en la ciudad de Riobamba, no cuenta con un plan estratégico, en el plan financiero no se realiza los estados financieros, el proceso que se realiza es de manera empírica, por lo tanto el objetivo de la presente investigación se tuvo que realizar un Plan de Negocios para la microempresa Jhonn Sport que se dedicada a la confección de ropa deportiva, mediante el diagnóstico de la situación actual que se encuentra la microempresa, con el fin de optimizar la gestión administrativa al incrementar las ventas. Para la investigación de campo se realizó la entrevista al propietario como al trabajador y la encuesta para la población, misma que fue de gran ayuda para conseguir información sobre la situación actual de la microempresa. En el aspecto propositivo se desarrolló el análisis FODA que permitió identificar los factores internos como externos. Se desarrolló el plan estratégico que consta de la información de la microempresa, la segmentación del mercado, el plan de operaciones, el plan financiero y el plan de marketing mix que se consideró estrategias para la comercialización de las prendas de ropa deportiva. En los indicadores financieros resultó el VAN de \$ 6.684,44 y el TIR de 36%, por ende, se considera que el proyecto es viable y se recomienda que se implemente el Plan de Negocios para tener una rentabilidad óptima, satisfacer las necesidades de los consumidores, posicionamiento en el mercado y se logre progresar para constituirse una empresa.

Palabras clave: <PLAN DE NEGOCIOS >, <CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA >, <GESTIÓN >, <VENTAS >, <MERCADO >, <COMERCIALIZACIÓN >, <VALOR ACTUAL NETO>, < TASA INTERNA DE RETORNO >.



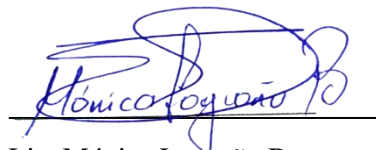
19-07-2023

1511-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The microenterprise Jhon Sport, located in Riobamba, requires a strategic plan and an improvement on its financial statements since they rely on an empirical approach. This research aims to create a Business Plan for Jhon Sport, a sportswear manufacturing business, by diagnosing its current situation and optimizing administrative management to boost sales. Data collection involved interviews with the owner and employees and surveys to gather information from the target population. A SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) analysis was essential to identify internal and external factors. The resulting strategic plan encompasses microenterprise information, market segmentation, operational and financial plans, and a marketing mix strategy for sportswear promotion. Financial indicators showed a Net Present Value (NPV) of \$6,684.44 and an Internal Rate of Return (IRR) of 36%, confirming the project's viability. Implementing the Business Plan is recommended to achieve optimal profitability, meet consumer needs, gain market positioning, and foster enterprise growth.

Keywords: <Business Plan>, <Sportswear Manufacturing>, <Management>, <Sales>, <Market>, <Promotion>, <Net Present Value>, <Internal Rate of Return>.



Lic. Mónica Logroño Becerra

060274953-3

INTRODUCCIÓN

El objetivo primordial de la microempresa Jhonn Sport es mejorar la rentabilidad, por ello es importante plasmar el Plan de Negocios que es una herramienta primordial para la planificación, coordinación como el control de actividades, que tiene una meta común el de incrementar las ventas y mejorar el fortalecimiento en los procesos de producción, los mismos que sean aceptables por los consumidores y se mantenga una posición en el mercado, por ello en la realización del plan se considera los siguientes capítulos:

Capítulo I: se conforma del problema, que abarca el planteamiento del problema en el que se evidencia las circunstancias débiles de la microempresa, en las limitaciones y delimitaciones la justificación de la realización del plan, en el problema general y específico que nos ayuda para la elaboración de los objetivos general como específicos, considerando la justificación de los mismos.

Capítulo II: se denomina marco teórico que contiene los antecedentes y las referencias teóricas, en la que se basa en información como conceptos, definiciones de lo que es el Plan de Negocios y las partes que lo conforman, fundamentado en las fuentes de bibliografía como libros, revistas, artículos científicos, tesis o páginas web que tengan información verídica sobre el tema de investigación.

Capítulo III: se detalla el marco metodológico con el cual empieza con el enfoque de investigación cualitativa o cuantitativa, el nivel de la investigación, el diseño de la investigación, tipos de estudio, población, métodos, técnicas e instrumentos de investigación, lo cual nos ayuda a recolectar información y datos sobre lo que vamos a desarrollar.

Capítulo IV: se concluye con los resultados y discusión en el que se realiza el análisis como la interpretación de cada interrogante que se aplicó en la encuesta y entrevista para así realizar la discusión de resultados.

Capítulo V: se enfoca el marco propositivo, que es el Plan de Negocios en el que se analiza previamente la información de la microempresa, por la cual se busca estrategias para mejorar la rentabilidad y el direccionamiento de Jhonn Sport.

Finalmente se desarrolló las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación, el sustento de la información mediante la bibliografía y la evidencia que son los anexos.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

El crecimiento a nivel de clientes conlleva desafíos operacionales que ocupan la mayor atención de la administración como también disminuyen el tiempo dedicado a entender qué ocurre en los puntos de venta siendo, así cómo es posible aumentar el ritmo de crecimiento en ventas cuyo decrecimiento en los últimos dos años, se ve afectado por la crisis sanitaria (COVID 19) y a la crisis general de la economía, cuyos proceso de recuperación se ven frustrados por cuestiones coyunturales como los sucedidos últimamente en el país, como los paros.

De acuerdo al INEC existe el 95% que equivale al sector productivo el mismo que está constituido por micro, pequeñas, medianas empresas, siendo la población del cantón Riobamba de 225921, teniendo una competencia en las empresas reconocidas que se dedican a esta actividad de confección y comercialización de ropa deportiva como uniformes escolares, dado el caso de la competencia que es el Comercial Sacha, la Casa del Deportista y Confecciones Lilis, etc. que se encuentran posicionados en el mercado.

La Microempresa Jhonn Sport se dedica a la confección de todo tipo de ropa deportiva como calentadores de instituciones públicas y privadas, calentadores personalizados con un plus en las prendas deportivas que sean de máxima calidad como también que sea cómodo, elaborados con tela e insumos nacionales para hombres como mujeres en la ciudad de Riobamba. Sin embargo como toda microempresa, el cliente puede elegir los patrones de diseño, personalización, colores y calidad de la tela.

El Plan de Negocios permite tener un estudio clave del entorno, que se desarrolla la microempresa puesto que se analiza, evalúa los resultados, pero que se mantienen de acuerdo a los objetivos que se impongan, al igual de conocer las estrategias para que se opere de manera dinámica durante un determinado tiempo frente a la posición del mercado y la competencia (Quaranta, 2020, pp. 53-56).

Conforme a lo mencionado como se encuentra la situación actual de la microempresa Jhonn Sport cuenta con un porcentaje bajo en las ventas en los últimos años, el desconocimiento del posicionamiento en el mercado, la producción que realiza es de manera empírica, baja innovación,

no poseer misión, visión, objetivos, valores, ni un análisis previo de un FODA, falta de estrategias publicitarias de los productos hacia el consumidor, por lo que al proponer el Plan de Negocios tiene un fin de incrementar las ventas a través de la comercialización de la ropa deportiva con un plus de personalización y posicionamiento en el mercado, para mejorar su rentabilidad.

1.2 Limitaciones y delimitaciones

1.2.1 Limitaciones

En la presente investigación la limitante, se evidencia la falta de posicionamiento en el mercado, la producción empírica, déficit en las ventas, medios de publicidad, que permita satisfacer las necesidades de los consumidores de manera eficiente al igual que óptima con respecto al Plan de Negocios que es una pauta considerando las áreas de la microempresa para que marchen de manera eficiente.

1.2.2 Delimitaciones

1.2.2.1 Delimitación Temporal

De acuerdo a los datos obtenidos de la presente investigación en la delimitación temporal se realizarán en el periodo académico PAO 8 PERIODO ACADÉMICO ORDINARIO SEPTIEMBRE- MARZO 2022.

1.2.2.2 Delimitación Espacial

En la investigación, la delimitación espacial se puntualiza en la:

Región: Sierra

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

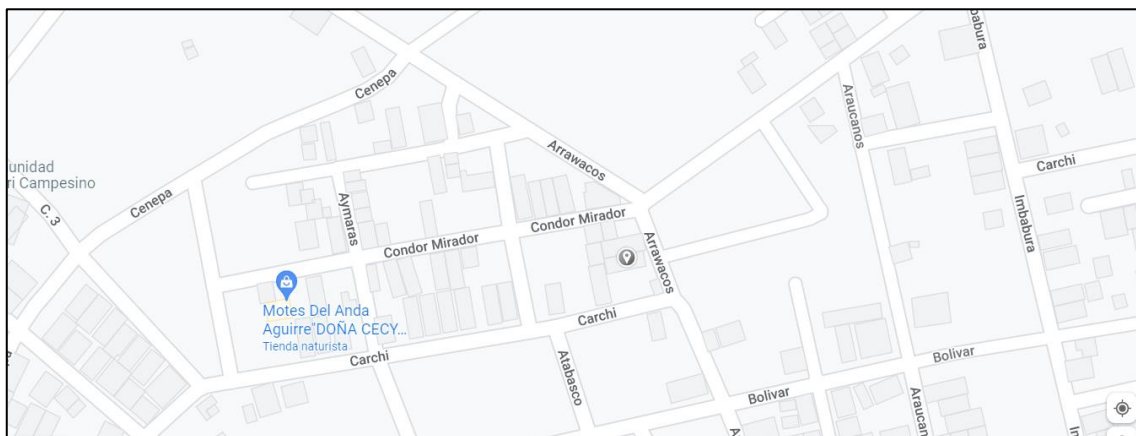


Figura 1-1: Google maps ciudad de Riobamba

Fuente: Google maps

Realizado por: Ambo, M. 2023.

1.3 Problema General de Investigación

¿Cómo incide un Plan de Negocios en la microempresa Jhonn Sport dedicada a la confección de ropa deportiva situado en la ciudad de Riobamba que permita el incremento de sus ventas para mejorar la rentabilidad?

1.4 Problema Específico de Investigación

- ¿De qué forma el Plan de Negocios ayuda a la solución de problemas de la microempresa Jhonn Sport?
- ¿Se conoce la situación actual de la microempresa Jhonn Sport?
- ¿Cuál es la rentabilidad que tendrá la microempresa Jhonn Sport al momento de implementar el Plan de Negocios?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Realizar un Plan de Negocios en la microempresa Jhonn Sport, situado en la ciudad de Riobamba para mejorar la rentabilidad mediante la comercialización de ropa deportiva.

1.5.2 Objetivo Específicos

- Diagnosticar la situación actual como se encuentra la microempresa Jhonn Sport, con una matriz previa que permita el posicionamiento en el mercado.
- Proponer un Plan de Negocios, que aporte en el nivel de rentabilidad para el crecimiento de la microempresa y la productividad.
- Establecer los elementos que conforman en el Marketing Mix para incrementar las ventas en la microempresa Jhonn Sport mediante las redes sociales.

1.6 Justificación

1.6.1 Justificación Teórica

En la presente investigación a realizar posee de fundamentos históricos se basa en artículos, revistas, trabajos de titulación al igual que trabajos de postgrado con información actualizada, autores contemporáneos y clásicos que enriquecerá el tema de la investigación, de tal manera es importante mencionar que el Plan Comercial forma parte del Plan de Negocios puesto que existen definiciones como: El Plan de Negocios básicamente se trata de una estrategia sobre los planes como objetivos de una empresa que se va a realizar en un determinado tiempo (Quaranta, 2020,pp 53-58).

1.6.2 Justificación Metodológica

El desarrollo se inicia de una investigación científica puesto que en la metodología se basa en un enfoque mixto es decir cualitativo y cuantitativo, con un nivel de investigación exploratorio, descriptivo como también correlacional debido a que según la manipulación de las variables el diseño de este estudio es no experimental, se basa en evidencia fundamentada en una investigación bibliográfica como de campo, posteriormente con métodos que son usados entre ellos deductivo-inductivo, analítico al igual que sistémico que sustentan el desarrollo del mismo. Con respecto a las técnicas que se emplearán para recolectar información son las previas encuestas tanto como entrevista de un cuestionario.

La finalidad de la aplicación de recolección de los datos permite estimar la situación actual de la microempresa con el propósito de aumentar las ventas siendo competitiva en el mercado nacional.

1.6.3 Justificación Práctica

En el Plan de Negocios es importante que se debe considerar la toma de decisiones en la que abarca principalmente la información de una microempresa, el mercado, el producto, los objetivos y el marketing mix, por ende, considerar soluciones para resolver las circunstancias que se presentan en una microempresa, manteniendo un fin de minimizar riesgos al lanzar el producto al mercado mediante las redes sociales. (Quaranta, 2020, p.53)

De acuerdo a lo indicado con anterioridad, es primordial realizar un Plan de Negocios, puesto que es un mapa de negocio donde el proceso ayuda a descubrir las debilidades de la microempresa para llevarse a cabo convirtiéndoles en fortalezas para que el negocio este posesionado en el mercado, como se pueda alcanzar las metas, contribuyendo a la economía, desarrollo sostenible y social.

En base al Plan de Negocios beneficiará a la microempresa, al permitir dar a conocer el producto que se realiza con el crecimiento de las ventas, al ser comercializado identificando el nicho de mercado en la ciudad de Riobamba, de tal forma que los consumidores se sientan satisfechos del producto adquirido, así el presente Trabajo de Titulación será una contribución a las instituciones de educación superior como investigadores y demás personas.

1.7 Idea a defender

El Plan de Negocios, permitirá mejorar la rentabilidad en la microempresa Jhonn Sport, tendrá un buen posicionamiento en el mercado.

Variable independiente: Plan de Negocios.

Variable dependiente: Mejorar la rentabilidad.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

Desde el año 2012 Jhonn Sport fue creada en el año 2012, teniendo una línea en la confección de ropa deportiva para hombres, mujeres y niños, ha tenido que desempeñarse en un ambiente proveniente de la inflación económica entre otros factores del país, que están evidenciados en el alza de la materia prima al igual que los insumos, materiales como también de la mano de obra; además la falta de un Plan de Negocios, por ende se ve afectado el crecimiento de las ventas amenazado sin poseer una estructura de la microempresa como también la publicidad que requiere la microempresa para ampliar la cartera de clientes.

De acuerdo a los antecedentes investigativos, se efectúa la indagación de información que se requiere para la elaboración del Trabajo de Titulación, en el que se mantiene las metodologías de investigación, de tal forma desarrollar el Plan de Negocios con el fin de mejorar la rentabilidad en la microempresa, con fundamentos previos y el propósito de tener una visión de una investigación al lograr a continuación los resultados como:

En el diseño del plan comercial de la compañía SUIZA DAJED CIA. LTDA. , situado en la ciudad de Ambato, en la provincia de Tungurahua, en los años 2017-2020, resalta el FODA como un medio de análisis en la empresa para así poder determinar la situación actual en el cumplimiento de los objetivos planteados para fidelizar a los clientes e incrementar el nivel de competitividad (Salazar, 2018,p. 66).

Mientras (Agila et al., 2018, pp.4-5) menciona que el Plan de Negocios es una estrategia que reúne la información para llevarse a cabo un negocio con el fin de contar con una inversión propuesta para ponerle en marcha, puesto que se evalúan los resultados para poner en marcha la actividad empresarial que se va a desempeñar.

Conforme al trabajo realizado de titulación de (Velasco, 2019, p. 60) denominado: Plan de marketing digital para la Empresa “Post Sport”, en la ciudad de Ambato en el que comenta que al implementar la creación de una página en Facebook, tiene una finalidad de generar un espacio en las redes sociales que sean de gran apego para la sociedad.

Según el trabajo realizado de titulación de (Mena, 2021, p. 25) el Plan de Negocios se basa en el estudio de la información que se encuentra plasmada en el negocio, en la misma que se analiza el mercado, plasando acciones para el futuro las mismas que serán efectuadas ya sea en la promoción, producto, en el que contiene puntos clave como la evaluación integral y la factibilidad del negocio.

Para (Suquilandi, 2022, p.20) indica que mediante el Plan de Negocios se mantiene una visión en el futuro por el emprendedor, contando con formas estratégicas para así culminar con la planeación y el logro de las metas propuestas.

Puesto que la idea esencial del Trabajo de Titulación es ofrecer eficiencia al igual que eficacia, posicionamiento y rentabilidad a la microempresa Jhonn Sport situada en la ciudad de Riobamba, con un preliminar análisis mediante la implementación de la matriz FODA lo que permite diagnosticar los problemas que existe, al visualizar los puntos débiles, transformándolos en fortalezas, es decir, dando soluciones con una estrategia para la solventar los problemas que se encuentra en la misma.

2.2 Referencias teóricas

2.2.1 Planear

Planear es un proceso mediante el cual se puede decidir acciones que se van a realizar en el futuro, donde consiste en prever varias estrategias por la que se va a decidir para mantener mejores soluciones ya sea a mediano, largo o corto plazo, manteniendo una organización y sistematización de lo que se quiere realizar.

El significado de planear hace referencia a dicha a planificar de cierto proceso o proyecto que se va a ejecutar con el fin de conseguir un resultado (Cao, 2018, p. 2).

2.2.2 Plan de Negocios

Mediante un plan de negocios permite tener un conjunto de objetivos, es decir, una iniciativa de una empresa la misma que consiste en tener como base una proyección al igual que una evaluación, básicamente empleado por la administración que permite la previa planificación de dichas tareas con el fin de tener un aporte de financiamiento del negocio óptimo para que se desarrolle.

Plantea que se desarrolle un proyecto comercial, estudiando el entorno de la empresa, evaluar y analizar los posteriores resultados manteniendo cada objetivo planteado, por lo cual es el inicio que se da a un negocio que se va a desempeñar en el mercado.

En el plan de negocios sin duda existen indicadores como:

- Objetivos.
- Estrategias.
- Estructura organizacional.
- Inversión.
- Soluciones para solventar los problemas.
- Toma de decisiones.

En un plan de negocios se busca, vender un proyecto. En el resumen ejecutivo se concluye que tiene que ser una excelente síntesis técnica, pero también vender e inducir a los clientes para que se motiven en comprar (Quaranta, 2020, pp. 53-58).

El objetivo de mantener una idea en el proyecto-negocio es destacar la contribución a la sociedad por ello es importante tomar en cuenta como dar en marcha un negocio las siguientes:

- Resumir la idea.
- Expresar las razones que le motivan a emprender.
- Describir el campo de negocio.
- Describir el tipo de empresa ya sea industrial, comercial o de servicios.
- Describir el producto que se va a ofrecer.
- Definir el grupo de clientes.
- Describir la necesidad o el problema.
- Describir si las necesidades serán satisfechas.
- Transmitir las habilidades y ventajas de la Empresa (Quaranta, 2020, pp. 53-58).

Es importante que se analice el mercado competitivo al igual que los actores que se relacionan con el propósito de concretar la estrategia de marketing como:

1. Cliente
 - a) Segmentación.
 - b) Indagación del mercado.
 - c) Proyección de la demanda.
2. Competidores
 - a) Empresas que ofertan potencial o existente.
 - b) Análisis de Porter (análisis de barreras de entrada y salida).

3. Proveedores

- a) Existencia de productos que son vendidos de forma directa para posteriormente su transformación.

4. Producto

- a) Beneficios del producto.
- b) Descripción de los detalles del producto.
- c) Canal de distribución.
- d) Marca propia.
- e) Presentación.
- f) Servicios preventa.
- g) Servicios posventa.
- h) Plazos de entrega
- i) Garantías básicas.
- j) Mantenimiento.

5. Precio

- a) Precios en corto plazo.
- b) Precios en largo plazo.
- c) Detallar precio unitario.
- d) Detallar los costos.

6. Promoción-comunicación

- a) Presupuesto de cada mes.
- b) Plan de comunicación.
- c) Síntesis de mensajes para transmitir.
- d) Medios para comunicarse.
- e) Inversión en la comunicación.

7. Logística

- a) Canal de distribución.
- b) Condiciones habituales de operación.
- c) Requisitos para el acceso.
- d) Política de los existentes canales. (Quaranta, 2020, pp. 53-58)

El Plan de Negocios contiene una ventaja que puede ser un fuerte en la competencia, dado que surgen estrategias, ideas como procesos de la empresa en el básicamente exista un control en un tiempo ya sea largo o corto plazo donde el CEO administre propiamente los recursos y pueda tomar decisiones fructíferas para la organización o la empresa, de modo que se cumplan los objetivos.

Sin embargo, el Plan de Negocios cumple un papel importante en el ámbito empresarial, como saber la inversión que se necesita, producto o servicio que se va a ofertar al mercado, proyecciones de la iniciativa que se mantiene en mente, responsabilidad social, factibilidad, rentabilidad manteniendo un potencial exitoso en el negocio que se quiere alcanzar.

2.2.2.1 Características del Plan de Negocios

El Plan de Negocios para una empresa, organización e institución es importante en el mercado ya que su propósito es buscar ser competitivo manteniendo los estándares de calidad, el precio en el producto que se ofrece manteniendo un plus para atraer la cartera de los clientes como también expandir su producto en el mercado nacional e internacional (Guzmán, 2020).

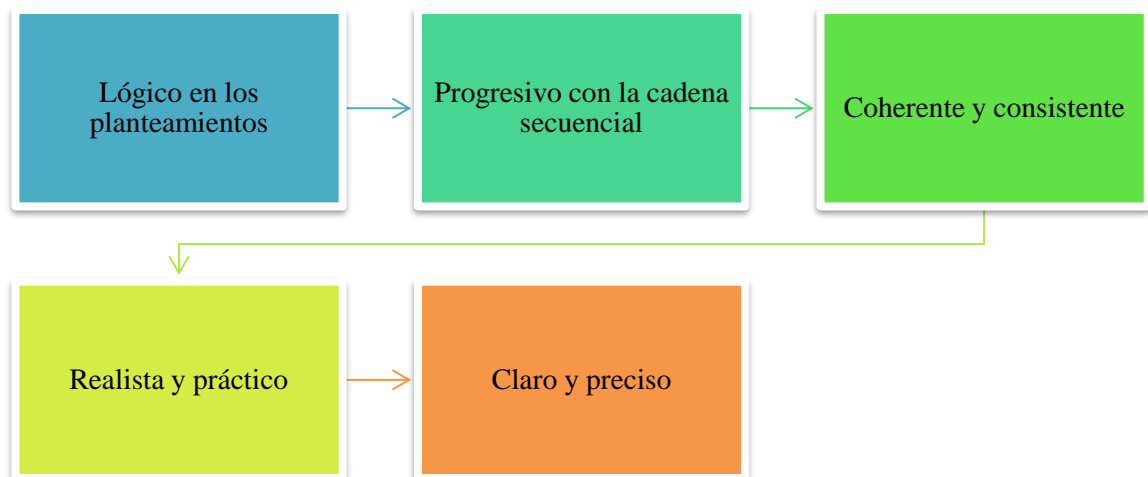


Ilustración 1-2: Características del Plan de Negocios

Realizado por: Ambo, M. 2023.

2.2.2.2 Tipos del Plan de Negocios

En los tipos del Plan de Negocios están básicamente contemplando el proyecto que se va a desempeñar, mediante la descripción del negocio y en base al previo análisis se clasifican en:

- **Plan de Negocios para las empresas puestas en marcha:**

Se trata de un plan en el que se aplica la evaluación de un negocio de forma autónoma, en el que se debe distribuir los costos fijos de la empresa, haciendo énfasis en la capacidad del FODA para la toma de decisiones de parte de la alta gerencia.

- **Plan de Negocios para las nuevas empresas:**

Se basa en la descripción de la idea principal de negocio por cual se debe describir objetivos, estrategias empleadas, plan de acción, es decir, un diseño para lograr las metas de las nuevas empresas.

- **Plan de Negocios para los inversionistas:**

Es importante la redacción de los inversionistas, dado que la información obtenida es importante para estipular la factibilidad, la inversión con lo propuesto.

- **Plan de Negocios para los administradores:**

Se rige en las operaciones de la organización o la empresa donde se detalla de manera clara y precisa los presupuestos, procesos y programas en el área que se desempeñan (Gaytán, 2020,p.144).

El Plan de Negocios se rige a los inversionistas, administradores como también a los emprendedores que tienen una finalidad de guiar la operación de una microempresa, pequeña, mediana y grande empresa.

2.2.3 Descripción del negocio

Seguidamente del resumen ejecutivo la descripción del negocio se base en la historia de cómo surge la idea, propósito, creación, acontecimientos importantes con finalidad de transmitir el producto o servicio que se desea vender, la ubicación y logotipo del negocio que se desempeña (Baque et al., 2020,p. 124).

2.2.4 Reseña histórica

El propósito de la reseña histórica es una síntesis de los aspectos importantes de la empresa, que se basa con la información de la estructura del proyecto con una visión que permita tomar una decisión en base a la descripción del negocio (Gaytán, 2020,pp. 143).

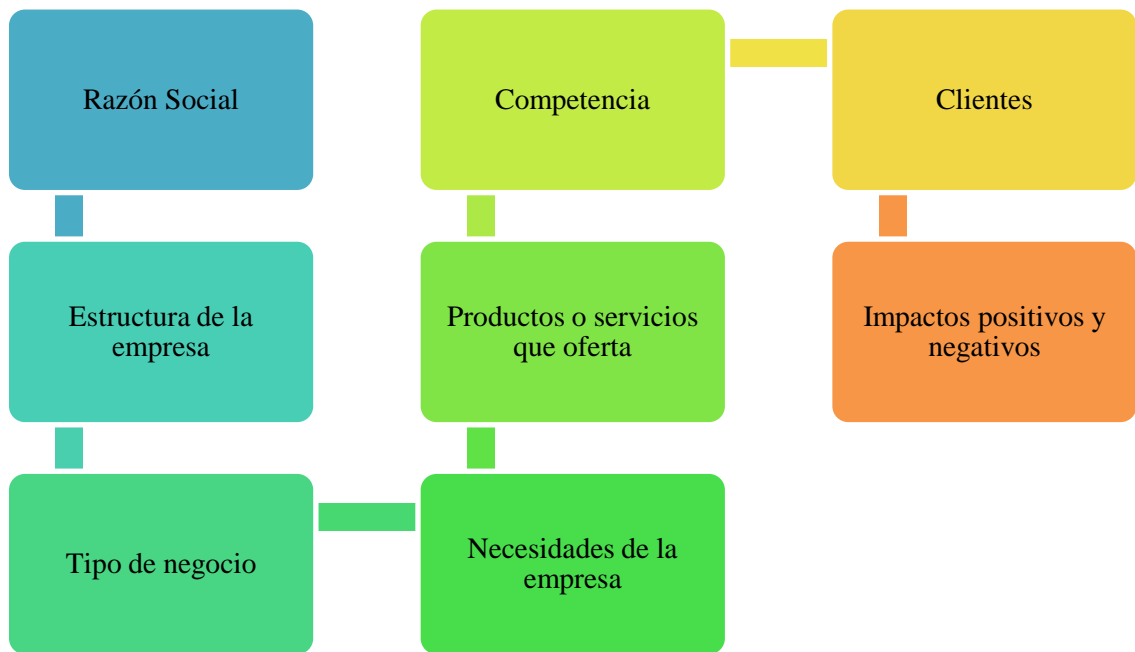


Ilustración 2-2: Reseña histórica

Realizado por: Ambo, M. 2023.

2.2.5 *Plan estratégico del negocio*

El Plan Estratégico es una herramienta que permite obtener información de la organización que permite mantener una imagen futura al cumplir su respectiva misión como también visión en un determinado tiempo teniendo proyecciones para lograr el objetivo propuesto e incrementar la rentabilidad y al momento de tomar decisiones. (Silva, 2020,p.349)

Mediante el Plan Estratégico se puede brindar enfoque, precisión y claridad en la organización, al analizar riesgos con la verificación que previamente ofrece control, orden con que se busca al igual que el logro de la misma.

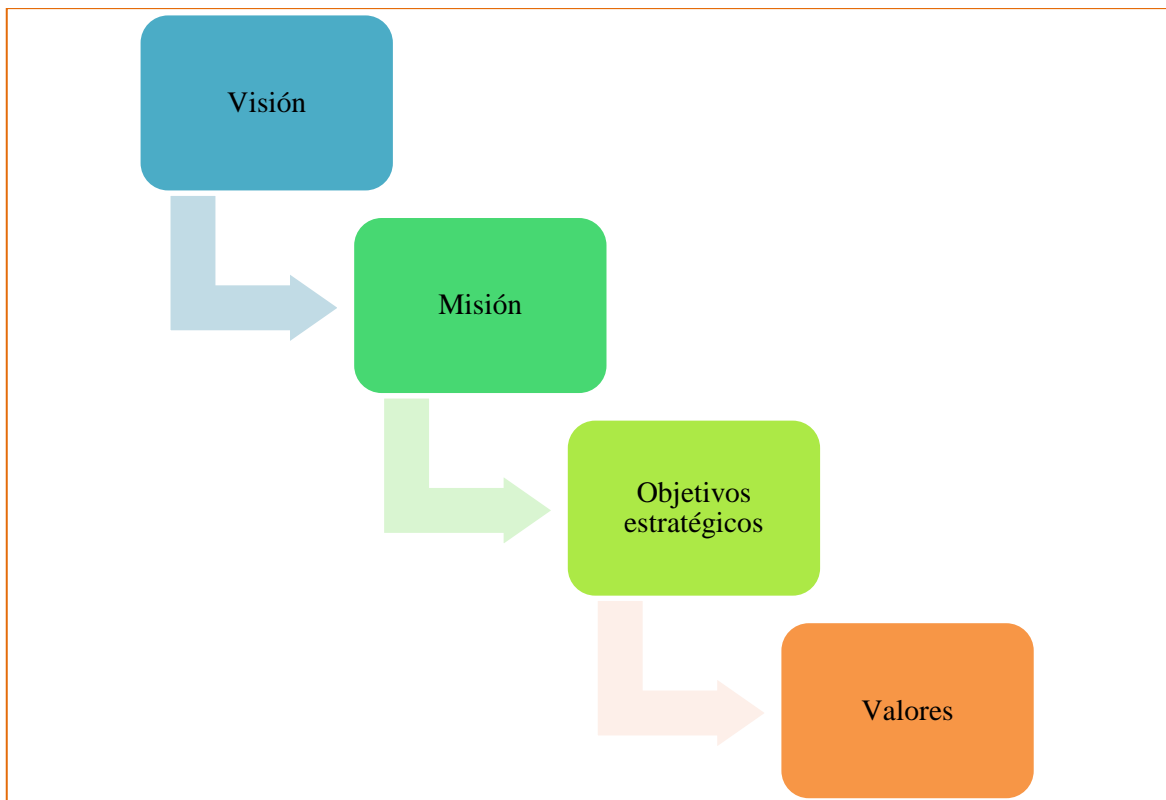


Ilustración 3-2: Plan estratégico del negocio

Realizado por: Ambo, M.2023.

2.2.6 Segmento del Mercado

La segmentación de mercados tiene un objetivo que consiste en separar el mercado total de un bien en un grupo más pequeño de clientes, los mismos que tengan preferencias como deseos en la compra de los productos que adquieren (Isart, 2021).

Sin embargo, la empresa tiene en sí la división del mercado global heterogéneo en sub áreas homogéneas las cuales elaborar estrategias de marketing que incluyen en etapas como:

- Observación de un mercado
- División de un mercado
- Desarrollo de un mercado

Estos segmentos sirven en si para tener una buena comprensión en las necesidades, intereses, prioridades asimismo como los consumidores con estrategia en la segmentación del mercado, la misma que se basa en los siguientes:

- Población.
- Fases de comportamiento.
- Conocimientos competentes.

- Entorno de compra.
- Entorno de uso.
- Beneficios de los consumidores al adquirir los productos.

2.2.6.1 *Características del Segmento de Mercado*

1. Medible: En el mercado es importante saber la precisión como medidas específicas con relación del poder alcanzable como los consumidores para satisfacer las necesidades con respecto al producto.
2. Accesible: Una empresa posee un acceso rápido en un determinado grupo con recursos de forma eficiente y eficaz.
3. Sustancial: Es importante tener un grupo que sea adecuadamente para obtener una rentabilidad y competencia en la empresa.
4. Accionable: Existe una previa capacidad en las estrategias que la Empresa realice donde es primordial generar una idea de atraer al público con el producto que se ofrece siendo innovador (Isart, 2021, pp. 34-40).

2.2.6.2 *Tipos de Segmentación de mercado*

2.2.6.2.1 *Segmentación Geográfica*

En este tipo de segmento describe el entorno y el espacio físico teniendo en si variables como: país, región, ciudad o barrio, cuyo propósito es identificar el espacio específica y estrategias que en si tengan un enfoque para garantizar la audiencia (Silva, 2020).

2.2.6.2.2 *Segmentación Demográfica*

Permitirá a la Empresa percatarse de los puntos específicos tanto el de comprender a las personas con probabilidad de alcanzar la probabilidad de las personas con un análisis previo entre ellos:

- Edad.
- Género.
- Instrucción.
- Orientación sexual.
- Etnia.
- Nivel económico.
- Nacionalidad.

Existe una desventaja dado que en la segmentación demográfica los datos proporcionados deben ser actualizados constantemente (Silva, 2020).

2.2.6.2.3 Segmentación Psicográfica

Tiene mayor importancia en la Empresa, por consiguiente, se comprende de las necesidades y sobre las preferencias de los clientes.

La segmentación psicográfica es empleada con un objetivo de brindar una experiencia con ideales e innovación puesto que existen variables entre el estilo de vida, personalidad, valores como intereses (Silva, 2020).

2.2.6.2.4 Segmentación Conductual

En la segmentación conducta se percibe la conducta de cada uno de los clientes puesto que existe el consumo en el mercado, por ello consta de la accesibilidad en el precio con lo que se agrupa en subgrupos tales como:

1. Tiempo: En el cual los consumidores se encuentran asociados que tiene una idea para realizar la compra en un producto ya sea en un determinado tiempo como de ocasión.
2. Frecuencia de uso: Existe una separación en los consumidores ya sean ocasionales como intensivos.
3. Beneficios: Dado que los consumidores encuentran beneficios en un producto con el objetivo de que los clientes buscan productos en la calidad, confort y durabilidad del producto.
4. Lealtad: Consta de una relación en el mercado como los consumidores que ofertan lealtad de las marcas y son fieles para cada cliente.
5. Usuario: El mercado tiene segmentos en los grupos de ex usuarios, no usuarios, usuarios potenciales, usuarios primerizos y habituales como un producto (Silva, 2020).

De igual manera las empresas tienen la manera de poder fortalecer como conservar la dependencia de los clientes, manteniendo éxito en el mercado con relación para satisfacer las necesidades de la audiencia.

Garantizando la marca en el mercado asimismo el posicionamiento con un objetivo primordial de desarrollar estrategias con óptimos resultados.

2.2.7 *Plan de Operaciones*

El Plan de Operaciones es el resumen que aglutina todos los aspectos con la producción como también los servicios que ofrece una organización lo que conciernen los procesos de elaboración de una manera eficiente y eficaz. (Moreno, 2016, pp.173-174)

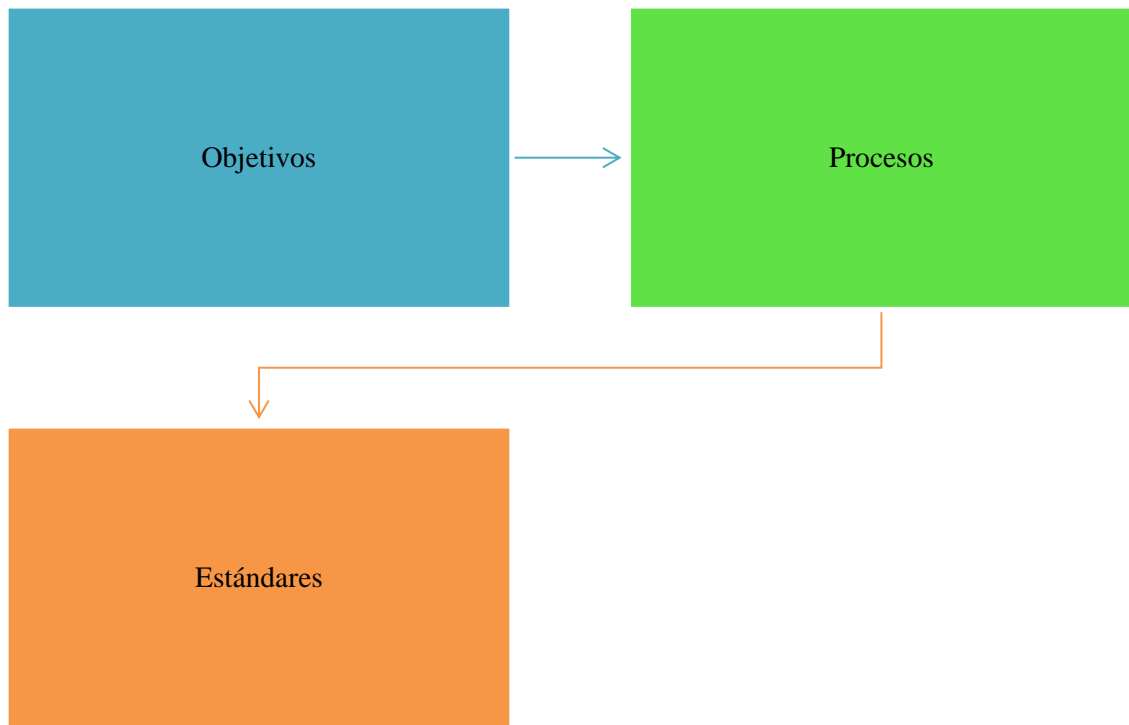


Ilustración 4-2: Plan de Operaciones

Realizado por: Ambo, M.2023.

2.2.8 *Plan Financiero*

El Plan Financiero permite establecer objetivos económicos que posee una empresa ya sea a corto, mediano y largo plazo a través de la situación financiera como los ingresos, ganancias, deudas y la rentabilidad de la organización, cabe recalcar que entre los principales beneficios se destaca los siguientes como:

- Comprender que la idea de negocio sea rentable.
- Entender la salud financiera.
- Identificar los recursos económicos que se necesita.
- Identificar la capacidad de la producción.

- Conocer las fuentes de financiamiento.
- Puntualizar estrategias a corto, mediano y largo plazo. (Moreno, 2016, pp.253-257)

2.2.9 Plan de Marketing

2.2.9.1 Producto

El producto tiene la capacidad de satisfacer la necesidad del cliente este puede ser tangible como también tangible, siendo un elemento clave en la oferta a partir de la transformación de la materia prima en servicios elaborados y distribuidos (González, 2018).

Es capaz de tener estrategias como diseñar un producto con una visibilidad determinada como correcta en el momento de lanzar el producto al mercado, reforzando la oferta y poder competir con otras empresas.

2.2.9.1.1 Línea Producto

- Línea: Son los diferentes productos que forman parte de la organización también ofertando productos relacionados.
- Marca: Tiene un nombre comercial que hace la diferencia en los productos que permite a los consumidores lo reconozcan.
- Empaque: Producto que es diseñado para protegerlo y preservarlo con el fin de mostrar al cliente un empaque de forma atractiva.
- Calidad: Tiene la percepción que un cliente posee para adquirir un producto, al satisfacer las necesidades y superar las perspectivas.
- Servicios adicionales: Permite tener la certeza de una garantía, formas de pago, entrega a domicilio y envíos.

2.2.9.2 Precio

Es el valor monetario que se le asigna a un producto al igual un servicio en el mercado para el consumidor con el fin de lograr beneficios de lo adquirido.

Por ello los consumidores consiguen:

- Comparar precios en el mercado.
- Ser beneficiarios de promociones.
- Personalizar el producto.
- Estipular el precio.

- Productos en la subasta.
- Innovador.

Sin embargo, es importante conocer el cálculo del precio que es:

$$\text{Precio} = (\text{costo unitario} + \text{gasto unitario}) + \% \text{ margen utilidad}$$

El precio es una cantidad relativa y justa asignado a un bien o servicio ofertado en el mercado por ello cuya diferencia depende de la calidad como la demanda (Albo, 2017).

2.2.9.2.1 Características de Precio

- Ejerce un punto de comparación ya sea en el bien o servicio.
- Impacta de forma directa en los ingresos de la persona que se dedica a vender.
- Impacta de forma directa en los egresos de la persona que adquiere el producto.
- Interviene en la decisión del cliente.
- Procede como un instrumento en la competencia en los mercados.
- Repercutir en la conducta de la demanda y la oferta.

2.2.9.2.2 Tipos de Precio

El precio permite a los compradores mostrar e indicar el precio de cada producto que desean comprar teniendo diferentes indicadores y beneficios en el mercado.

- Precio de costo:

Este tipo de precio menciona el valor para elaborar el producto, dado que el vendedor no tiene ganancia.

- Precio ficticio:

Consolida el precio con el descuento siendo una estrategia psicológica para el consumidor.

- Precio de demanda:

Es un precio máximo que el consumidor está conforme a pagar por su producto.

- Precio sugerido:

Se fija por la Empresa distribuidora donde la misma constituye como límite al comercializar los productos.

- Precio de referencia:

Establece un precio promedio que existe en el mercado

- Precio bruto:

Se estima el precio donde no se lleva a cabo el cálculo de impuesto, rebaja o descuento.

- Precio habitual:

Se decreta el precio para los productos que no varíen en corto o mediano plazo, dado que la vigencia del producto puede variar por características.

- Precio fijo:

Precio por el que no hay rebaja ni descuento.

- Precio colectivo:

Se oferta el precio por la adquisición de diversos productos.

- Precio unitario:

Se otorga en unidades ponderadas pueden ser kilogramos, libras o litros, es decir, un producto individual (Albo, 2017).

2.2.9.3 *Plaza*

La plaza es también conocida como Distribución o Posición, donde se incorpora actividades de la empresa que elaboran su producto que lanzan al mercado entre ellas existen factores primordiales como: canales, ubicación, inventario, transporte y cobertura. (Grapsas, 2017)

2.2.9.3.1 *Canales de Distribución*

Existen actividades ejecutadas por canales de distribución:

- **Canal directo:**

Se refiere cuando la persona que produce, es el único responsable que puede entregar un producto, es decir, no existe la participación de intermediarios.

- **Canal corto:**

Se relaciona solamente con un intermediario en el proceso ya sea de consumidor final o minorista.

- **Canal largo:**

Corresponde a un canal formado por niveles como el fabricante, mayorista, minorista al igual que consumidores, que existe intervención de intermediarios (Grapsas, 2017).

2.2.9.4 Promoción

Es un conjunto de métodos que tienen el propósito de cumplir metas tales como persuadir, informar y productos que se comercializan para promover la compra de los mismos teniendo la fácil transmisión con métodos de publicidad entre el vendedor como el comprador. La promoción puede incluir en el mercado, en el que hace énfasis como el logotipo, marca, beneficios y el plus del producto dando un resultado de una promoción favorable como posible (Yirda, 2021).

2.2.9.4.1 Características de Promoción

- Aumentar la capacidad de los vendedores y comerciantes para ofrecer sus productos con un fin de crear clientes potenciales.
- Examinar un incentivo variable en un determinado tiempo donde debe tomar en cuenta las acciones de la competencia.
- Promover las ventas en un corto plazo.
- Seguir con una estrategia original para incentivar a los clientes a adquirir productos.

2.2.9.4.2 Elementos de Promoción

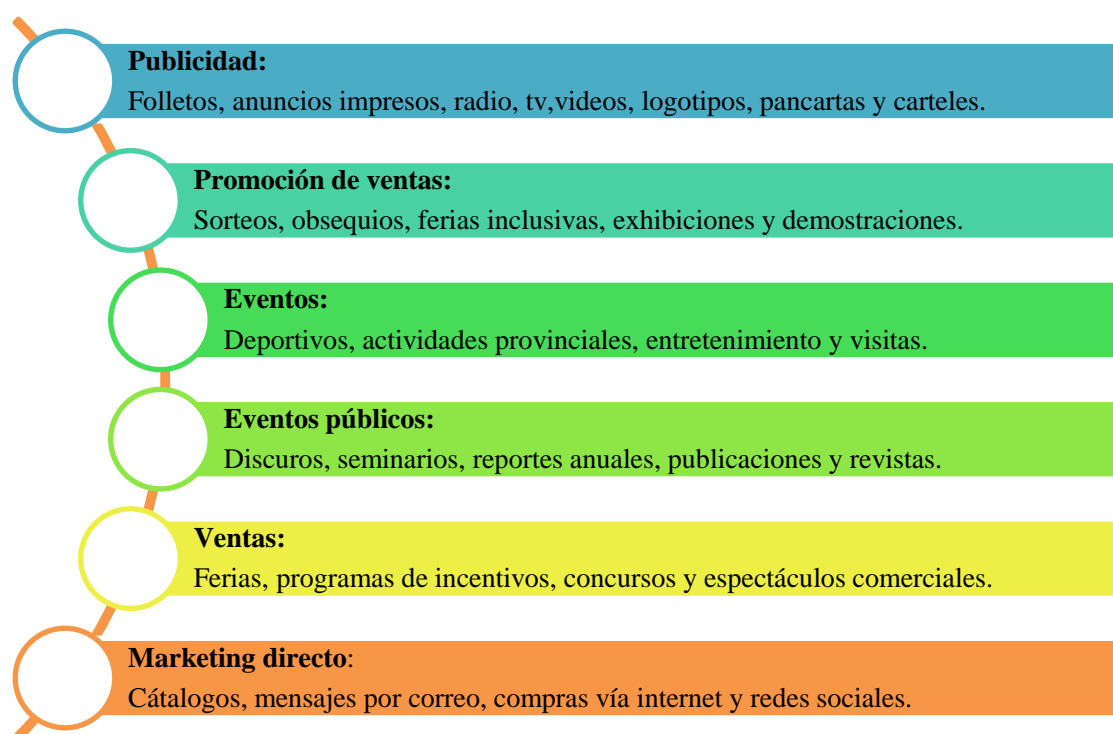


Ilustración 5-2: Elementos de Promoción

Realizado por: Ambo, M., 2023.

2.2.10 Ventas

Son actividades realizadas por el comprador con el fin de incentivar clientes potenciales, mediante las ventas se puede conseguir una ganancia, se puede hacer por transporte, personalmente, correo, teléfono y redes sociales.

2.2.10.1 Proceso de Ventas

En una empresa ocurren las ventas que ofrecen su producto en el mercado por lo que depende de la cantidad que sea rentable realizarlo:

- **Educativo:**

Se realiza en cualquier área teniendo conocimiento previo y capacitación al responsable de las ventas.

- **Medible:**

Posee condiciones de aumento en la demanda con ello el crecimiento del producto que se va a vender.

- **Previsible:**

Existen expectativas en el resultado de un período (Higuerey, 2021) .

2.2.10.2 Objeciones de Ventas



Ilustración 6-2: Objeciones de Ventas

Realizado por: Ambo, M, 2022.

2.2.11 Modelo de negocio CANVAS

El Modelo Canvas o Business Modelo Canvas es un modelo en el que se basa identificar los puntos principales de una manera estructurada, actividades relevantes, aspectos de mejora y alternativas mediante áreas como los clientes, oferta, infraestructura y los recursos económicos.

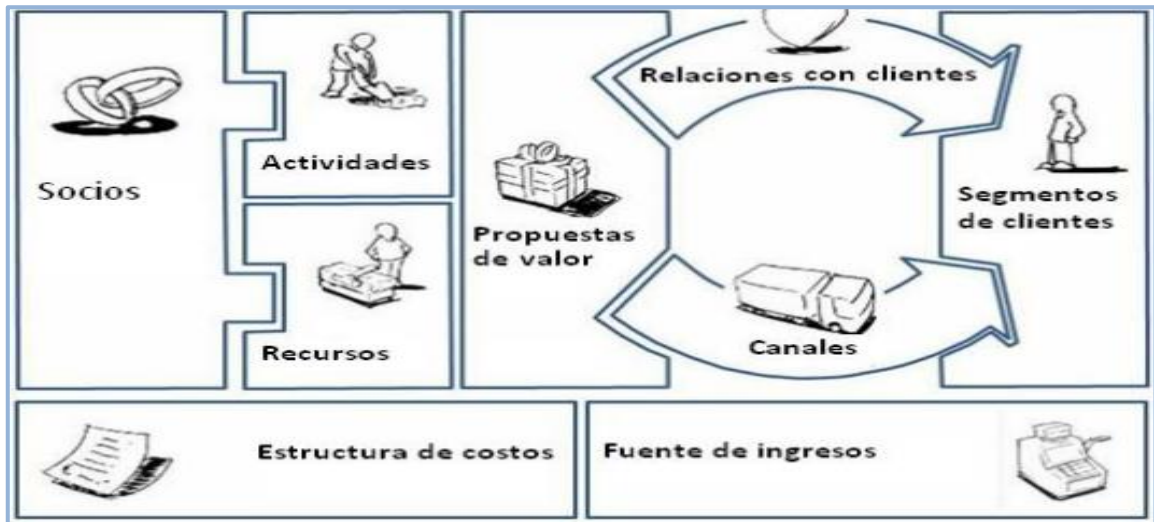


Figura 2-2: Elementos del Modelo Canvas

Fuente: Modelo Canvas

Realizado por: Ambo, M. 2023

2.2.11.1 Elementos del Modelo Canvas

De acuerdo (Chafra, 2019, pp. 13-14) menciona que en el Modelo Canvas se debe realizar estrategias a fin de visualizar y evaluar la organización de la empresa como el entorno a la propuesta de valor con innovación hacia el negocio.

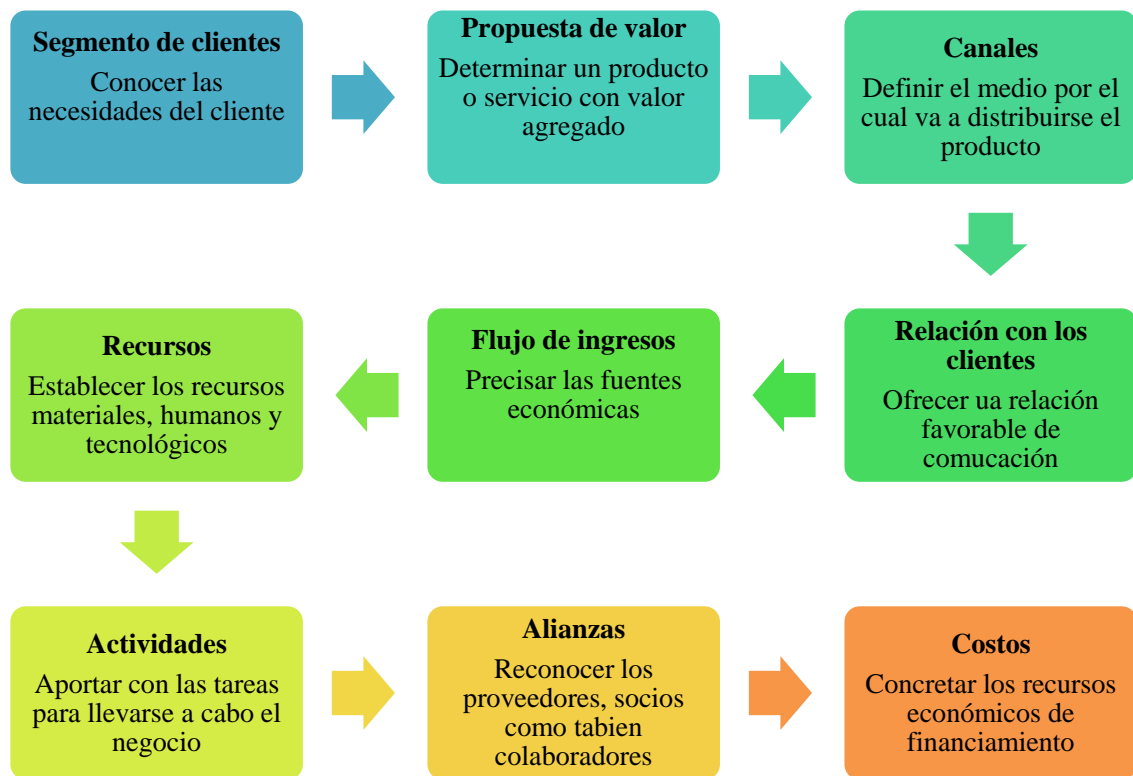


Ilustración 7-2: Elementos del Modelo Canvas

Realizado por: Ambo, M. 2023.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

La metodología del presente trabajo investigativo proporciona las herramientas adecuadas que ayudan a construir una investigación paso a paso a través de la planificación como desarrollo junto a un proceso sistemático tal cual organizado, mejorando el rendimiento al igual que la productividad de este, para así alcanzar mejores resultados sustentados y argumentados bibliográficamente además de una exploración de campo que permite alcanzar los objetivos.

3.1 Enfoque de la Investigación

El enfoque en el que se fundamentó el trabajo de investigación es mixto siendo cualitativo y cuantitativo.

3.1.1 *Enfoque Cualitativo*

Es un método en el que se estudió básicamente son las percepciones, comportamiento como las motivaciones que existe en una población objetivo la misma que se fundamenta en características y parámetros que se debe tomar en cuenta.

3.1.2 *Enfoque Cuantitativo*

Es un proceso por el que se utiliza cantidades numéricas las mismas que son el estudio de los resultados de una causa y efecto. Este tipo de investigación es importante puesto que permite conocer el problema de la investigación que se realiza.

3.2 Nivel de la Investigación

Por otra parte (Guevara et al., 2020, pp. 1-2) expresa que una investigación es de nivel descriptiva porque recopila información del objeto de estudio en el que propiamente se describe y explica características de la investigación.

Por este motivo el nivel de investigación descriptivo accede a evaluar la información recolectada para posteriormente describir, analizar e interpretar de forma metodología dicha información con el fin de especificar parámetros que se tomaron en cuenta como el segmento de mercado para

realizar el Plan de Negocios, orientando a la propuesta de la microempresa Jhonn Sport dedicada a la confección de ropa deportiva situado en la ciudad de Riobamba.

En el nivel exploratorio se refiere al estudio en el que se encarga de una visión general del problema que no está definido que se encarga de generar una investigación que impulse al desarrollo del estudio con resultados (Arias, 2020,p. 1).

Para el desarrollo del Trabajo de Titulación, se evidencia que la investigación debe ser de nivel exploratorio dado que el previo estudio, reconoce la información relevante del mercado puesto que está dirigido a emprendedores, empresarios e inversionistas con el fin de mantener un amplio conocimiento del tema.

En el nivel correlacional no es experimental, pero utiliza el análisis estadístico para estudiar las dos variables (Arteaga, 2022, pp. 2-3). Por ello se pudo establecer el nivel de dominio de las dos variables de estudio, por ende, la variable de Plan de Negocios como mejorar la rentabilidad.

3.3 Diseño de la Investigación

3.3.1 Según la manipulación de la variable independiente

El diseño de investigación es no experimental ya que no se realiza ningún tipo de la manipulación de objetos de estudio.

3.3.2 Según las intervenciones en el trabajo de campo

De acuerdo a las intervenciones en el trabajo de campo se desarrolla en las instalaciones de la microempresa Jhonn Sport para la recolección de la información, datos y evidencia en la ciudad de Riobamba.

3.4 Tipos de Estudio

Según (Baena, 2017, p. 1) el tipo de estudio documental es un procedimiento sistemático que se basa en la indagación, interpretación y análisis de datos e información de un determinado tema en base a documentos bibliográficos y bibliotecas.

En el tipo de estudio del Trabajo de Titulación es documental donde existe una perspectiva del tema a realizar, por lo cual la investigación se fundamenta en tesis de grado, artículos científicos, libros revistas y documentos de la web.

El estudio de campo es aquella que permite mantener una recopilación de datos e información que permite ser estudiado al obtener variables de acuerdo a la investigación que se realiza (Salas, 2022, p.1).

El estudio de campo permite la obtención de la información mediante la recopilación de los datos desarrollados en la encuesta en la microempresa Jhonn Sport dedicada a la confección de ropa deportiva situado en la ciudad de Riobamba y la población que se va a desarrollar para conseguir información de gran utilidad para la previa propuesta.

3.5 Población y planificación, selección y cálculo de la muestra

En la población que se emplea es el conjunto universo de los habitantes en la ciudad de Riobamba, ubicado en la provincia de Chimborazo con 225921 habitantes, por ello 108442 son hombres que pertenecen al 48% y el 117479 son mujeres con el 52% de acuerdo a los datos que fueron obtenidos, se considera el PEA de acuerdo al censo del año 2010 en la ciudad de Riobamba de 52068 dado que 30403 son hombres y 21665 son mujeres obtenido del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Muestra

Por consiguiente, el cálculo de la muestra se emplea una pauta de muestreo probabilístico aleatorio simple dado que mediante la muestra se realizará de forma aleatoria al elegir que la población que consta de características y participación igualitaria, por ello se requiere el nivel de confianza y el margen de error.

3.5.1.1 Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se emplea la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N=	Tamaño de la muestra	
Z=	Nivel de confianza	1,96
p=	Probabilidad de éxito	0,5
q=	Probabilidad de fracaso	0,5
E=	Margen de error	0,05

$$n = \frac{1,96^2(0,5 * 0,5 * 52068)}{0,05^2(52068 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 381$$

De acuerdo al cálculo obtenido la muestra es de 381 a realizar las encuestas en la investigación correspondientes a la ciudad de Riobamba.

3.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

Para (Espínola, 2022,pp. 3-4) el método deductivo permite realizar una investigación científica en base a una estrategia en el que se permite el desarrollo de conocimiento dentro de las premisas o principios hasta llegar a una conclusión.

Por consiguiente, el método deductivo va de lo general a lo específico, puesto que se va desde lo general a lo específico en el marco teórico como el Plan de Negocios que la finalidad es mejorar la rentabilidad de la microempresa Jhonn Sport dedicada a la confección de ropa deportiva.

Como menciona (Andrade, 2018,pp.118-120) el método inductivo se basa en el razonamiento de los hechos donde se obtiene conclusiones a partir de cada premisa mediante la observación, el análisis y los hechos a fin de solucionar problemas.

En este método fue de gran ayuda puesto que se observa la oferta del producto al consumidor con el fin de proponer el Plan de Negocios en base a las nuevas tendencias en la ropa deportiva satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

El método analítico se refiere al procedimiento de la búsqueda de información que se enfoca en analizar la realidad del problema al combinar el método científico (Orellana, 2020, p. 2).

Para el método analítico plantea describir cómo medir relaciones causales en el campo de la investigación, es decir las causas y consecuencias de la segmentación geográfica, la estrategia para mejorar la rentabilidad.

3.7 Técnicas e instrumentos

La encuesta para (Westreicher, 2020,p. 2) es una técnica que se aplica mediante el cuestionario con el objetivo de identificar e interpretar la forma metódica en base a un propósito determinado proporcionando información que se requiere.

En este caso la encuesta está dirigida para los consumidores de la microempresa Jhonn Sport, tanto hombres como mujeres de la población por lo cual nos ayudó a determinar la rentabilidad.

Por ello la entrevista es un diálogo puede ser entre dos o más personas donde se obtiene información de ciertos temas de interés (Bravo, 2013, pp 163-165).

En la entrevista se considera al propietario de la microempresa Jhonn Sport proporcionando toda la información que se requiere y la situación actual de la empresa.

Tabla 1-3: Técnicas e instrumentos de la Investigación

Técnicas	Instrumento
Encuesta	Cuestionario
Entrevista	Guía de entrevista

Realizado por: Ambo, M., 2023.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de resultados

4.1.1 Tabulación de encuestas en la ciudad de Riobamba

- Género

Tabla 2-4: Género

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Masculino	215	56%
2	Femenino	166	44%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Ambo, M., 2023.

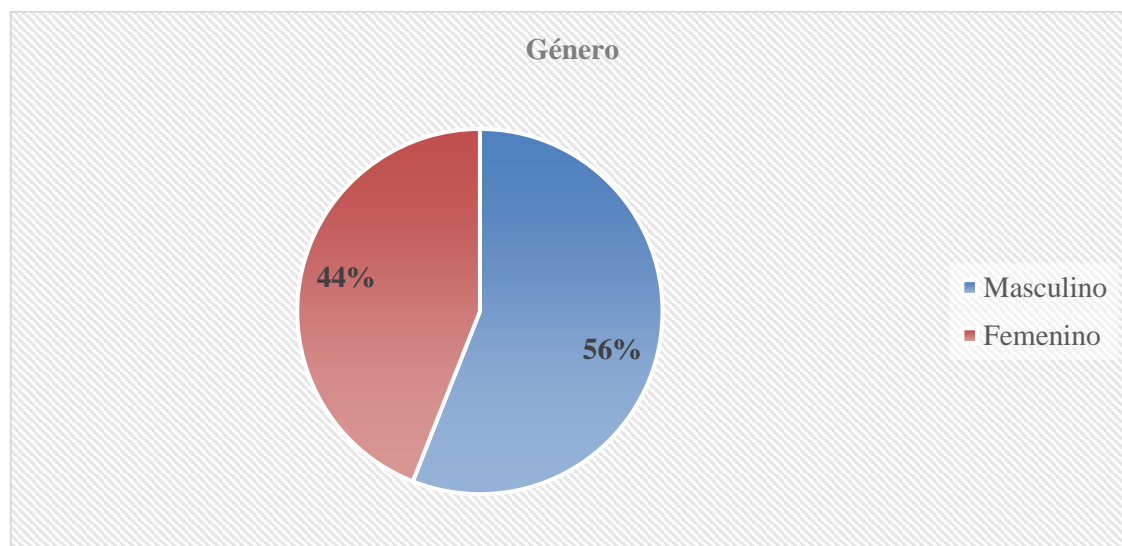


Gráfico 1-4: Género

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Análisis:

De acuerdo a la aplicación de encuestas a la población se evidencia que el resultado de 215 personas representa el 56% de género masculino, mientras que el 166 de personas representa el 44% de género femenino por ende nos lleva a determinar que en la ciudad predomina el género masculino.

Interpretación:

Es muy importante definir la población en la ciudad de Riobamba, puesto que de esta manera se tendrá el segmento a donde se va a dirigir los productos que se va a comercializar, en el que se puede observar que la mayoría de los encuestados pertenecen al género masculino por consiguiente se debe identificar las necesidades e incorporar los productos que satisfagan sus necesidades.

- **Edad**

Tabla 3-4: Edad

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	18-24	171	45%
2	25-34	129	34%
3	35-44	66	17%
4	Más de 45	15	4%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Ambo, M., 2023.

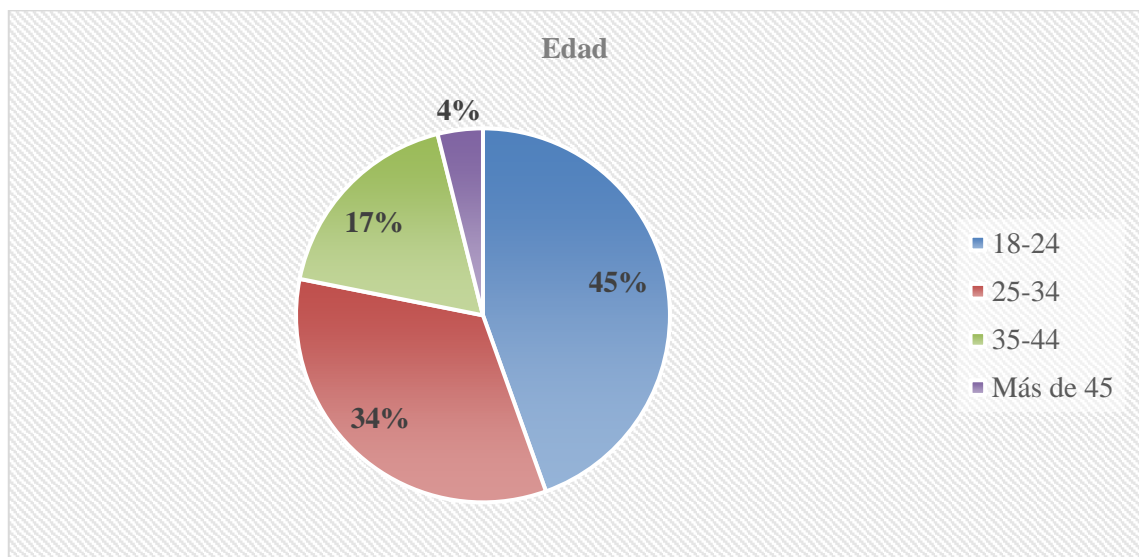


Gráfico 2-4: Edad

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Análisis:

Según los datos de las encuestas realizadas en la ciudad de Riobamba se pudo determinar que las personas que adquieren productos como ropa deportiva se encuentra en el rango de 18 a 24 años de edad que representa el 45%, después las personas de 25 a 34 años con un porcentaje de 34%, mientras que las personas de 35 a 44 años representan el 17% y finalmente las personas de más de 45 años representan el 4% teniendo el resultado de 381 personas encuestadas.

Interpretación:

Mediante los resultados obtenidos se puede identificar el rango de la edad que tiene mayor cantidad de consumidores, que es beneficioso para una microempresa dado que así se puede saber a qué población se podrá dirigir el producto o servicio que se ofrece de manera eficiente hacia un segmento determinado con una cantidad mayor de 18 a 24 años que mantienen estabilidad económica para la compra de cualquier producto o servicio.

- **¿Qué tipo de ropa frecuentemente utiliza para sus actividades cotidianas?**

Tabla 4-4: Frecuencia del uso de ropa para actividades cotidianas

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Ropa formal	127	20%
2	Ropa semiformal	193	31%
3	Ropa deportiva	253	40%
4	Ropa de trabajo	55	9%
	Total	628	100%

Fuente: Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Ambo, M., 2023.

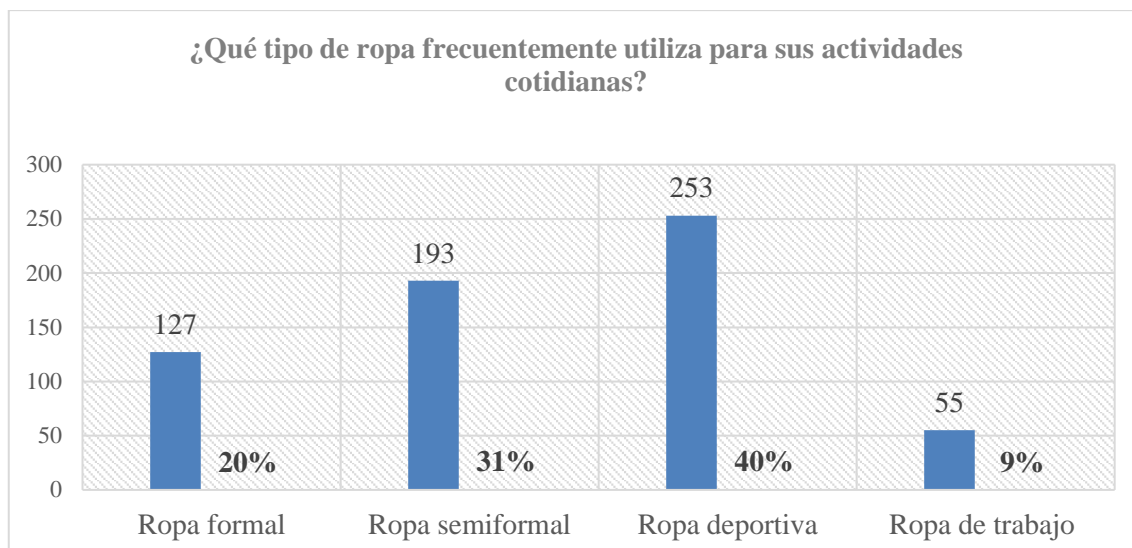


Gráfico 3-4: Frecuencia del uso de ropa para actividades cotidianas

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Análisis:

Conforme a la encuesta se evidenció que el 40% de las personas usan ropa deportiva, al igual que el 31% de las personas usan ropa semiformal, el 20% de las personas usan ropa formal y finalmente el 9% usan ropa de trabajo.

Interpretación:

La mayoría de la población como el 40% de los encuestados consideró que usan ropa deportiva para realizar actividades cotidianas, tomando en cuenta que es un tipo de ropa cómoda, con predisposición para las actividades que se realizan al promover la actividad física como la rutina de las obligaciones que favorecen así se puede aportar a la posición en el mercado nacional de la confección de ropa deportiva al estilo de ropa juvenil.

- **¿Por qué prefiere comprar ropa deportiva?**

Tabla 5-4: Compra de ropa deportiva

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Precio	165	21%
2	Calidad	223	29%
3	Tiempo de entrega	78	10%
4	Diseños personalizados	123	16%
5	Variedad de ropa deportiva	128	17%
6	Localización	56	7%
	Total	773	100%

Fuente: Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Ambo, M., 2023.

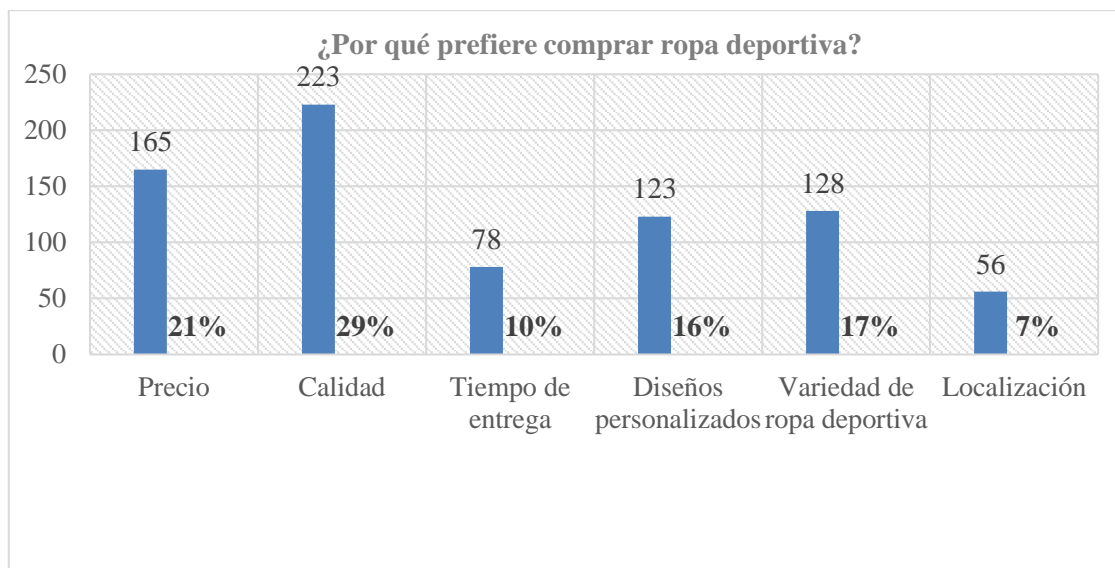


Gráfico 4-4: Compra de ropa deportiva

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Análisis:

Al realizar un énfasis en la previa interrogante del motivo de preferir comprar ropa deportiva se determinó que el 29% de las personas indican que prefieren la calidad, el 21% prefieren el precio, mientras que el 17% se inclinan por la variedad de ropa deportiva, en cambio el 16% prefieren comprar ropa deportiva por los diseños personalizados, el 10% representan a las personas que prefieren el tiempo de la entrega y el 7% prefieren la localización.

Interpretación:

Como se evidencio que el 29% de las personas prefieren comprar ropa deportiva por la calidad por ello es importante, asegurar mediante la adquisición de la materia prima e insumos que sean de calidad, al igual que el proceso de confección de la ropa deportiva con el fin de satisfacer las expectativas del consumidor.

- **¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar por la compra de ropa deportiva mensualmente?**

Tabla 6-4: Pago por la compra de ropa deportiva

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Menos de \$5,00	40	10%
2	De \$5,00-\$15,00	176	46%
3	De \$25,00-\$50,00	126	33%
4	De \$80,00 en adelante	39	10%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Ambo, M., 2023.

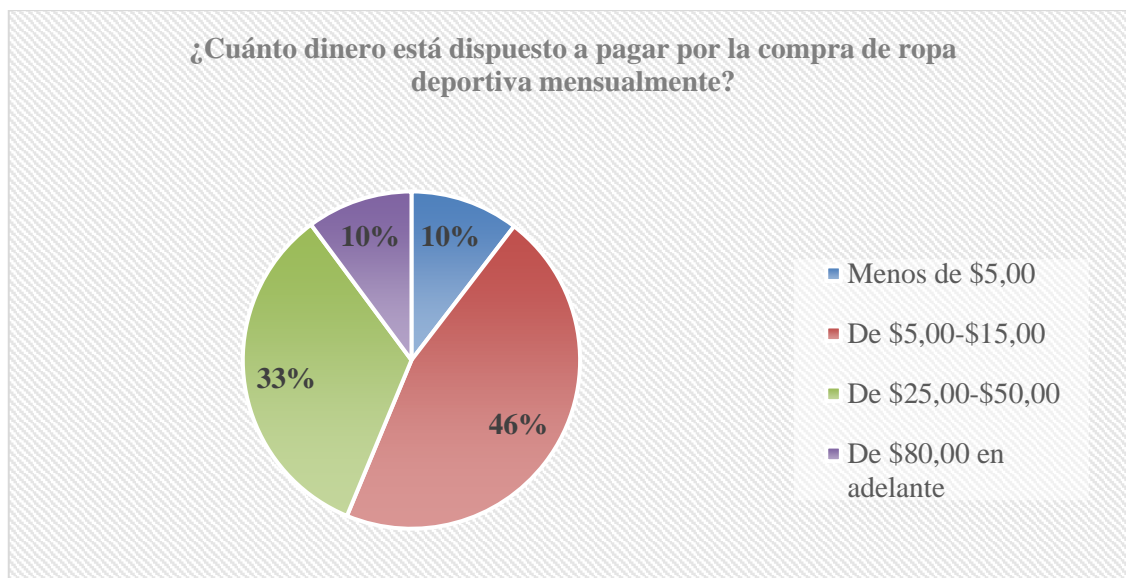


Gráfico 5-4: Pago por la compra de ropa deportiva

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Análisis:

De acuerdo al sondeo sobre la disponibilidad de dinero para comprar ropa deportiva en la ciudad de Riobamba se evidencia que el 46% de las personas están dispuestas a pagar entre el rango de 5 a 15 dólares de forma mensual, el 33% pertenece al rango que están dispuestos a pagar de 25 a 50 dólares, y el 10% que pertenece a el rango de medos de 5 dólares al igual que de 80 en adelante.

Interpretación:

Al denotarse la disponibilidad de dinero que las personas están dispuestas a pagar pertenece al 46% del rango de 5 a 15 dólares mensualmente, de tal forma que es una cantidad referencial para el precio de la confección de ropa deportiva.

- **¿Cómo califica la atención de venta de ropa deportiva en los locales que usted ha visitado?**

Tabla 7-4: Atención en venta en los diversos locales

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Excelente	175	46%
2	Bueno	168	44%
3	Regular	36	9%
4	Malo	2	1%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Ambo, M., 2023.

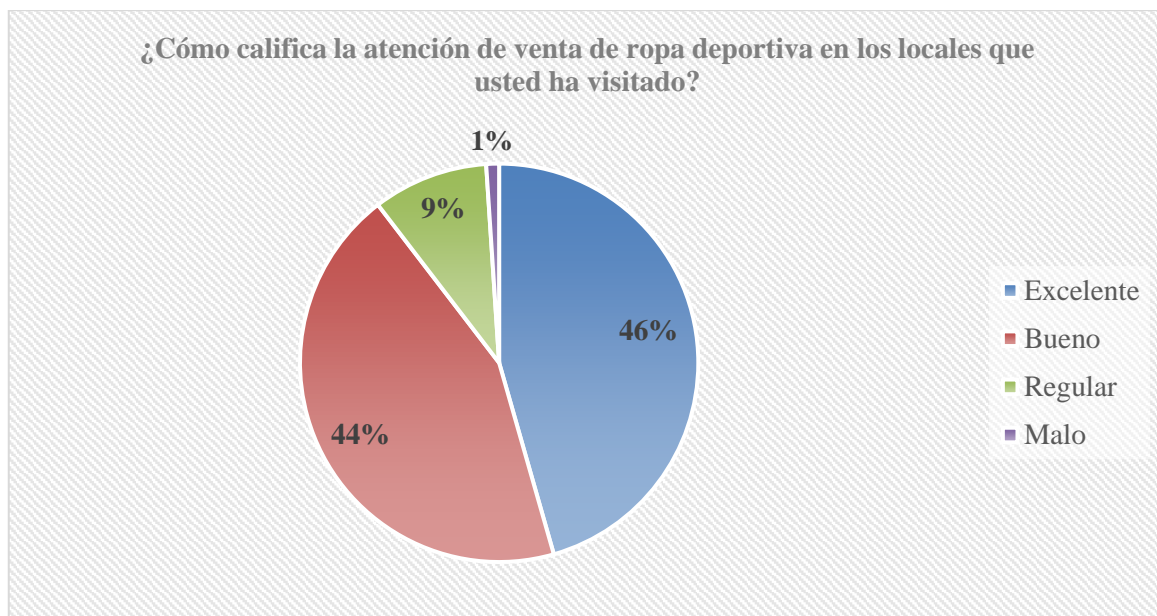


Gráfico 6-4: Atención en venta en diversos locales

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Análisis:

En cuanto a la encuesta realizada de la atención de la venta de ropa deportiva en los locales que han sido visitados representa el 46% siendo excelente, el 44% siendo bueno, el 9% siendo regular y el 1% siendo malo.

Interpretación:

Del total del 46% de las personas encuestado consideraron que la atención de venta de ropa deportiva en los locales que han sido visitados es excelente, esto indica que la satisfacción de los consumidores según la atención es adecuada en aspectos de venta sobre la confección de la ropa deportiva.

• **¿Usted estaría dispuesto a comprar ropa deportiva?**

Tabla 8-4: Compra de ropa deportiva

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	303	80%
2	No	78	20%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Ambo, M., 2023.

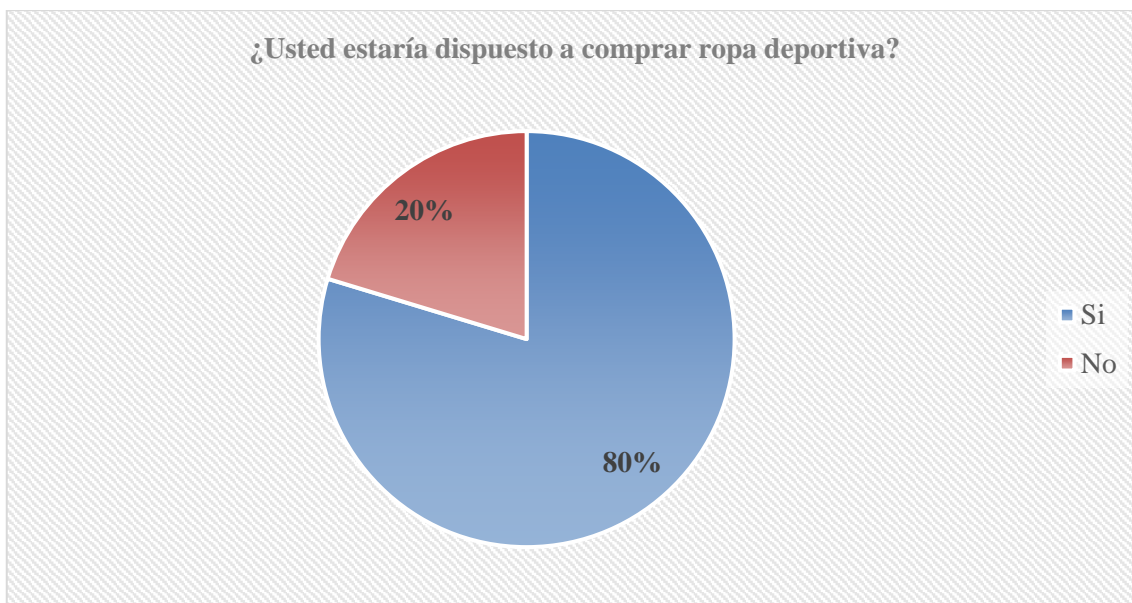


Gráfico 7-4: Satisfacción de la compra de ropa deportiva

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Análisis:

En la información que se presenta de la encuesta realizada el 80% de las personas que estarían dispuestos a comprar ropa deportiva y el 20% representa a las personas que no estarían dispuestas a comprar ropa deportiva.

Interpretación:

Por tal motivo en el porcentaje obtenido del 80% siempre se encuentran dispuestos al comprar ropa deportiva lo que demuestra de los consumidores están conformes en el servicio que se ofrece, indicando niveles de satisfacción de los mismos.

- **¿Qué método de pago es el que utiliza frecuentemente?**

Tabla 9-4: Método de pago

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Efectivo	359	94%
2	Cheque	6	2%
3	Crédito	4	1%
4	Tarjeta de crédito	12	3%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Ambo, M., 2023.

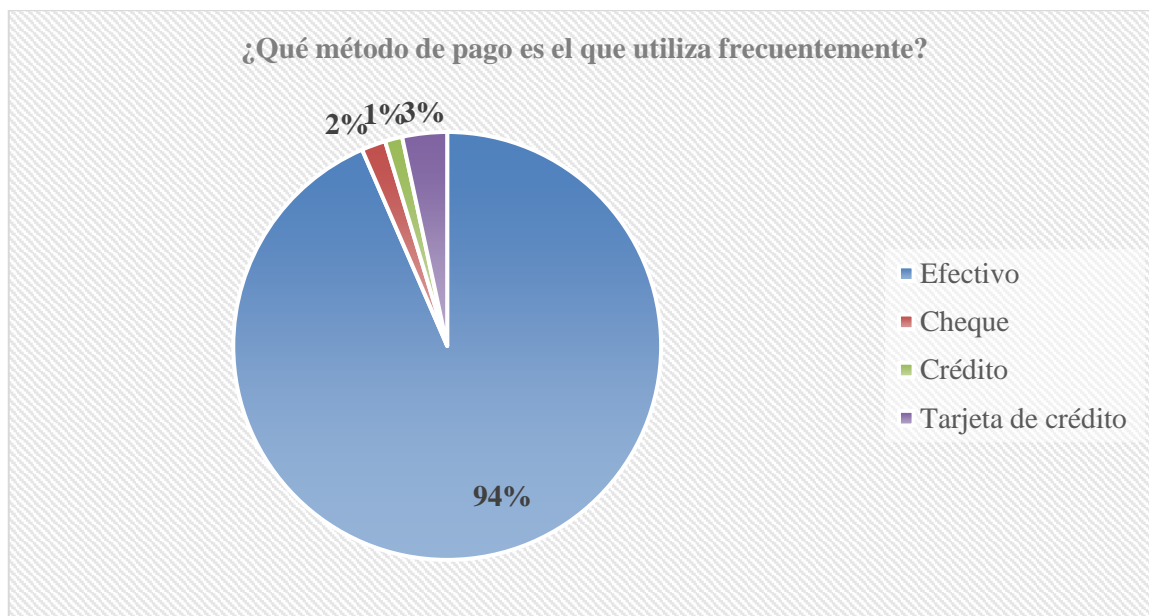


Gráfico 8-4: Método de pago

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Análisis:

Conforme a la obtención de las encuestas del método de pago es utilizado el 94% representa a las personas que realizan sus pagos en efectivo, el 3% pagan con tarjeta crédito, el 2% pagan con cheque y el 1% pagan con crédito.

Interpretación:

En los resultados obtenidos la mayor cantidad de personas que representen el 94% pagan con efectivo, por lo que en la mayoría de los establecimientos la cantidad de dinero en efectivo en las instituciones financieras, se efectúan con la relación comercial.

- **¿Conoce usted la microempresa Jhonn Sport dedicada a la confección de ropa deportiva situado en la ciudad de Riobamba?**

Tabla 10-4: Conoce la microempresa Jhonn Sport

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	165	43%
2	No	216	57%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Ambo, M., 2023.

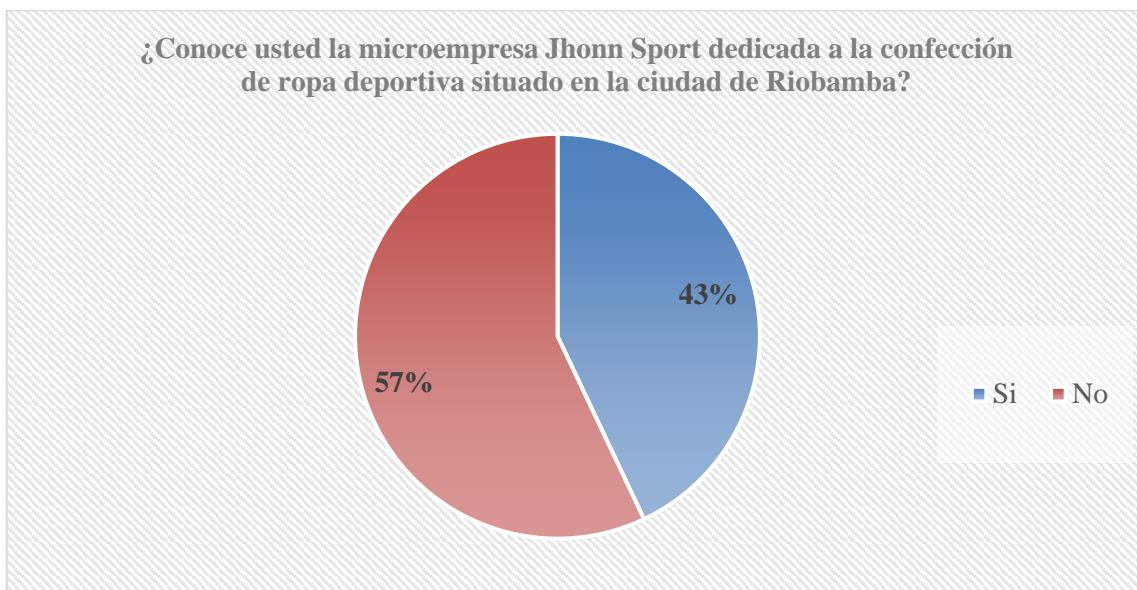


Gráfico 9-4: Conoce la microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Análisis:

En base a las encuestas realizadas se considera que el 57% de las personas no conocen la microempresa Jhonn Sport mientras que el 43% si conocen la microempresa Jhonn Sport.

Interpretación:

En vista de los resultados obtenidos la mayoría de las personas no conocen la microempresa por lo que es importante que exista el posicionamiento de mercado, en el que pueda influir la percepción del consumidor sobre la microempresa mediante el FODA.

- **¿En qué puntos de venta le gustaría que se comercialice la ropa deportiva de la microempresa Jhonn Sport?**

Tabla 11-4: Puntos de venta

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Tienda física	226	59%
2	Tienda digital	71	19%
3	Venta a domicilio	54	14%
4	Supermercados	30	8%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Ambo, M., 2023.

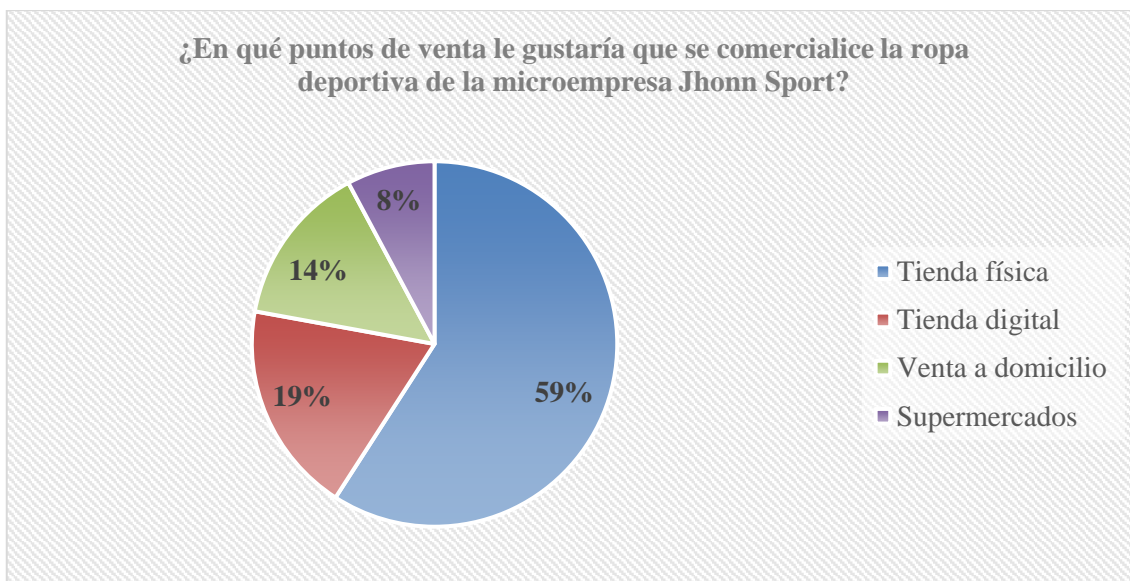


Gráfico 10-4: Puntos de venta

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Análisis:

Los resultados que se evidencian que el 59% de las personas les gustaría que el punto de venta sea en la tienda física, el 19% representa a las personas que les gustaría que el punto de venta sea en una tienda digital, el 14% pertenece a las personas que le gustaría la venta a domicilio y finalmente el 8% que a las personas les gustaría que se venda en los supermercados.

Interpretación:

Se considera que el 59% de las personas les gustaría que se comercialice en una tienda física, por lo que puedo efectuar la viabilidad comercial en la tienda física en la que los consumidores puedan elegir la materia prima, los diseños a elaborar y las medidas que deseen.

- **¿Qué tipo de incentivo o promoción desea recibir por parte de la microempresa Jhonn Sport?**

Tabla 12-4: Promoción

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Descuentos	262	69%
2	Ofertas	64	17%
3	Premios	55	14%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Ambo, M., 2023.

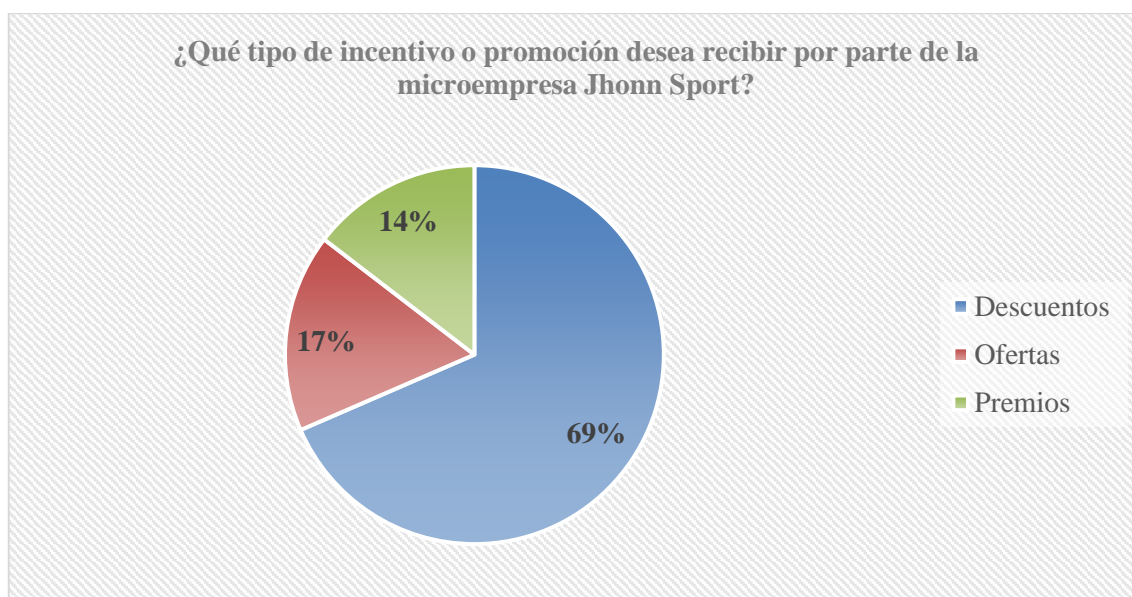


Gráfico 11-4: Promoción

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Análisis:

Del total de las encuestas realizadas el 69% de las personas consideran que un tipo de incentivo son los descuentos, el 17% de los encuestados consideran como incentivo las ofertas y el 14% de las personas consideran el incentivo a los premios.

Interpretación:

Se puede deducir que la mayor cantidad es del 69% en la que se considera el incentivo como descuentos pues se disminuye la cantidad del precio a pagar siendo una estrategia comercial que permita incrementar las ventas en la ropa deportiva de la microempresa Jhonn Sport.

- **¿Cuáles son los medios que le gustaría adquirir información sobre la ropa deportiva que dispone la microempresa Jhonn Sport?**

Tabla 13-4: Medios para brindar información

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Radio	21	6%
2	Trípticos	9	2%
3	Redes sociales	351	92%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Ambo, M., 2023.

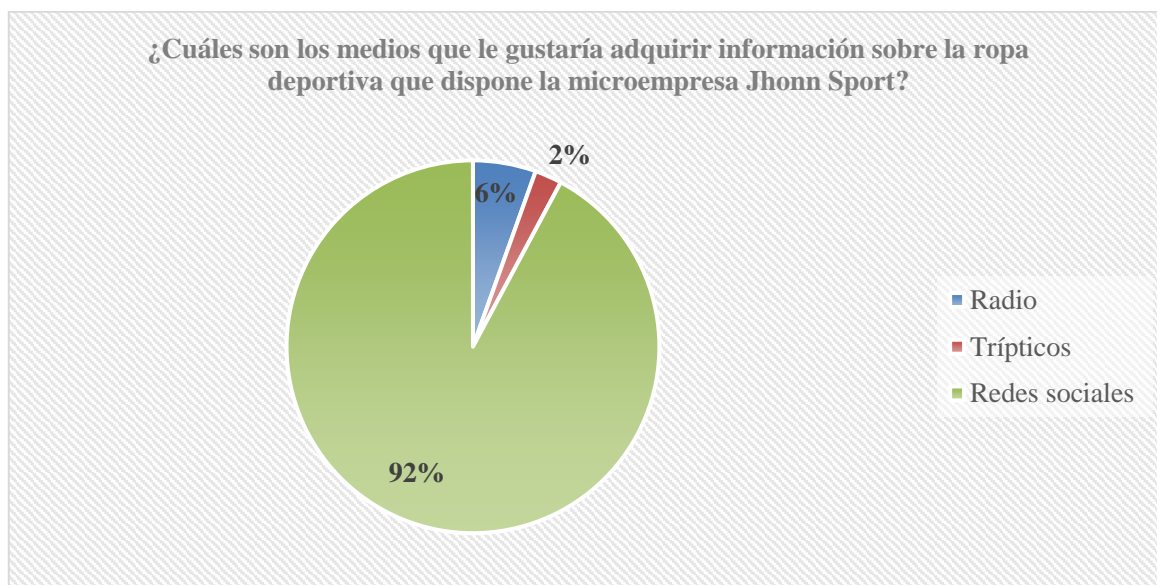


Gráfico 12-4: Medios para brindar información

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Análisis:

Los resultados de los encuestados demuestran que el 92% les gustaría que la información se brinde por redes sociales, mientras que el 6% de las personas les gustaría que se brinde información por radio y finalmente el 2% les gustaría informarse por trípticos.

Interpretación:

Se consideró que la mayor cantidad que prefieren que se brinde la información es por medio de las redes sociales con el 92% tomando en cuenta que el internet en la actualidad es una herramienta en la que se expande información al ofertar un producto que es beneficioso considerar una plataforma para dar a conocer la ropa deportiva que ofrece la microempresa Jhonn Sport.

- **¿Mediante qué tipo de red social le gustaría conocer sobre la confección de ropa deportiva que dispone la microempresa Jhonn Sport?**

Tabla 14-4: Tipo de red social

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Facebook	274	36%
2	Instagram	165	22%
3	Tik Tok	129	17%
4	WhatsApp	193	25%
	Total	761	100%

Fuente: Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Ambo, M., 2023.

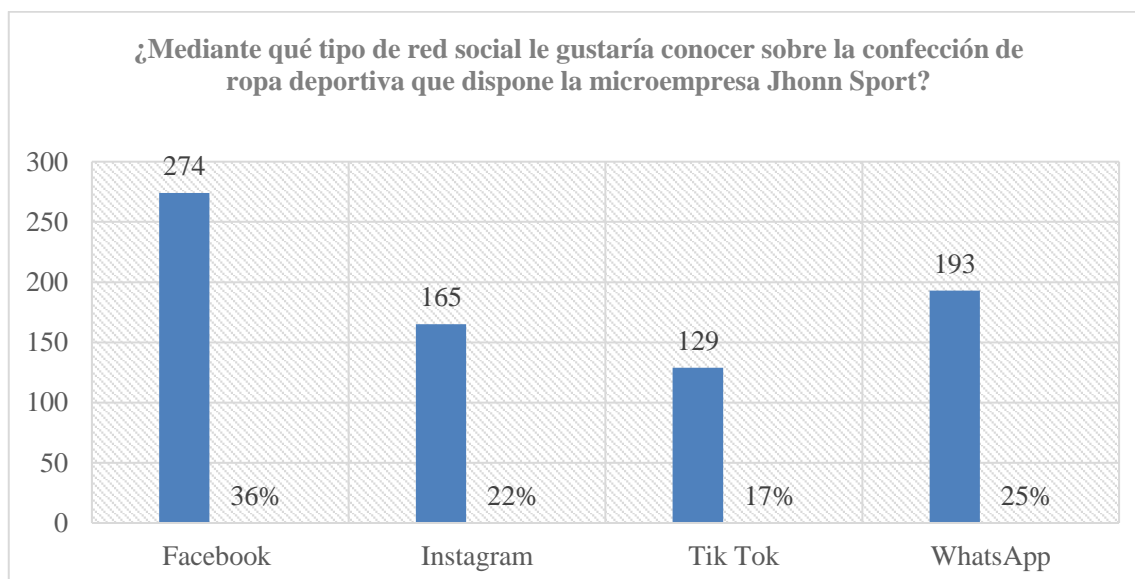


Gráfico 13-4: Tipo de red social

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Análisis:

Se ha podido determinar que mediante el tipo de red social que sería más utilizada es Facebook con el 36%, mientras el 22% les gustaría que se pueda conocer la ropa deportiva por el Instagram, el 17% de las personas les gustaría conocer la ropa deportiva por Tik Tok y el 25% les gustaría conocer la ropa deportiva que ofrece la microempresa Jhonn Sport por el WhatsApp.

Interpretación:

En la actualidad las compras realizadas por redes sociales se han incrementado, debido al avance de la tecnología al igual que la pandemia que ha impedido que se oferte los productos de manera física, por ello se puede interpretar que la publicidad mediante la red social de Facebook es la pionera para así transmitir un anuncio de un producto que se ofrece a los consumidores.

4.1.2 Entrevista a la propietaria de la microempresa Jhonn Sport

Se aplicó la previa entrevista a la Sra. Rosa Yáñez que es propietaria de la microempresa Jhonn Sport en la que consta de la siguiente información:

Tabla 15-4: Ficha de entrevista al propietario

FICHA DE ENTREVISTA		
LUGAR: RIOBAMBA		FECHA: 14 DE ENERO DEL 2023
CIUDAD:	RIOBAMBA	
PROVINCIA:	CHIMBORAZO	
ENTREVISTADO:	SRA. ROSA NARCISA YÁNEZ GUERRERO	
N°	PREGUNTA	RESPUESTA
1	¿Cuál es el giro de negocio de la microempresa Jhonn Sport?	Considero que el giro de negocio es la confección de la línea de ropa deportiva, con diseños personalizados para todas las instituciones públicas y privadas.
2	¿Considera que, Jhonn Sport está posicionado en el mercado?	No se encuentra posicionado en el mercado.
3	¿Se realiza un plan estratégico en la microempresa Jhonn Sport?	No existe ningún documento que respalde las decisiones estratégicas de la microempresa.
4	¿Utiliza herramientas administrativas en la microempresa Jhonn Sport?	Si pues existe un sistema de contabilidad que se lleva como Negocio Popular.
5	Comente ¿Cuáles son los establecimientos que considera que es competencia directa? ¿Por qué?	Considero la competencia a Factory Uniformes, Angy's Sport, Santy Sport, Casa Yoly y Gentex Sport puesto que están ubicados en el centro y alrededores de la ciudad de Riobamba.
6	De acuerdo a lo que usted considere ¿Qué estrategias utiliza para la fidelización de los clientes?	En mi microempresa Jhonn Sport se ha venido utilizando estrategias específicas como la estabilidad en los precios,

		la puntualidad como responsabilidad en la entrega de los productos con tela de calidad y durable, por lo que es accesible el precio que se oferta al consumidor.
7	¿Qué tipo de herramientas de comercio electrónico realiza la microempresa Jhonn Sport?	No cuenta con la actividad de venta de productos en medios digitales.
8	¿Cuáles son las fortalezas que posee la microempresa Jhonn Sport?	Las fortalezas son la capacidad de confeccionar la línea de ropa deportiva con diseños personalizados de calidad y durabilidad.
9	¿Cuáles son las debilidades que posee la microempresa Jhonn Sport?	Falta de capacitación al personal puesto que se a trabajado de una manera empírica.
10	Mencione ¿Cuáles las características que diferencian la microempresa Jhonn Sport frente la competencia?	Jhonn Sport se diferencia por los modelos exclusivos que ofrece a un precio accesible, variedad de diseños, tallas plus, como colores de la tela exclusivamente está enfocado como una línea de ropa cómoda que se puedan realizar las actividades diarias del día a día y también para realizar ejercicios.

Fuente: Entrevista aplicada al propietario

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Interpretación:

De acuerdo a la entrevista se puede deducir que la microempresa Jhonn Sport en la actualidad permite que la ropa deportiva sea un producto de demanda, no solamente para las personas que practican deportes sino también para las personas que usan un estilo de ropa cómoda, Jhonn Sport

tiene una finalidad en la confecciona de ropa deportiva cuyo fin es satisfacer las necesidades de los consumidores, sin embargo se realizado de manera empírica por lo cual realizar un plan de Negocios es de gran importancia al poder identificar como planificar objetivos y la rentabilidad de la microempresa.

4.1.3 Entrevista al trabajador de la microempresa Jhonn Sport

Tabla 16-4: Ficha de entrevista al trabajador

FICHA DE ENTREVISTA		
LUGAR: RIOBAMBA		FECHA: 14 DE ENERO DEL 2023
CIUDAD:	RIOBAMBA	
PROVINCIA:	CHIMBORAZO	
ENTREVISTADO:	SRA. JESENIA ROSALIA GUZMÁN GUAMUSHI	
N°	PREGUNTA	RESPUESTA
1	¿Considera que existe un buen ambiente laboral en la microempresa Jhonn Sport?	Si existe una buena relación con respeto, y el compromiso para el desenvolvimiento de las actividades.
2	¿Se realizó indicaciones previas de las actividades a realizar en la microempresa Jhonn Sport?	Si se realiza la indicación de las actividades que se va a realizar cada día.
3	¿Qué opina sobre el proceso que se realiza para la confección de ropa deportiva en la microempresa Jhonn Sport?	Estoy de acuerdo con el proceso ya que se va confeccionando en forma de escala empezando desde el corte, maquilado y el empacado.
4	¿Qué aspectos considera que reciben los clientes al adquirir una prenda de ropa deportiva en la microempresa Jhonn Sport?	Los clientes reciben sus pedidos de ropa deportiva en el tiempo acordado y la cantidad de uniformes.

5	¿Qué opina usted sobre la línea de confección de ropa deportiva de la microempresa Jhonn Sport?	Es muy buena, porque no solo es para hacer ejercicio sino utilizar para actividades en todo ámbito.
6	¿Qué tipo de estrategias ha utilizado para realizar la publicidad?	Para realizar publicidad he entregado tarjetas de presentación que proporciona la microempresa Jhonn Sport.
7	¿Considera que la publicidad es adecuada para el posicionamiento en el mercado nacional?	No, porque considero que se debe realizar por Facebook que es muy común usar por todas las personas.
8	¿Qué amenazas impiden el progreso de la microempresa Jhonn Sport?	La amenaza que existe alto precio en la materia prima e insumos.
9	Mencione una sugerencia para la microempresa Jhonn Sport	Se sugiere la publicidad para dar a conocer la oferta de los productos de la línea deportiva que se ofrece en la microempresa Jhonn Sport.

Fuente: Entrevista aplicada al trabajador

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Interpretación:

Según la entrevista realizada al trabajador se puede decir que la microempresa Jhonn Sport necesita establecer canales de distribución en los cuales se pueda compartir la información de la confección de ropa deportiva en la ciudad de Riobamba, puesto que en la actualidad se venden productos mediante la utilización de las redes sociales, también en el sistema del proceso de la confección es recomendable utilizar un diagrama de procesos para que se lleve a cabo el producto final que adquieren los consumidores.

Tabla 17-4: Ficha de entrevista al trabajador

FICHA DE ENTREVISTA		
LUGAR: RIOBAMBA		FECHA: 14 DE ENERO DEL 2023
CIUDAD:	RIOBAMBA	
PROVINCIA:	CHIMBORAZO	
ENTREVISTADO:	SRA. PAULINA MARIBEL GUERRERO	
N°	PREGUNTA	RESPUESTA
1	¿Considera que existe un buen ambiente laboral en la microempresa Jhonn Sport?	Si existe buena relación con todos en el trabajo.
2	¿Se realizó indicaciones previas de las actividades a realizar en la microempresa Jhonn Sport?	Cada día la propietaria nos da a conocer las actividades que debemos hacer.
3	¿Qué opina sobre el proceso que se realiza para la confección de ropa deportiva en la microempresa Jhonn Sport?	Se sigue todos los pasos para confeccionar cualquier prenda de vestir.
4	¿Qué aspectos considera que reciben los clientes al adquirir una prenda de ropa deportiva en la microempresa Jhonn Sport?	La satisfacción de que los productos estén como se hizo el pedido.
5	¿Qué opina usted sobre la línea de confección de ropa deportiva de la microempresa Jhonn Sport?	En la actualidad todas las personas utilizan para comodidad.
6	¿Qué tipo de estrategias ha utilizado para realizar la publicidad?	Se ha repartido tarjetas de presentación.
7	¿Considera que la publicidad es adecuada para el posicionamiento en el mercado nacional?	Debe existir más publicidad por parte de la microempresa Jhonn Sport
8	¿Qué amenazas impiden el progreso de la microempresa Jhonn Sport?	La competencia.
9	Mencione una sugerencia para la microempresa Jhonn Sport	Que se apoye a las microempresas en los

		contratos y no solo se tome en cuenta a las empresas grandes.
--	--	---

Fuente: Entrevista aplicada al trabajador

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Interpretación:

De acuerdo a la entrevista que se realizó a un trabajador, se toma en cuenta los aspectos como la confección de la línea de ropa deportiva que se desarrolle una publicidad mediante las redes sociales pero que también se considere el apoyo a las microempresas para así llegar a ser una empresa grande y que pueda generar plazas de empleo.

4.2 Discusión de resultados

En las encuestas realizadas se detecta las diversas variables lo cual es factible consolidar el proyecto de investigación dado que la microempresa no está posicionado en el mercado, entre sus preferencias se encuentra el 65,9% de las personas usan ropa deportiva que es muy beneficioso para la confección de la línea de ropa deportiva, tomando en cuenta que debe considerarse el precio con el 43% y la calidad con el 58,1% al comprar una prenda, en el punto de venta de comercialización el 59,1% les gustaría una tienda física considerando que se puede ir a elegir los diseños personalizados y acordes a su talla, donde el 93% de las personas consideran el pago sea en efectivo, pero sobre todo que se realice la publicidad por medio de redes sociales que en la actualidad es muy común ofertar productos mediante Facebook, Instagram, Tik Tok y WhatsApp. En las entrevistas realizadas al propietario como trabajadores se considera que se realiza un desempeño de una forma empírica, más no existe un documento en el que este las especificaciones, directrices de las actividades que se debe realizar en la microempresa Jhonn Sport por lo cual también se denota la falta de canales de distribución para llevar a cabo la publicidad y darse a conocer la confección de ropa deportiva para las instituciones públicas como privadas, por lo cual es importante tomar en consideración el mercado y la rentabilidad de la misma.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1 Título de la propuesta

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA JHONN SPORT SITUADO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA

5.2 Objetivos de la propuesta

5.2.1 *Objetivo general*

Elaborar un Plan de Negocios para la microempresa dedicada a la confección de ropa deportiva, Jhonn Sport situado en la ciudad de Riobamba que permita mejorar en el ámbito administrativo.

5.2.2 *Objetivos específicos*

- Proporcionar información sobre los productos que se ofrece en la microempresa Jhonn Sport.
- Conocer la situación de la microempresa Jhonn Sport mediante el Plan de Negocios.
- Dar a conocer la proyección de las ventas de la microempresa Jhonn Sport.

5.3 Fase 1: Diagnóstico de la situación actual

5.3.1 *Descripción de la microempresa*

La microempresa Jhonn Sport se dedica a la línea de confección de ropa deportiva como uniformes para instituciones públicas como privadas, uniformes de instituciones educativas, calentadores para uso diario y ropa deportiva para realizar ejercicio, confeccionada con tela e insumos de calidad, diseños personalizados, adicional una talla plus, acabados con modelos únicos, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los consumidores, que regresen y recomienden comprar ropa deportiva en Jhonn Sport.

Tabla 18-5: Descripción de la microempresa

RUC:	0603036575001
Clase de contribuyente	RIMPE
País	Ecuador
Provincia	Chimborazo
Cantón	Riobamba
Parroquia	Lizarzaburu
Barrio	Cdla. 24 de mayo
Dirección	Arawacos y Cóndor Mirador

Fuente: Proporcionada la información por la microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Tabla 19-5: Matriz FODA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (+)	DEBILIDADES (-)
<ul style="list-style-type: none"> • Buena calidad en la confección de ropa deportiva. • Diseños personalizados y exclusivos para los consumidores. • Precios accesibles y competitivos. • Buena relación de comunicación con los consumidores. • Dispone de la infraestructura propia. • Entrega a tiempo de pedidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de publicidad para ofertar el producto. • No existe capacitación previa a los trabajadores. • No cuenta con un plan estratégico. • Escaso capital financiero. • Falta de promociones.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (+)	AMENAZAS (-)
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar en el posicionamiento en la microempresa. • Tendencia en el consumidor al usar ropa deportiva. • Temporadas escolares. • Crecimiento en el sector textil de confección de ropa deportiva. • Reconocimiento en el mercado a nivel nacional e internacional. • Estrategias de publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad en la actividad económica. • La competencia. • La pandemia Covid-19. • Los clientes prefieren bajos precios que la calidad.

Fuente: Recopilación de la información de las encuestas, y entrevista de la microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Tabla 20-5: Estrategias FODA

ESTRATEGIAS FODA		
Factores Internos	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> • Buena calidad en la confección de ropa deportiva. • Diseños personalizados y exclusivos para los consumidores. • Precios accesibles y competitivos. • Buena relación de comunicación con los consumidores. • Dispone de la infraestructura propia. • Entrega a tiempo de pedidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de publicidad para ofertar el producto. • No existe capacitación previa a los trabajadores. • No cuenta con plan estratégico. • Escaso capital financiero. • Falta de promociones.
Factores Externos		
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar en el posicionamiento en la microempresa. • Tendencia en el consumidor al usar ropa deportiva. • Temporadas escolares. • Crecimiento en el sector textil de confección de ropa deportiva. • Reconocimiento en el mercado a nivel nacional e internacional. • Estrategias de publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Considerar la aceptación de clientes, por la calidad de la confección de ropa deportiva. • Ofrecer productos con diseños personalizados y a la moda. • Accesibilidad en los precios de la venta para las temporadas escolares. • Posicionar el producto en el mercado con la responsabilidad y puntualidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar las herramientas tecnológicas para promocionar los productos • Capacitar a los trabajadores que permita la aceptación del producto en el mercado. • Buscar créditos en las instituciones financieras a bajo interés. • Llevar a cabo el plan estratégico para la toma de decisiones.

Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad en la actividad económica. • La competencia. • La pandemia Covid-19. • Los clientes prefieren bajos precios que la calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar modelos de acuerdo a la preferencia del consumidor con un precio accesible. • Mantener la actualización de la tendencia de la moda con la confección de ropa deportiva de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la publicidad mediante las redes sociales. • Promocionar y lanzar al mercado nuevos modelos con diseños exclusivos con una talla plus para los consumidores.

Fuente: Recopilación de la información de las encuestas, y entrevista de la microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

5.3.5 Matriz de Factores Internos EFI

En base a la matriz FODA realizado en la microempresa Jhonn Sport se evaluó el grado de importancia de los factores internos, considerando la siguiente calificación:

- Aspectos primordiales equivalente a 5.
- Aspectos significativos equivalente a 3.
- Aspectos necesarios equivalente a 1.

En la que se detalla de la siguiente forma:

Tabla 21-5: Matriz de Factores Internos EFI

Factores internos		Grado de importancia	de Calificación	Total
Fortalezas				
F1	Buena calidad en la confección de ropa deportiva.	10%	5	0,5
F2	Diseños personalizados y exclusivos para los consumidores.	9%	5	0,45
F3	Precios accesibles y competitivos.	10%	3	0,3
F4	Buena relación de comunicación con los consumidores.	9%	5	0,45
F5	Dispone de la infraestructura propia.	10%	5	0,5
F6	Entrega a tiempo de pedidos.	10%	5	0,5
Debilidades				
D1	Falta de publicidad para ofertar el producto.	10%	5	0,5
D2	No existe capacitación previa a los trabajadores.	9%	3	0,27
D3	No cuenta con plan estratégico.	8%	3	0,24
D4	Escaso capital financiero.	9%	3	0,27
D5	Falta de promociones.	10%	5	0,5

Fuente: Recopilación de la información de las encuestas, y entrevista de la microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

De acuerdo a la matriz de factores internos de la microempresa, se determinó las fortalezas que en la línea de la confección de ropa deportiva la calidad del producto con un precio accesible permite poder comercializar en el mercado, sin embargo, el punto en contra es el desarrollo empírico, la promoción y la publicidad lo que permite mejorar la rentabilidad de la microempresa Jhonn Sport lo cual también busca fidelizar a los consumidores.

5.3.6 Matriz de Factores Externos EFE

Por consiguiente, en base a la matriz FODA realizado en la microempresa Jhonn Sport se evaluó el grado de importancia de los factores internos, considerando la siguiente calificación:

- Aspectos primordiales equivalente a 5.

- Aspectos significativos equivalente a 3.
- Aspectos necesarios equivalente a 1.

En la que se detalla de la siguiente forma:

Tabla 22-5: Matriz de Factores Externos EFE

Factores externos		Grado de importancia	de Calificación	Total
Oportunidades				
O1	Mejorar en el posicionamiento en la microempresa.	10%	5	0,5
O2	Tendencia en el consumidor al usar ropa deportiva.	9%	3	0,45
O3	Temporadas escolares.	10%	5	0,3
O4	Crecimiento en el sector textil de confección de ropa deportiva.	9%	3	0,45
O5	Reconocimiento en el mercado a nivel nacional e internacional.	9%	5	0,5
O6	Estrategias de publicidad.	10%	5	0,5
Amenazas				
A1	Inestabilidad en la actividad económica.	9%	3	0,5
A2	La competencia.	10%	3	0,27
A3	La pandemia Covid-19.	9%	3	0,24
A4	Los clientes prefieren bajos precios que la calidad.	9%	3	0,27

Fuente: Recopilación de la información de las encuestas, y entrevista de la microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Considerando la matriz de factores externos de la microempresa Jhonn Sport, se determinó que se debe mejorar el posicionamiento en el mercado pues así se ofertaría los productos de la microempresa, manteniendo la tendencia de la línea de ropa deportiva principalmente en temporadas escolares donde los consumidores adquieren uniformes para las instituciones públicas como privadas pero es importante saber de la competencia para ofrecer un producto con un plus adicional que sea competitivo y los consumidores consideren la calidad que van adquirir.

5.4 Fase 2: Plan de Negocios

5.4.1 Plan estratégico

5.4.1.1 Marca propuesta

Una marca que se reconoce por ser un isologo ya que lleva el nombre de la microempresa y a que se dedica, pero también imágenes y símbolos que permite a las personas que puedan identificar la razón de ser de la microempresa, es decir una marca comercial distingue la microempresa de la competencia que se diferencie de los determinados productos que se oferta a los consumidores.



Figura 4-5: Marca propuesta

Realizado por: Ambo, M., 2023.

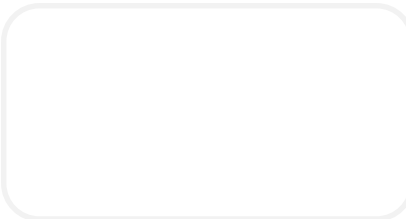
Colores



- El color azul significa la lealtad, confianza y responsabilidad de la microempresa Jhonn Sport que se dedica a la confección de ropa deportiva.



- El color naranja significa la amabilidad, creatividad, éxito como el entusiasmo de la microempresa Jhonn Sport.



- El color blanco transmite la transparencia, tranquilidad, paz y armonía que ofrece la microempresa Jhonn Sport.

Ilustración 8-5: Colores

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Significado de los símbolos



Es un símbolo de defensa para la microempresa Jhonn Sport, es decir, permite la protección frente a la competencia.



Representa el enfoque del fuego y desprende luz por los deportes.



El balón de fútbol simboliza a los deportes, dado que la microempresa se dedica a la confección de ropa deportiva.



Se orienta a la población que les gusta hacer deportes y al público en general.

Tipografía

JHONN SPORT

El tipo de letra es ANTON, el tamaño de letra es de 24, el título es JHONN SPORT el nombre de la microempresa, resaltado con color blanco y en letra mayúscula.

CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA

Se emplea el tipo de letra Bebas Neue, tamaño de letra 14, el título hace referencia a lo que se dedica la microempresa Jhonn Sport, utilizado el color blanco y en letra mayúscula.

Pantones



PANTONE

17-4245

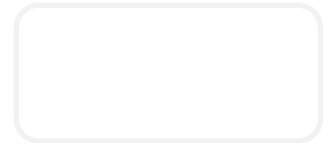
Biza Blue



PANTONE

15-1058

Radiant Yellow



PANTONE

18-1750

Transparent White

Slogan

“El secreto de un gran estilo, es sentirse bien con lo que vistes”

Permite resaltar las características que posee la microempresa Jhonn Sport, debido a la confección de ropa deportiva.

5.4.1.2 Misión

Jhonn Sport no posee una misión, por tal motivo es necesario determinar la razón de la microempresa.

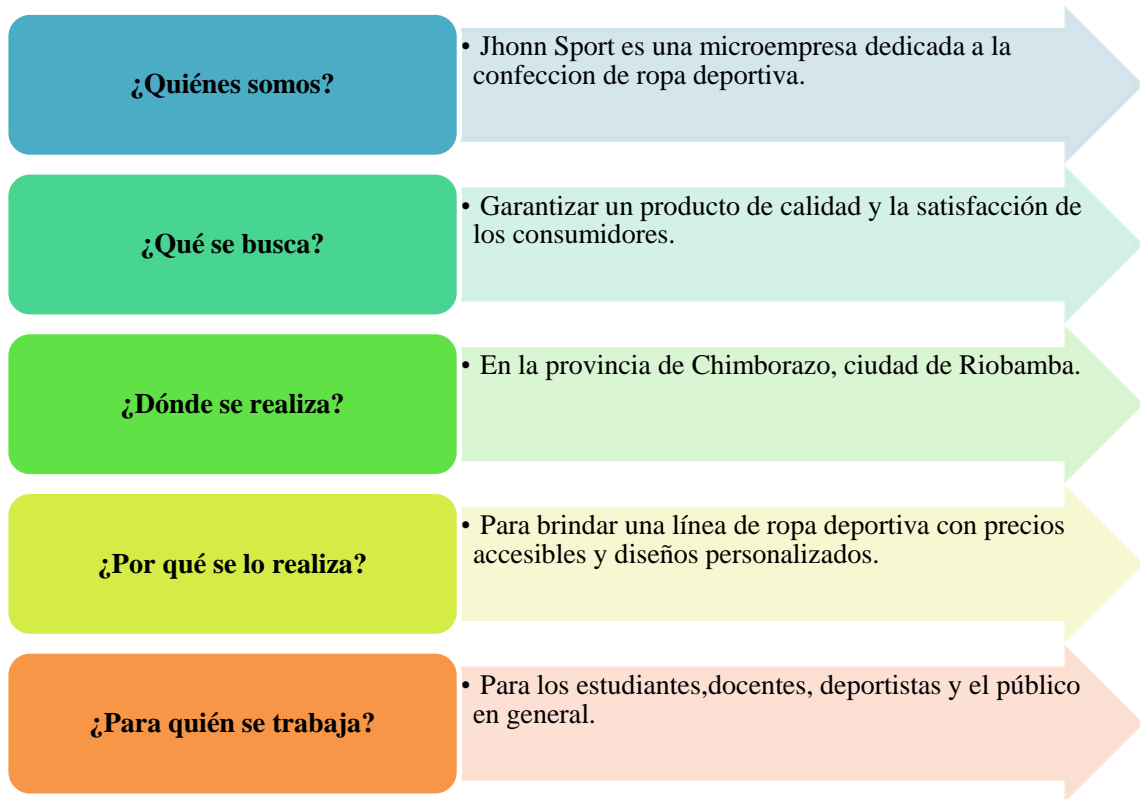


Ilustración 9-5: Determinar la misión

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Misión propuesta

Jhonn Sport es una microempresa dedicada a la confección de ropa deportiva, ubicada en la provincia de Chimborazo, ciudad de Riobamba que busca garantizar un producto de calidad y la satisfacción de los consumidores con el fin de brindar una línea de ropa deportiva con precios accesibles y diseños personalizados para los estudiantes, docentes, deportistas y el público en general.

5.4.1.3 Visión

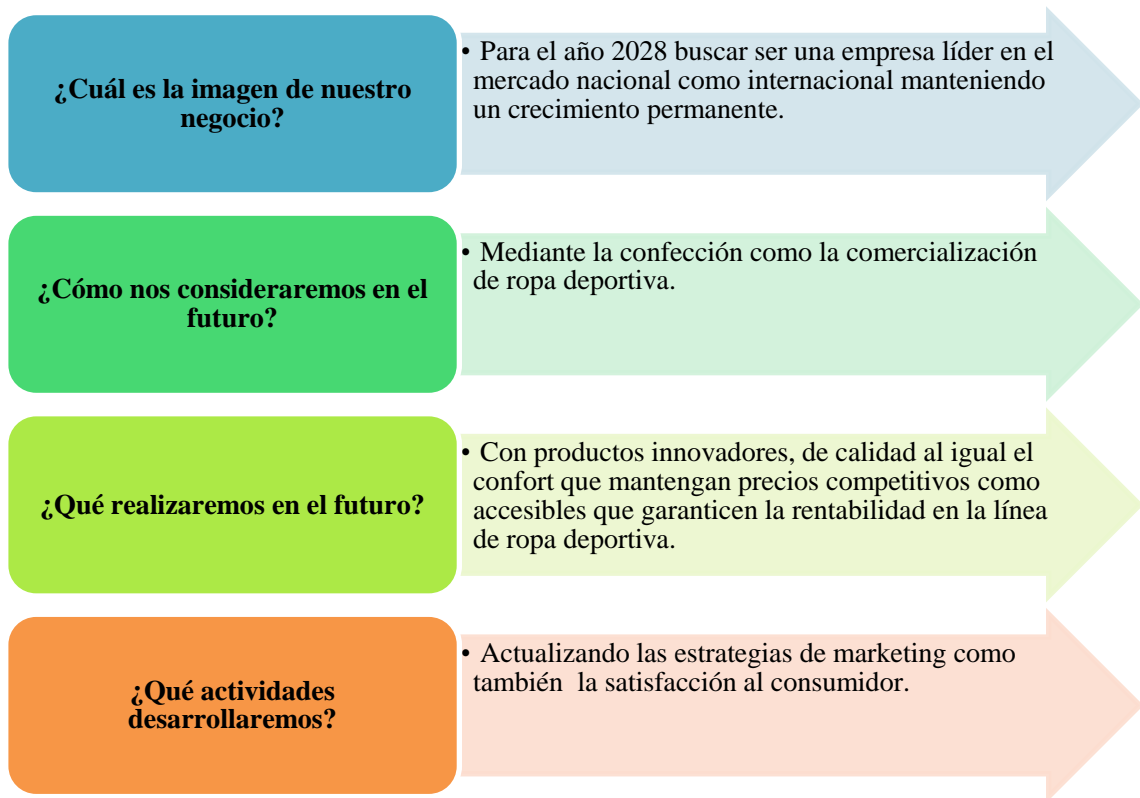


Ilustración 10-5: Determinar la visión

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Visión propuesta

Para el año 2028 busca ser una empresa líder en el mercado nacional como internacional manteniendo un crecimiento permanente, mediante la confección como la comercialización de ropa deportiva con productos innovadores, de calidad al igual que el confort que mantengan precios competitivos como accesibles que garanticen la rentabilidad en la línea de ropa deportiva y actualizando las estrategias de marketing como también la satisfacción al consumidor.

5.4.1.4 Valores

En toda microempresa, locales y empresas es primordial tener definidos los objetivos estratégicos que se deben cumplir por todo el personal de trabajo para que sean cumplidos en su totalidad como puestos en práctica en el ámbito laboral.



Ilustración 11-5: Elaboración de los valores

Realizado por: Ambo, M., 2023.

5.4.1.5 *Objetivos estratégicos*

- Ser una empresa exitosa en el mercado que pueda generar fuentes de empleo.
- Ser reconocida en el mercado nacional como internacional.
- Mantener consumidores fijos mediante la entrega de productos de calidad y confort.
- Fomentar el crecimiento de la microempresa en las ventas mediante las estrategias de publicidad.
- Estar pendiente en la tendencia de la moda y las necesidades de los consumidores.
- Ofertar la línea de ropa deportiva innovadora, cómoda y elegante como el consumidor lo pide.

5.4.1.6 Organigrama estructural

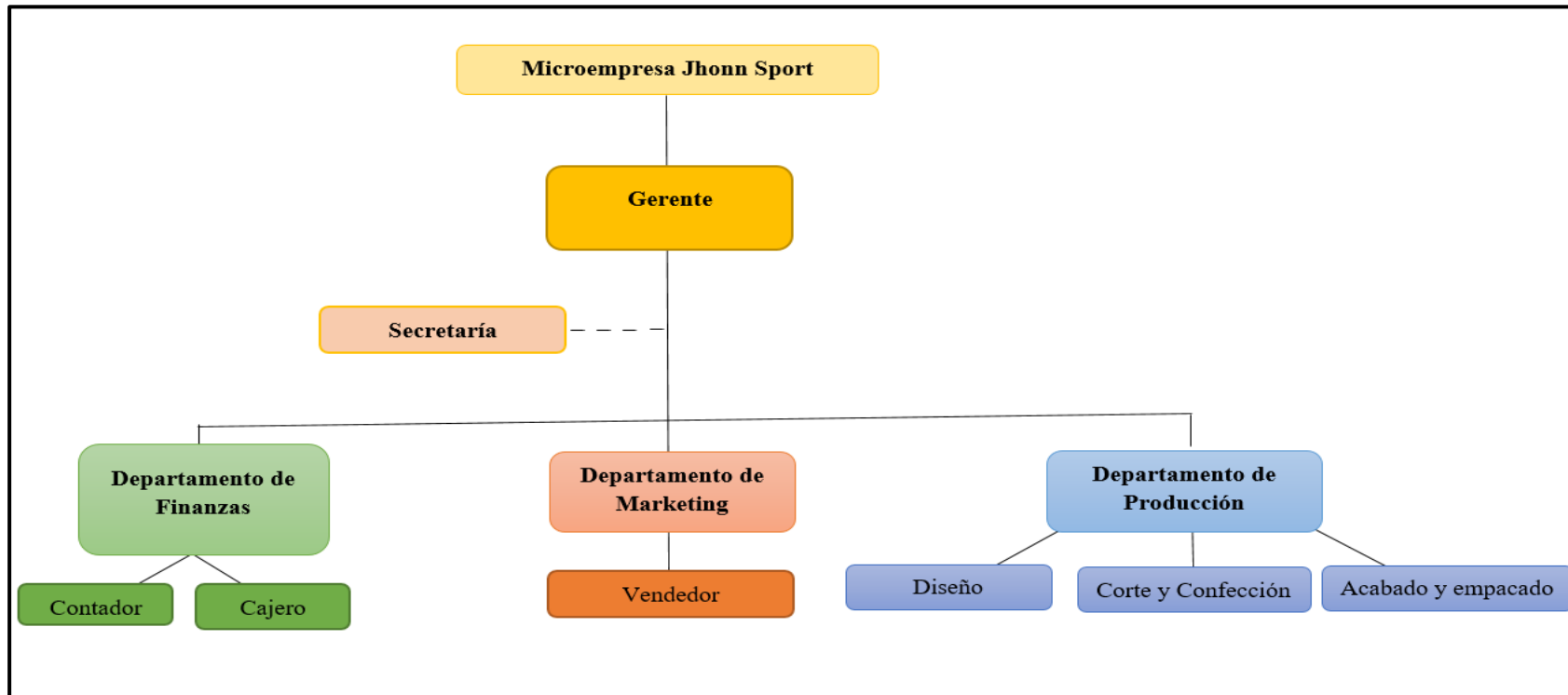



Figura 5-5: Organigrama estructural

Realizado por: Ambo, M., 2023.


5.4.1.7 *Manual de funciones*

Tabla 23-5: Manual de funciones: Gerente

 Microempresa Jhonn Sport Manual de funciones Gerente	
Cargo:	Gerente
Área:	Administrativa
Naturaleza del cargo:	Administrar de acuerdo a las leyes que se disponen a fin de lograr la meta planteada.
Funciones y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> - Planificar las actividades a desarrollarse. - Organizar, dirigir la administración y finanzas de la microempresa. - Supervisar al personal de producción. - Representar a la microempresa en eventos públicos y privados. - Evaluar al personal contratado. 	
Perfil: <ul style="list-style-type: none"> - Lic. Administración de Empresas. - Experiencia de 3 años. - Curso de liderazgo. 	Competencias: <ul style="list-style-type: none"> - Habilidad en comunicación y negociación. - Iniciativa. - Liderazgo.
Enviar al correo: jhonnsport8@gmail.com	


Realizado por: Ambo, M., 2023.

Tabla 24-5: Manual de funciones: Secretaria

 Microempresa Jhonn Sport Manual de funciones Secretaria	
Cargo:	Secretaría
Área:	Administrativa
Naturaleza del cargo:	Mantener una organización en la agenda de las actividades de la microempresa y de la documentación.
Funciones y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> - Redactar y archivar documentos con respecto a cada año. - Informar y recibir asuntos correspondientes a la microempresa. - Recibir llamadas telefónicas. - Realizar los pedidos de la materia prima. - Brindar atención y facilidad en la expresión verbal al consumidor. 	
Perfil: <ul style="list-style-type: none"> - Lic. Administración de Empresas. - Experiencia de 1 año. 	Competencias: <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo adecuado en la atención al consumidor. - Planeación de actividades. - Cumplimiento.
Enviar al correo: jhonnsport8@gmail.com	


Realizado por: Ambo, M., 2023.

Tabla 25-5: Manual de funciones: Contador

 Microempresa Jhonn Sport Manual de funciones Contador	
Cargo:	Contador
Área:	Financiero
Naturaleza del cargo:	Realizar los estados financieros, pagos, presupuestos de la microempresa.
Funciones y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> - Manejar los informes con los estados financieros. - Entregar la información al S.R.I tomando en cuenta que es Negocio Popular. - Registrar y archivar los asientos contables. - Actualizar la información financiera de la microempresa. - Realizar las correspondientes declaraciones. 	
Perfil: <ul style="list-style-type: none"> - Lic. Contabilidad y Auditoría. - Experiencia de 3 años. - Manejo de herramientas informáticas. 	Competencias: <ul style="list-style-type: none"> - Trabajo con bajo presión. - Proactivo.
Enviar al correo: jhonnsport8@gmail.com	


Realizado por: Ambo, M., 2023.

Tabla 26-5: Manual de funciones: Cajero

 Microempresa Jhonn Sport Manual de funciones Cajero	
Cargo:	Cajero
Área:	Financiero
Naturaleza del cargo:	Recibir el dinero de las ventas realizadas como también informar los reportes de la caja diariamente para que el contador realice los respectivos Estados Financieros.
Funciones y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> - Recibir el dinero. - Ordenar los documentos como las facturas entregadas y anuladas. - Manejar la base de datos. - Realizar el cierre de caja. - Custodiar el dinero en efectivo. 	
Perfil: <ul style="list-style-type: none"> - Lic. Contabilidad y Auditoría. - Experiencia de 2 años. - Manejo de herramientas informáticas. 	Competencias: <ul style="list-style-type: none"> - Trabajo con bajo presión. - Orientación al consumidor.
Enviar al correo: jhonnsport8@gmail.com	


Realizado por: Ambo, M., 2023.

Tabla 27-5: Manual de funciones: Vendedor

 Microempresa Jhonn Sport Manual de funciones Vendedor	
Cargo:	Vendedor
Área:	Marketing
Naturaleza del cargo:	Aportar en la venta de los productos que ofrece la microempresa, mantener confianza y buen trato a los consumidores de una forma amable con lo que ellos quieren adquirir.
Funciones y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> - Ser puntual y responsable con las ventas. - Comercializar la prenda de vestir deportiva. - Presentar un registro que se evidencia la entrada como salida del producto. - Establecer una buena relación entre el consumidor. - Distribuir la publicidad de los productos. 	
Perfil: <ul style="list-style-type: none"> - Lic. Marketing o carrera afín. - Experiencia de 2 años. 	Competencias: <ul style="list-style-type: none"> - Trabajo con bajo presión. - Detectar las expectativas que tiene el consumidor. - Participativo.
Enviar al correo: jhonnsport8@gmail.com	


Realizado por: Ambo, M., 2023.

Tabla 28-5: Manual de funciones: Diseñador

 Microempresa Jhonn Sport Manual de funciones Diseñador	
Cargo:	Diseñador
Área:	Producción
Naturaleza del cargo:	Diseñar los modelos que los consumidores requieren, orientado a la confección de ropa deportiva.
Funciones y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar el logotipo. - Diseñar las etiquetas para las tallas. - Presentar los bocetos o moldes del diseño de la prenda deportiva. - Elaborar catálogos de la ropa deportiva. - Escoger el color de la tela. 	
Perfil: <ul style="list-style-type: none"> - Lic. Marketing o carrera afín. - Experiencia de 3 años. 	Competencias: <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento en el sector textil. - Diseño de modas.
Enviar al correo: jhonnsport8@gmail.com	


Realizado por: Ambo, M., 2023.

Tabla 29-5: Manual de funciones: Cortador y Confeccionador

 Microempresa Jhonn Sport Manual de funciones Cortador y Confeccionador	
Cargo:	Cortador y Confeccionador
Área:	Producción
Naturaleza del cargo:	Plasmar los moldes en la tela y proceder a cortar. Realizar la costura de las piezas cortadas para terminar el producto y ofertarlo.
Funciones y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> - Plasmar el corte con la confección. - Ser responsable con las actividades propuestas. - Organizar la producción mediante la evaluación de cada trabajador. - Precisión en la confección del producto. - Revisar las máquinas industriales. 	
Perfil:	Competencias:
<ul style="list-style-type: none"> - Tnlgo. Corte y Confección - Experiencia de 3 años. - Conocimientos previos en modistería. 	<ul style="list-style-type: none"> - Proactiva. - Trabajo bajo presión.
Enviar al correo: jhonnsport8@gmail.com	

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Tabla 30-5: Manual de funciones: Empacador

 Microempresa Jhonn Sport Manual de funciones Empacador	
Cargo:	Empacador
Área:	Producción
Naturaleza del cargo:	Revisar el producto para colocar en su respectivo empaque para el traslado del producto hacia el consumidor.
Funciones y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> - Revisar el armado de la prenda de vestir. - Verificar las normas de calidad de la prenda deportiva. - Entregar el producto a la persona idónea. - Ordenar el producto por diseños y tallas. - Revisar la cantidad de entrega del producto. 	
Perfil: <ul style="list-style-type: none"> - Tnlgo. Corte y Confección. - Bachilleres - Experiencia de 1 año. - Conocimientos previos en modistería. 	Competencias: <ul style="list-style-type: none"> - Proactiva. - Trabajo bajo presión. - Orientación a los consumidores.
Enviar al correo: jhonnsport8@gmail.com	

Realizado por: Ambo, M., 2023.

5.4.2 Segmentación de mercado

Dado el estudio de mercado se determinó la demanda potencial en la provincia de Chimborazo ciudad de Riobamba.

Tabla 31-5: Segmentación de mercado

Segmentación del mercado	
Geográfica	
País	Ecuador
Provincia	Chimborazo
Cantón	Riobamba
Ciudad	Riobamba
Zona	Urbana
Demográfica	
Edad	18-24 años
Género	Masculino y femenino
Socioeconómico	PEA
Psicográfico	
Estilo de vida	Deportistas y público en general

Fuente: Segmento de mercado de la microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

5.4.2.1 Demanda

En el cálculo de la demanda se toma como referente la población de la ciudad de Riobamba de acuerdo a la proyección 2020 del INEC que consigna la cantidad de población de 225921 considerando el cálculo de acuerdo al PEA de 52068.

Para el cálculo de la demanda, se referenció de la cantidad total de la PEA que busca un posicionamiento en el mercado por ello las personas dispuestas a comprar la ropa deportiva es de 303 dividido para 381 nos da 0,7952, en porcentaje a 80% y en el total de habitantes de $52068 * 80\% = 41655$, mientras que $52068 * 20\% = 10413$ teniendo un resultado de 52068 de habitantes.

Por ende, permite conocer la disponibilidad que las personas estarían dispuestas a adquirir la ropa deportiva es de 41655 de habitantes que se encuentran en la ciudad de Riobamba.

Se toma en referencia la pregunta 5: ¿Usted estaría dispuesto a comprar ropa deportiva?

Tabla 32-5: Demanda

Demanda de la compra de ropa deportiva			
Alternativa	Frecuencia	%	Habitantes (52068)
Si	303	80%	41655
No	78	20%	10413
Total	381	100%	52068

Fuente: Recopilación de la información de la encuesta aplicada

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Por ello la demanda de los próximos cinco años se consideró la tasa de crecimiento poblacional de 1.56% según el INEC, tomando en cuenta que el 80% de las personas están dispuestas a comprar ropa deportiva alrededor de 41655 que pertenecen a la población de la ciudad de Riobamba que es conveniente para el posicionamiento de la microempresa Jhonn Sport.

Proyección de la demanda propuesta

Fórmula Proyección de la demanda =

*Personas que estaría dispuestas a comprar ropa deportiva **

Tasa de crecimiento poblacional + año anterior

Tabla 33-5: Proyección de la demanda

Años	Demanda
2023	41655
2024	42304
2025	42963
2026	43633
2027	44313

Fuente: Proyección

Realizado por: Ambo, M., 2023.

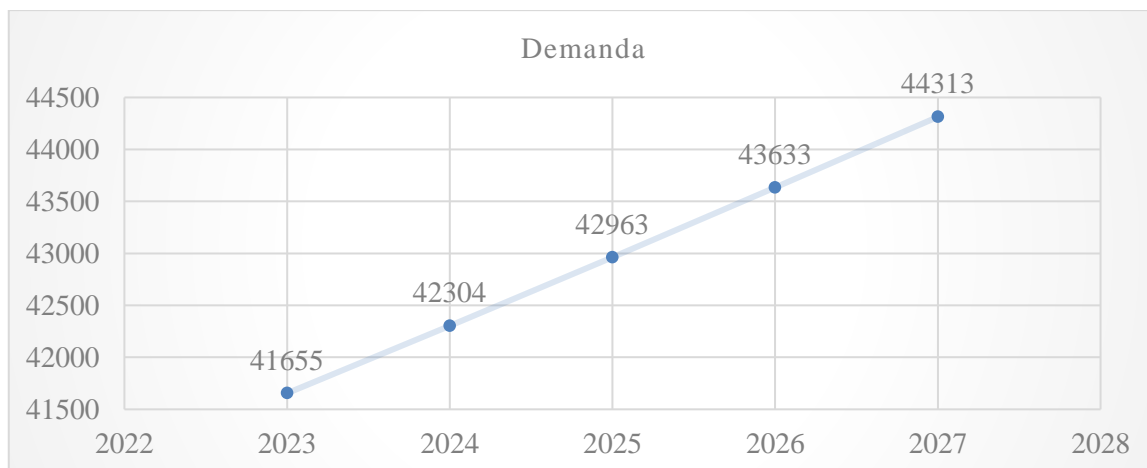


Gráfico 14-5: Proyección de la demanda

Realizado por: Ambo, M., 2023.

5.4.2.2 Oferta

Se considera la oferta mediante la entrevista donde se evidencia los puntos de competencia, locales y sitios que se dedican a la confección de ropa deportiva de la ciudad de Riobamba. Dado, la siguiente información donde los principales ofertantes de los productos son los siguientes:

*Oferta al año = 360 días del año * N° de prendas vendidas diario * N° clientes diario*

Tabla 34-5: Oferta

Oferta	Días de venta	Cantidad de ropa	Cantidad al año	Consumidores a diario	Consumidores al año	Confección
Factory Uniformes	360	1	360	1	360	Uniformes escolares
	360	1	360	1	360	Uniformes escolares
Angy's Sport	360	2	720	2	1440	Uniformes escolares
	360	1	360	1	360	Jogger
Santy Sport	360	1	360	1	360	Leggins
	360	1	360	1	360	Camisetas
Casa Yoly	360	2	720	2	1440	Uniforme interior
	360	1	360	1	360	Uniforme exterior
Gentex Sport	360	1	360	1	360	Camisetas
	360	1	360	1	360	Jogger
Total de la oferta					5760	

Fuente: Recopilación de la información de la entrevista aplicada

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Dada la oferta de los cinco años se consideró la tasa de crecimiento poblacional de 1.56% según el INEC, como base se calculó la venta de ropa deportiva en el año en el que 5760 son los consumidores en el determinado año que se encuentran ubicados en la ciudad de Riobamba.

Proyección de la oferta propuesta

*Proyección de la oferta = Total de la oferta * Tasa de crecimiento poblacional + año anterior*

Tabla 35-5: Proyección de la oferta

Años	Oferta
2023	5760
2024	5849
2025	5940
2026	6032
2027	6126

Fuente: Proyección

Realizado por: Ambo, M., 2023.



Gráfico 15-5: Proyección de la oferta

Realizado por: Ambo, M., 2023.

5.4.2.3 Demanda insatisfecha

Según lo estipulado, se determina la demanda potencial insatisfecha donde los consumidores por año necesitan comprar ropa deportiva con la cantidad de oferta que en la ciudad de Riobamba actualmente existe la competencia, por ello

Tabla 36-5: Demanda potencial insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	DPI-AÑO
2023	41655	5760	35895
2024	42304	5849	36455
2025	42963	5940	37023
2026	43633	6032	37601
2027	44313	6126	38187

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Ambo, M., 2023.

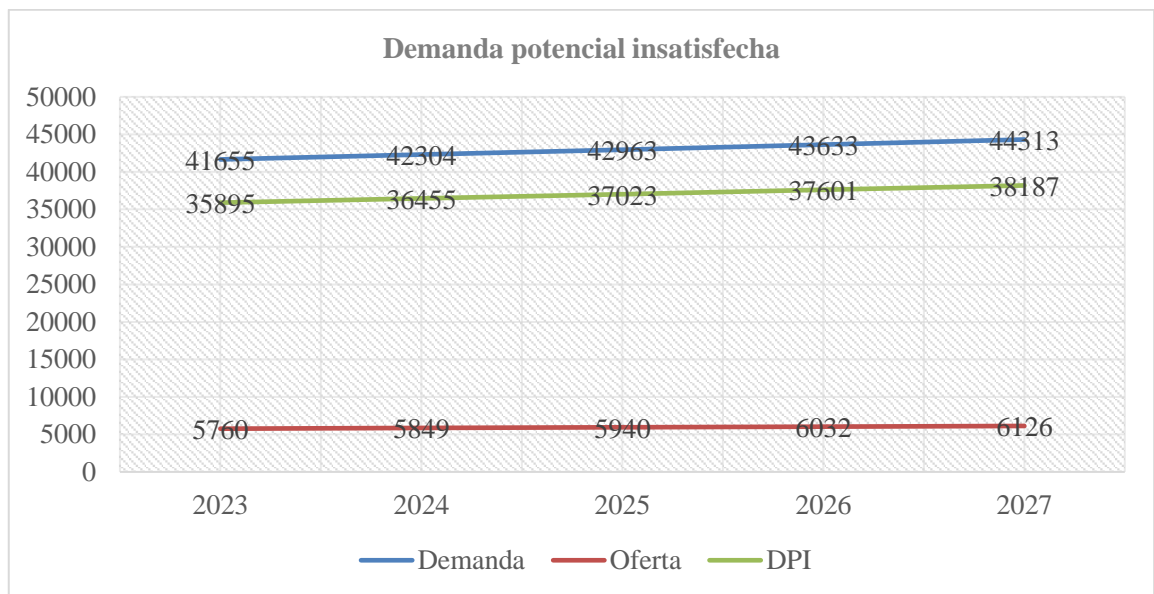


Gráfico 16-5: Demanda potencial insatisfecha

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Se evidencia que en el año 35895 las personas pueden ser consumidores de la ropa deportiva en la ciudad de Riobamba por ello el Plan de Negocios de la microempresa pretende satisfacer la necesidad de los consumidores, la confección y comercialización de la línea de ropa deportiva para las instituciones públicas como privadas, deportistas y personas que usan ropa deportiva en su vida cotidiana.

5.4.3 Plan de operaciones

5.4.3.1 Propuesta de la distribución de la planta

En la microempresa Jhonn Sport es importante conocer cada espacio o área para desarrollar las diversas actividades planeadas en la confección de la ropa deportiva de la siguiente manera:

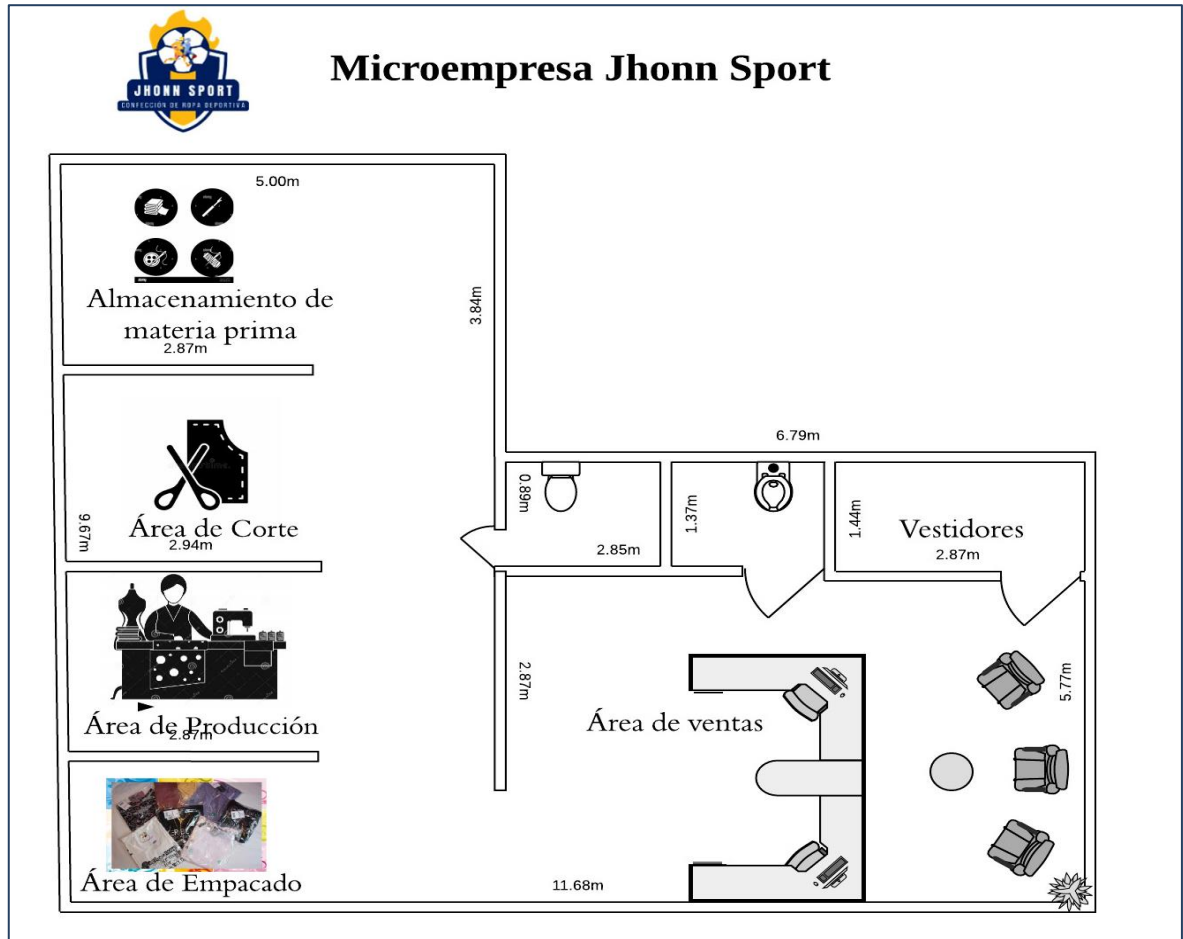


Figura 6-5: Propuesta de la distribución de la planta

Realizado por: Ambo, M., 2023.

5.4.3.2 Determinación de la maquinaria

En el proceso de la confección de una prenda de ropa deportiva en la microempresa Jhonn Sport se utiliza la siguiente maquinaria:

Tabla 37-5: Maquinaria de la microempresa Jhonn Sport

Máquinas	Detalle
 A white industrial sewing machine with the 'brother' logo on the front. It has a large metal table and a sturdy base. The needle and foot are visible at the front.	<p>Máquina industrial de costura recta con un precio de \$ 800, marca Brother. Mod. DB2-B755-AM3, con tablero y estantes de hierro, con motor industrial marca SILKEN, sirve para unir las piezas de las prendas de ropa manteniendo precisión en las costuras, pespunte y cierre.</p>
 A white industrial overlock machine with five thread spools on top. The brand name 'SIRUBA' is visible on the front and top. It has a complex mechanism for creating overlock stitches.	<p>Máquina industrial Overlock de 5 hilos con un precio de \$ 1250, marca Siruba. Mod 757-F516M2-35, con tablero y motor marca CONSEW, sirve para poder definir los bordes de la prenda de ropa y unir las respectivas piezas.</p>
 A white industrial overlock machine with a red thread spool holder on the left. The brand name 'KANSAI' is visible on the front. It has a complex mechanism for creating overlock stitches.	<p>Máquina industrial recubridora con un precio de \$ 1500, marca KANSAI SPECIAL. Mod NW-88D3GMG, con motor marca JONTEX, sirve para recubrir los filos de las camisetas, buzos, pantalones con tiras y recubrir los elásticos.</p>



Máquina elasticadora con un precio de \$ 2600 de 4 agujas, marca SUPER SILKA. Mod. T872187M, sirve para elasticar, para colocar tiras y pretinas en las prendas de vestir.

Fuente: Microempresa Jhonn Sport
 Realizado por: Ambo, M., 2023.

5.4.3.3 Flujograma del Proceso de confección de ropa deportiva

Camisetas y buzos

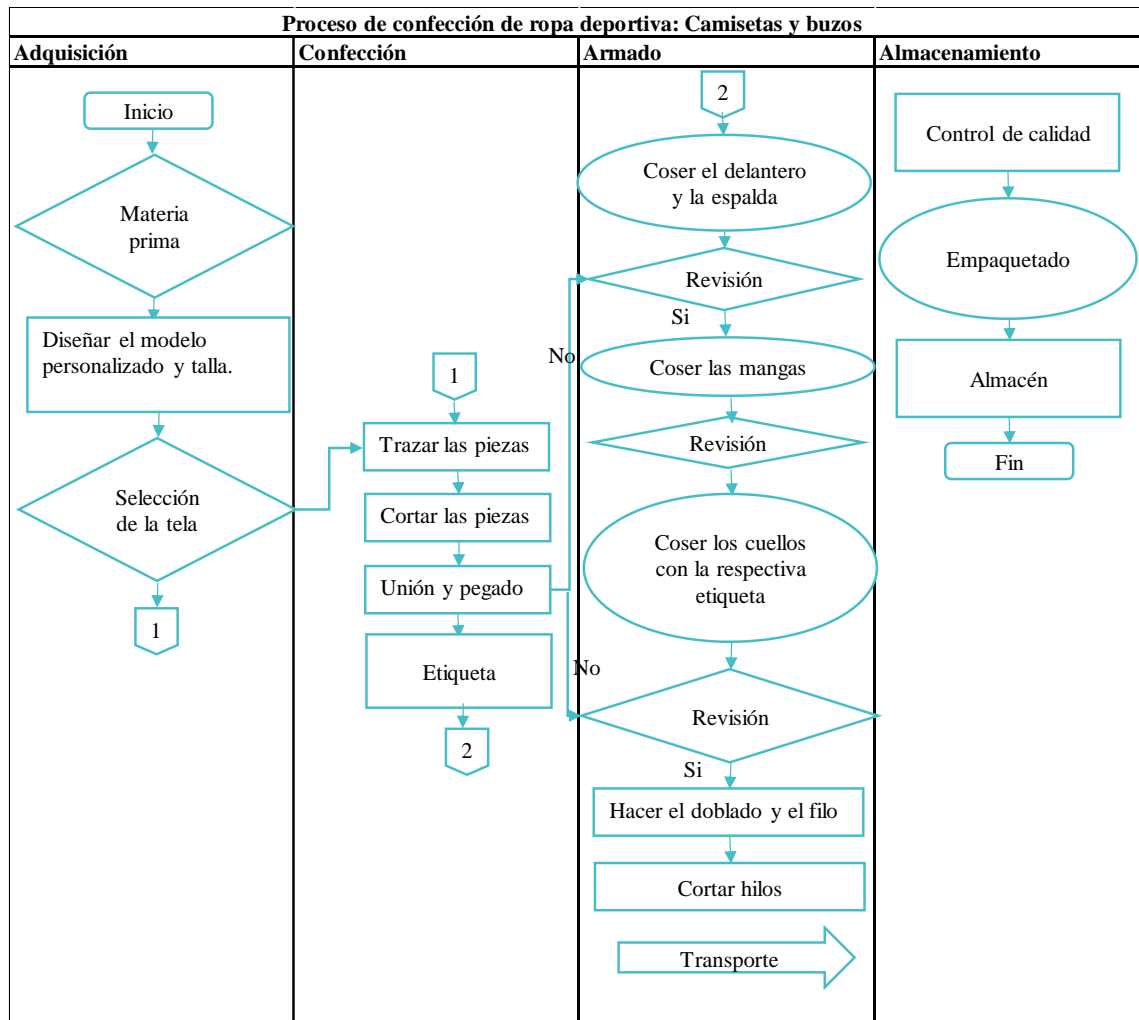


Figura 7-5: Proceso de confección de ropa deportiva: Camisetas y buzos

Realizado por: Ambo, M., 2023.

En la producción de la confección de camisetas y buzos se decide la materia prima con cual se va a elaborar el producto, es decir la selección de la tela, diseño como talla, por lo que seguidamente se desarrolla los pasos del armado que consiste en coser delanteros como espaldas, las mangas realizar los respectivos doblados y filos para el terminado del producto que es el empaquetado para que luego se exhiba y se entregue la prenda de vestir.

Pantalones

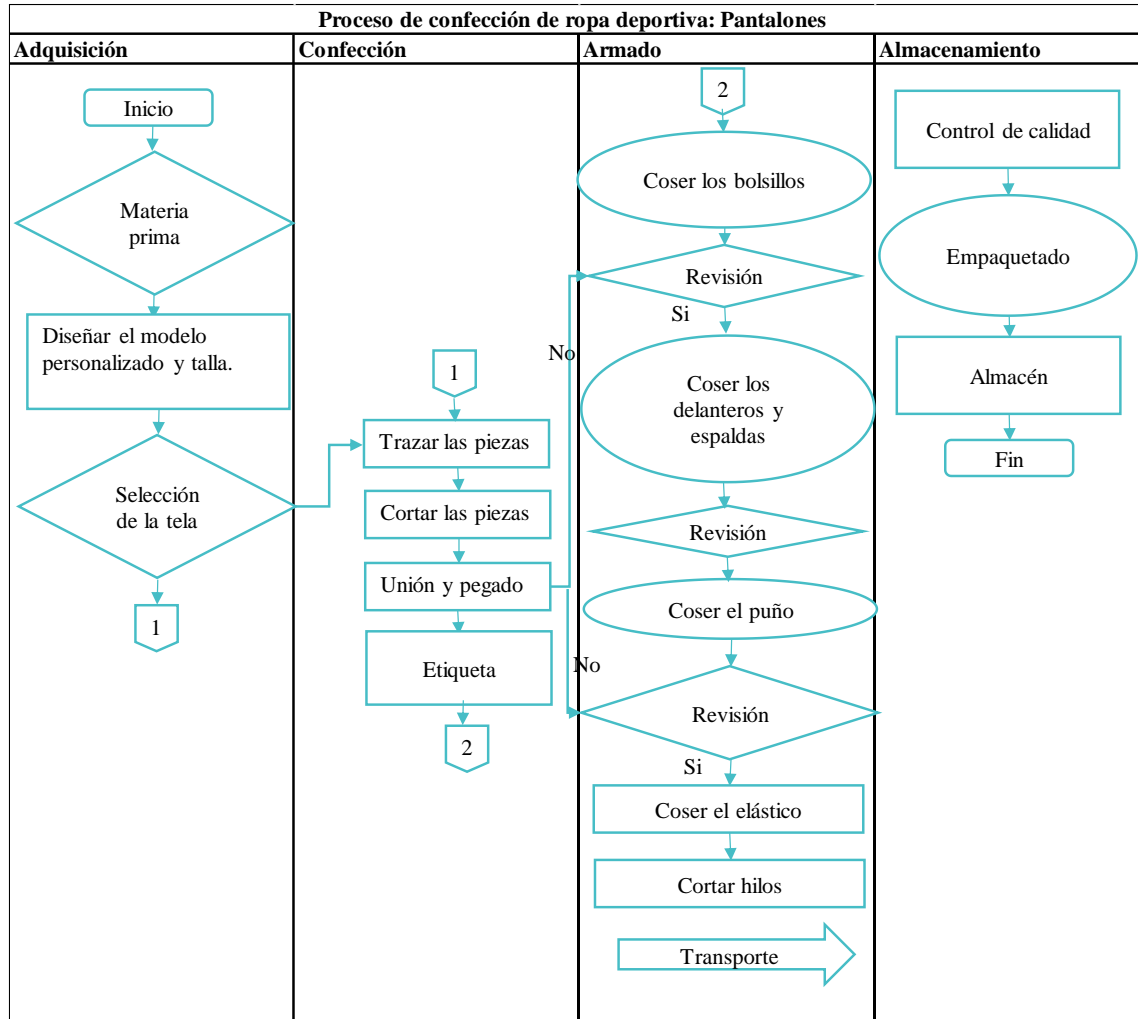


Figura 8-5: Proceso de confección de ropa deportiva: Pantalones

Realizado por: Ambo, M., 2023.


De tal forma en el proceso de la confección de los pantalones es primordial tomar en cuenta la tela que se va a utilizar, conjuntamente del diseño y la talla que desea el consumidor para proseguir con el proceso como coser los bolsillos, delanteros con las espaldas, los puños y finalmente el elástico para cortar hilos y concluir con el empaquetado y la entrega previa del pedido.

5.4.4 Plan financiero

5.4.4.1 Plan de inversión

Mediante el Plan de inversión permite saber la rentabilidad del proyecto de la microempresa Jhonn Sport, dado que es importante estimar los costos de operación como los ingresos, que cuenta de la siguiente manera:

Tabla 38-5: Plan de inversión

 Microempresa Jhonn Sport Plan de Inversión			
Cant.	Detalle	Precio unitario	Total
	TERRENO		\$ 15.000,00
1	Terreno	\$ 15.000,00	
	EDIFICIO		\$ 10.000,00
1	Local	\$ 10.000,00	
	VEHÍCULO		\$ 14.000,00
1	Automóvil	\$ 14.000,00	
	INSTALACIONES		\$ 400,00
1	Extintor portátil de 6 kg	\$ 50,00	
1	Instalaciones eléctricas	\$ 350,00	
	MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 6.150,00
1	Máquina recta marca Brother	\$ 800,00	
1	Máquina overlock marca Siruba	\$ 1.250,00	
1	Máquina recubridora marca Kansai	\$ 1.500,00	
1	Máquina elasticadora marca Super Silka	\$ 2.600,00	
	MUEBLES Y ENSERES		\$ 1.070,00
	Área de administración		
1	Escritorio	\$ 300,00	
1	Silla giratoria	\$ 120,00	
3	Sillas de espera	\$ 150,00	
	Área de producción		
1	Mesa de corte	\$ 150,00	
1	Closet	\$ 100,00	
2	Vitrinas	\$ 250,00	
	EQUIPO DE CÓMPUTO		\$ 2.150,00
1	Computadora de escritorio	\$ 1.700,00	
1	Impresora	\$ 450,00	
	EQUIPO DE OFICINA		\$ 125,00
	Mueble de oficina	\$ 125,00	
	MATERIA PRIMA		\$ 5.000,00
1	Mercadería	\$ 5.000,00	
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN		\$ 150,00
1	Gastos legales	\$ 150,00	
TOTAL PLAN DE INVERSIÓN			\$ 54.045,00

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

5.4.4.2 Resumen del Plan de inversión

Tabla 39-5: Plan de inversión resumido

 Microempresa Jhonn Sport Plan de inversión resumido	
Detalle	Total
TERRENO	\$ 15.000,00
EDIFICIO	\$ 10.000,00
VEHÍCULO	\$ 14.000,00
INSTALACIONES	\$ 400,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 6.150,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.070,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 2.150,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 125,00
MATERIA PRIMA	\$ 5.000,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 150,00
TOTAL	\$ 54.045,00


Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

5.4.4.3 Costo de depreciación

En la maquinaria y equipo al igual que el equipo de oficina, los costos de depreciación se realizan de acuerdo al método de la línea recta el cual se distribuye el valor de la depreciación durante la vida útil en función de un activo, sin tomar en cuenta el valor residual de la siguiente forma:

Tabla 40-5: Depreciación

 Microempresa Jhonn Sport Depreciación				
Detalle	Valor del bien	Vida útil	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Maquinaria y equipo	\$ 6.150,00	10	10%	\$ 615,00
Equipo de oficina	\$ 125,00	10	10%	\$ 12,50
TOTAL				\$ 627,50


Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

De acuerdo al valor de la depreciación se incrementa en los costos de la producción, puesto que se utiliza la maquinaria en la confección de ropa deportiva que está directamente proporcionada para la comercialización de las prendas de ropa deportiva en el mercado, en el que la maquinaria y equipo tienen un valor de \$ 6.150,00 con el porcentaje de depreciación del 10% al realizar la multiplicación de los dos se obtiene un resultado de \$ 615,00 que es un valor de depreciación anual, también se considera el equipo de oficina el que se tiene un valor de \$ 125,00 con el porcentaje de depreciación de 10% y la multiplicación nos da como resultado \$ 12,50 siendo un valor de depreciación anual, lo que significa que es el desgaste de un activo al transcurrir el tiempo.

En los gastos administrativos se encuentran los edificios, vehículos, muebles y enseres como también equipo de cómputo el cual está en base al método de línea recta:

Tabla 41-5: Depreciación método línea recta

 Microempresa Jhonn Sport Depreciación				
Detalle	Valor del bien	Vida útil	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Edificio	\$ 10.000,00	20	5%	\$ 500,00
Vehículo	\$ 14.000,00	5	20%	\$ 2.800,00
Muebles y enseres	\$ 1.070,00	10	10%	\$ 107,00
Equipo de cómputo	\$ 2.150,00	3	33.33%	\$ 716,60
TOTAL				\$ 4.123,60

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023

De acuerdo al método de la línea recta se considera la depreciación del edificio con un valor del bien de \$ 10.000,00 con un porcentaje de depreciación del 5% al realizar la multiplicación se obtiene el valor de \$ 500,00 en la depreciación anual, mientras que del vehículo tiene un valor de \$ 14.000 con el porcentaje de depreciación del 20% y la multiplicación nos da un resultado de \$ 2800,00 como depreciación anual, de la misma forma los muebles y enseres con un valor de \$ 1.070,00 con un porcentaje de depreciación de 10% que la multiplicación es de \$ 107,00 y el equipo de cómputo de \$ 2.150,00 con el porcentaje de depreciación de 33,33% siendo el resultado de \$ 716,60 en la depreciación anual.

5.4.4.4 Plan de inversión inicial

En la inversión inicial de los productos como camisetas, buzos, pantalonetas, pantalones y pijamas, la inversión inicial consta de los costos de la adquisición en maquinaria, equipos entre otras que se detallan de la siguiente manera:

Tabla 42-5: Inversión inicial para el producto

 Microempresa Jhonn Sport Plan de inversión inicial			
Cant.	Detalle	Precio unitario	Total
	VEHÍCULO		\$ 14.000,00
1	Automóvil	\$ 14.000,00	
	MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 6.150,00
1	Máquina recta marca Brother	\$ 800,00	
1	Máquina overlock marca Siruba	\$ 1.250,00	
1	Máquina recubridora marca Kansai	\$ 1.500,00	
1	Máquina elasticadora marca Super Silka	\$ 2.600,00	
	MUEBLES Y ENSERES		\$ 720,00
	Área de administración		
1	Escritorio	\$ 300,00	
1	Silla giratoria	\$ 120,00	
3	Sillas de espera	\$ 150,00	
	Área de producción		
1	Mesa de corte	\$ 150,00	
	EQUIPO DE CÓMPUTO		\$ 2.150,00
1	Computadora de escritorio	\$ 1.700,00	
1	Impresora	\$ 450,00	
	MATERIA PRIMA		\$ 1.500,00
1	Mercadería	\$ 1.500,00	
TOTAL PLAN DE INVERSIÓN			\$ 24.520,00

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023

En la inversión inicial de los productos en la microempresa Jhonn Sport, se invierte \$ 24.520,00, que están distribuidos para la maquinaria, implementos que se utilizan para la confección de los productos que generen ingresos a la microempresa en la que se toma en cuenta el vehículo de \$ 14.000,00 maquinaria y equipo de \$ 6150,00, muebles y enseres de \$ 720,00, equipo de cómputo de \$ 2.150,00 y la materia prima de \$ 1.500, de tal forma que ayuda a generar ingresos para la microempresa.

5.4.4.5 Capital

Se considera a la cantidad de recursos económicos con el que se cuenta. para que funcione la microempresa, por ende, el capital de trabajo se puede utilizar para las actividades que se desempeñen dentro la misma, para ello se detalla los insumos con lo que la microempresa inicia, tomando en cuenta lo siguiente:

Tabla 43-5: Capital

 Microempresa Jhonn Sport Capital de trabajo		
Detalle	Valor	Porcentaje
RECURSOS PROPIOS	\$ 5.000,00	25%
Dinero	\$ 5.000,00	100%
RECURSOS A TERCEROS	\$ 15.000,00	75%
Proveedores	\$ 15.000,00	100%
TOTAL	\$ 20.000,00	100%

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Se concluye que la microempresa Jhonn Sport cuenta con el capital de trabajo de \$ 20.000,00 lo que es distribuido por los recursos propios de \$ 5.000,00, con el porcentaje de 25% que se obtiene de la división de los recursos propios por el total y en los recursos a terceros por \$ 15.000,00 que pertenecen a los recursos a terceros, por ello será cancelado en su totalidad en 3 años, considerando la tabla de amortización con la tasa de interés de 22% anualmente manteniendo un importe de intereses de \$5.622,84 y un porcentaje del 100% el cual se obtiene de la división de recursos a proveedores dividido para el total.

5.4.4.6 Sueldos

Tabla 44-5: Sueldos

N	Puesto	Sueldo mensual	Sueldo anual * 12	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Total
1	Propietaria	\$ 1.500,00	\$18.000,00	\$ 1.500,00	\$ 450	\$ 750,00	\$ 2.007,00	\$ 22.707,00
2	Trabajadora	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 450	\$ 225,00	\$ 602,10	\$ 7.127,10
3	Trabajadora	\$ 140,00	\$ 1.680,00	\$ 140,00	\$ 450	\$ 70,00	\$ 187,32	\$ 2.527,32
								\$ 32.361,42


Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023

En los sueldos se considera el sueldo mensual que recibe cada miembro de la microempresa, el sueldo anual es la multiplicación del sueldo mensual por 12, el décimo tercero es la división del sueldo anual para 12, en el décimo cuarto se toma el salario mensual de 450 como dispone la ley, en las vacaciones el sueldo mensual dividido para 24, se considera el aporte patronal de 11,15% el cual se obtiene de la multiplicación del sueldo mensual por 11,15% por 12 y en el total es la suma de todos los cálculos realizados anteriormente

5.4.4.7 Amortización para el pago de proveedores

Tabla 45-5: Tabla de amortización

 Microempresa Jhonn Sport Tabla de amortización para el pago de los proveedores						
Total del préstamo		\$15.000,00				
Tasa de interés anual		22,00%				
Período (en años)		3				
Fecha de inicio del préstamo		03/01/2023				
Pago mensual		\$572,86				
Número de pagos		36				
Importe total de los intereses		\$5.622,84				
Costo total del préstamo		\$20.622,84				
N. °	Pago Fecha	Inicio Saldo	Pago	Capital	Interés	Fin Saldo
1	03/02/2023	\$15.000,00	\$572,86	\$297,86	\$275,00	\$14.702,14
2	03/03/2023	\$14.702,14	\$572,86	\$303,32	\$269,54	\$14.398,83
3	03/04/2023	\$14.398,83	\$572,86	\$308,88	\$263,98	\$14.089,95
4	03/05/2023	\$14.089,95	\$572,86	\$314,54	\$258,32	\$13.775,41
5	03/06/2023	\$13.775,41	\$572,86	\$320,31	\$252,55	\$13.455,10
6	03/07/2023	\$13.455,10	\$572,86	\$326,18	\$246,68	\$13.128,92
7	03/08/2023	\$13.128,92	\$572,86	\$332,16	\$240,70	\$12.796,76
8	03/09/2023	\$12.796,76	\$572,86	\$338,25	\$234,61	\$12.458,51
9	03/10/2023	\$12.458,51	\$572,86	\$344,45	\$228,41	\$12.114,06
10	03/11/2023	\$12.114,06	\$572,86	\$350,77	\$222,09	\$11.763,29
11	03/12/2023	\$11.763,29	\$572,86	\$357,20	\$215,66	\$11.406,10
12	03/01/2024	\$11.406,10	\$572,86	\$363,75	\$209,11	\$11.042,35
13	03/02/2024	\$11.042,35	\$572,86	\$370,41	\$202,44	\$10.671,94

14	03/03/2024	\$10.671,94	\$572,86	\$377,20	\$195,65	\$10.294,73
15	03/04/2024	\$10.294,73	\$572,86	\$384,12	\$188,74	\$9.910,61
16	03/05/2024	\$9.910,61	\$572,86	\$391,16	\$181,69	\$9.519,45
17	03/06/2024	\$9.519,45	\$572,86	\$398,33	\$174,52	\$9.121,12
18	03/07/2024	\$9.121,12	\$572,86	\$405,64	\$167,22	\$8.715,48
19	03/08/2024	\$8.715,48	\$572,86	\$413,07	\$159,78	\$8.302,41
20	03/09/2024	\$8.302,41	\$572,86	\$420,65	\$152,21	\$7.881,76
21	03/10/2024	\$7.881,76	\$572,86	\$428,36	\$144,50	\$7.453,40
22	03/11/2024	\$7.453,40	\$572,86	\$436,21	\$136,65	\$7.017,19
23	03/12/2024	\$7.017,19	\$572,86	\$444,21	\$128,65	\$6.572,98
24	03/01/2025	\$6.572,98	\$572,86	\$452,35	\$120,50	\$6.120,63
25	03/02/2025	\$6.120,63	\$572,86	\$460,65	\$112,21	\$5.659,99
26	03/03/2025	\$5.659,99	\$572,86	\$469,09	\$103,77	\$5.190,90
27	03/04/2025	\$5.190,90	\$572,86	\$477,69	\$95,17	\$4.713,21
28	03/05/2025	\$4.713,21	\$572,86	\$486,45	\$86,41	\$4.226,76
29	03/06/2025	\$4.226,76	\$572,86	\$495,37	\$77,49	\$3.731,39
30	03/07/2025	\$3.731,39	\$572,86	\$504,45	\$68,41	\$3.226,94
31	03/08/2025	\$3.226,94	\$572,86	\$513,70	\$59,16	\$2.713,25
32	03/09/2025	\$2.713,25	\$572,86	\$523,11	\$49,74	\$2.190,13
33	03/10/2025	\$2.190,13	\$572,86	\$532,70	\$40,15	\$1.657,43
34	03/11/2025	\$1.657,43	\$572,86	\$542,47	\$30,39	\$1.114,96
35	03/12/2025	\$1.114,96	\$572,86	\$552,42	\$20,44	\$562,54
36	03/01/2026	\$562,54	\$572,86	\$562,54	\$10,31	\$0,00

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.


5.4.4.8 Costo de producción

En el costo de producción se relaciona con los gastos que se desempeñan en la microempresa que son los costos directos, indirectos como generales en los que intervienen en la operación y producción tal como:

- Materia prima directa (MPD)
- Mano de obra directa (MOD)
- Costos indirectos de fabricación (CIF)
- Costos de producción (CP)

Fórmula: $CP = MPD + MOD + CIF$

Tabla 46-5: Costo de producción de camisetas

 Microempresa Jhonn Sport Costo de camisetas					
Materia Prima					
Descripción	Cantidad	Unidad	Precio unitario	Subtotal	Total
Materia Prima Directa					\$ 3,86
Tela	0,446	Kg	\$ 4,80	\$ 2,11	
Hilos	1	Cono	\$ 0,50	\$ 0,50	
Rip	1	Unidad	\$ 1,25	\$ 1,25	
Materia Prima Indirecta					\$ 1,10
Etiqueta	1	Unidad	\$ 0,10	\$ 0,10	
Estampado	1	Unidad	\$ 1,00	\$ 1,00	
TOTAL					\$ 4,96
Mano de Obra Directa e Indirecta					
Maquilado	1	Unidad	\$ 0,75	\$ 0,75	
Acabado	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Cortadora	1	Unidad	\$ 0,50	\$ 0,50	
Vendedor	0,0005	Unidad	\$ 140,00	\$ 0,07	
TOTAL					\$ 1,57
Costos Indirectos de Fabricación					
Depreciación maquinaria	0,0005		\$ 410,00	\$ 0,21	
Gastos de servicios básicos	0,0005		\$ 35,00	\$ 0,01	
TOTAL					\$ 0,22
TOTAL DE COSTOS					\$ 6,75


Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Para el costo de producción de la camiseta es de \$ 6,75, tomando en cuenta la materia prima directa que es la tela, los hilos y el rip que se utiliza para el cuello de la camiseta en el que se obtiene \$ 3,86, mientras que en la materia prima indirecta se considera la etiqueta y el estampado con una cantidad de \$ 1,10 por lo que el resultado de la materia prima directa como indirecta es de \$ 4,96, sin embargo en la mano de obra directa e indirecta se considera el maquilado acabado cortado y el vendedor que se obtiene el total de \$ 1,57 y los costos indirectos de fabricación de la depreciación de la maquinaria 0,21 ctvs., y gastos de servicios básicos 0,02 ctvs. con un resultado de 0,21 ctvs.

Por lo que la microempresa genera una utilidad del 40%, es decir \$ 6,75 por 40% con un resultado de \$ 2.7 el mismo que se suma con \$ 6,75 manteniendo el costo del producto de \$ 9,45 en el mercado.

Tabla 47-5: Costos de producción de buzos

 Microempresa Jhonn Sport Costo de buzos					
Materia Prima					
Descripción	Cantidad	Unidad	Precio unitario	Subtotal	Total
Materia Prima Directa					\$ 10,11
Tela	0,731	Kg	\$ 10,00	\$ 7,31	
Hilos	1	Cono	\$ 0,50	\$ 0,50	
Cordón	1	Unidad	\$ 0,80	\$ 0,80	
Faja	1	Unidad	\$ 1,50	\$ 1,50	
Materia Prima Indirecta					\$ 2,10
Etiqueta	1	Unidad	\$ 0,10	\$ 0,10	
Estampado	1	Unidad	\$ 2,00	\$ 2,00	
TOTAL					\$ 12,21
Mano de Obra Directa e Indirecta					
Maquilado	1	Unidad	\$ 0,75	\$ 0,75	
Acabado	1	Unidad	\$ 0,50	\$ 0,50	
Cortadora	1	Unidad	\$ 1,25	\$ 1,25	
Vendedor	0,0005	Unidad	\$ 140,00	\$ 0,07	
TOTAL					\$ 2,57
Costos Indirectos de Fabricación					
Depreciación maquinaria	0,0005		\$ 410,00	\$ 0,21	
Gastos de servicios básicos	0,0005		\$ 35,00	\$ 0,01	
TOTAL					\$ 0,22
TOTAL DE COSTOS					\$ 15,00

Fuente: Microempresa Jhonn Sport


Realizado por: Ambo, M., 2023.

En el costo de producción de la confección de buzos es de \$15,00, considerando la materia prima directa como la tela, los hilos, el cordón que va en la capucha del buzo y la faja se obtiene un resultado de \$ 10,11, mientras que en la materia prima indirecta conlleva la etiqueta y el estampado con un total de \$ 2,10 teniendo un resultado de materia prima directa e indirecta de \$ 12,21, la mano de obra directa e indirecta del maquilado, acabado, cortado y el vendedor es de

\$ 2,57 y los costos indirectos de fabricación de la depreciación de la maquinaria de 0,22 ctvs., gastos de servicios básicos 0,01 con un resultado de 0,22 ctvs.

En el que se establece el 30% de utilidad en la venta de buzos a un costo de \$ 15,00 que la multiplicación de los dos nos da \$ 4,50, dado la suma de \$ 15,00 más \$ 4,50 es igual a \$ 19,50 que se puede ofertar un buzo.

Tabla 48-5: Costo de producción de pantalonetas

 Microempresa Jhonn Sport Costo de pantalonetas					
Materia Prima					
Descripción	Cantidad	Unidad	Precio unitario	Subtotal	Total
Materia Prima Directa					\$ 3,06
Tela	0,36	Kg	\$ 3,50	\$ 1,26	
Hilos	1	Cono	\$ 0,50	\$ 0,50	
Elástico	1	Unidad	\$ 0,80	\$ 0,80	
Cordón	1	Unidad	\$ 0,50	\$ 0,50	
Materia Prima Indirecta					\$ 0,35
Etiqueta	1	Unidad	\$ 0,10	\$ 0,10	
Estampado	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
TOTAL					\$ 3,41
Mano de Obra Directa e Indirecta					
Maquilado	1	Unidad	\$ 0,75	\$ 0,75	
Acabado	1	Unidad	\$ 0,50	\$ 0,50	
Cortadora	1	Unidad	\$ 0,50	\$ 0,50	
Vendedor	0,0005	Unidad	\$ 140,00	\$ 0,07	
TOTAL					\$ 1,82
Costos Indirectos de Fabricación					
Depreciación maquinaria	0,0005		\$ 410,00	\$ 0,21	
Gastos de servicios básicos	0,0005		\$ 35,00	\$ 0,01	
TOTAL					\$ 0,22
TOTAL DE COSTOS					\$ 5,45


Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Dado el costo de producción de las pantalonetas de \$ 5,45, en el que se considera la materia prima directa como la tela, elásticos, y cordón con un resultado de \$ 3,06 y materia prima indirecta con un costo de 0,35 ctvs., mientras que la mano de obra directa e indirecta de maquilado, acabado, cortado y el vendedor de un costo de \$ 1,82 y costos indirectos de fabricación de 0,22, de tal

forma que la utilidad que la microempresa que genera con las pantalonetas es de 43% por lo que la multiplicación de \$ 5,45 por 43% nos da como resultado \$ 2,34 y en la suma de \$ 5,45 más 2,35 se tiene el costo de la pantaloneta de \$ 7,80 de venta para los consumidores.

Tabla 49-5: Costo de producción de pantalones


 Microempresa Jhonn Sport Costo de pantalones					
Materia Prima					
Descripción	Cantidad	Unidad	Precio unitario	Subtotal	Total
Materia Prima Directa					\$ 6,86
Tela	0,8	Kg	\$ 5,70	\$ 4,56	
Hilos	1	Cono	\$ 1,00	\$ 1,00	
Elástico	1	Unidad	\$ 0,80	\$ 0,80	
Cordón	1	Unidad	\$ 0,50	\$ 0,50	
Materia Prima Indirecta					\$ 0,35
Etiqueta	1	Unidad	\$ 0,10	\$ 0,10	
Estampado	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
TOTAL					\$ 7,21
Mano de Obra Directa e Indirecta					
Maquilado	1	Unidad	\$ 1,00	\$ 1,00	
Acabado	1	Unidad	\$ 0,75	\$ 0,75	
Cortadora	1	Unidad	\$ 0,75	\$ 0,75	
Vendedor	0,0005	Unidad	\$ 140,00	\$ 0,07	
TOTAL					\$ 2,57
Costos Indirectos de Fabricación					
Depreciación maquinaria	0,0005		\$ 410,00	\$ 0,21	
Gastos de servicios básicos	0,0005		\$ 35,00	\$ 0,01	
TOTAL					\$ 0,22
TOTAL DE COSTOS					\$ 10,00

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Según el costo de producción de la confección de pantalones es de \$ 10,00, en el que se toma en cuenta en la materia prima directa como hilos, elástico y cordón con un total de \$6,86, mientras que la materia prima indirecta de 0,35 ctvs., tanto así que el resultado de la materia prima directa e indirecta es de \$ 7,21 , la mano de obra directa e indirecta de \$ 2,57 y los costos indirectos de \$ 0,22, por lo que genera la microempresa la utilidad de 50% dando así que el \$10,00 por el 50% es \$ 5,00 por ello el costo de los pantalones de \$ 15,00 para la comercialización en el mercado.

Tabla 50-5: Costo de producción de pijamas

 Microempresa Jhonn Sport Costo de pijamas					
Materia Prima					
Descripción	Cantidad	Unidad	Precio unitario	Subtotal	Total
Materia Prima Directa					\$ 10,46
Tela	0,994	Kg	\$ 7,50	\$ 7,46	
Hilos	1	Cono	\$ 1,25	\$ 1,25	
Rip	1	Unidad	\$ 1,25	\$ 1,25	
Elástico	1	Unidad	\$ 0,50	\$ 0,50	
Materia Prima Indirecta					\$ 0,35
Etiqueta	1	Unidad	\$ 0,10	\$ 0,10	
Estampado	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
TOTAL					\$ 10,81
Mano de Obra Directa e Indirecta					
Maquilado	1	Unidad	\$ 1,50	\$ 1,50	
Acabado	1	Unidad	\$ 1,00	\$ 1,00	
Cortadora	1	Unidad	\$ 1,50	\$ 1,50	
Vendedor	0,0005	Unidad	\$ 140,00	\$ 0,07	
TOTAL					\$ 4,07
Costos Indirectos de Fabricación					
Depreciación maquinaria	0,0005		\$ 410,00	\$ 0,21	
Gastos de servicios básicos	0,0005		\$ 35,00	\$ 0,01	
TOTAL					\$ 0,22
TOTAL DE COSTOS					\$ 15,10

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

En la confección de las pijamas se considera el costo de \$ 15,10, teniendo en cuenta la materia prima directa como la tela, hilos rip en los cuellos y elástico en los pantalones de las pijamas con un total de \$ 10,46, en la materia indirecta como la etiqueta y estampado de 0,35 ctvs., por lo que la materia prima directa e indirecta de \$ 10,81, la mano de obra directa e indirecta como el maquilado, acabado, cortado y el vendedor con un total de \$ 4,07 y los costos indirectos de fabricación de 0,21 ctvs., manteniendo una utilidad de 45% dado que la multiplicación de \$ 15,10 por 45% es \$ 6,80 y la suma de \$ 15,10 más \$ 6,80 es el costo de \$ 21,90 de las pijamas para la venta.

5.4.4.9 Gastos generales

En los gastos administrativos se considera el sueldo de la propietaria como trabajadores.


Se toma en cuenta también los suministros de limpieza, depreciación, sueldos, publicidad e intereses del préstamo.

En la depreciación el valor anualmente se considera, tomando en cuenta que si se desea obtener el valor mensual se realiza la división de la depreciación anual para los 12 meses del año.

Mientras que en la publicidad es de 50 unidades de llaveros a 0,25 ctvs., el resultado es \$ 12,50 y multiplicado por 12 meses se obtiene \$ 150,00, en las gorras son 18 unidades por \$ 1,25, es \$ 22,50 multiplicado por 12 meses se obtiene \$ 270,00.

En los gastos financieros se considera el pago a proveedores en una institución financiera que el monto es de \$ 15.000,00 contando con el interés del 22% en un lapso de tiempo de 3 años, que sería 36 meses, teniendo la deuda de \$ 5.622,84 hasta culminar con los pagos correspondientes a cada mes.

Tabla 51-5: Gastos generales

 Microempresa Jhonn Sport Gastos generales					
Descripción	Cantidad	Unidad	Precio unitario	Total	Valor anual
Gastos administrativos					
Sueldos					
Propietaria	1	Mes	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 22.707,00
Maquiladora	1	Mes	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 7.127,10
Trabajadora	1	Mes	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 2.527,32
TOTAL					\$ 32.361,42
Suministros de limpieza					
Escoba	1	Unidad	\$ 2,25	\$ 2,25	\$ 27,00
Recogedor de basura	1	Unidad	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 12,00
Desinfectante	1	Unidad	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 15,00
Papel higiénico	1	Unidad	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 12,00
Otros gastos	1	Unidad	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
TOTAL					\$ 246,00
Depreciaciones					
Vehículo	1	Años	\$ 14.000,00	\$ 233,33	\$ 2.800,00
Muebles y enseres	1	Años	\$ 1.070,00	\$ 8,92	\$ 107,00
Equipos de cómputo	1	Años	\$ 2.150,00	\$ 59,72	\$ 716,60
TOTAL					\$ 3.623,60
Gastos de venta					
Publicidad					
Llaveros	100	Unidad	\$ 0,25	\$ 25,00	\$ 300,00

Gorras	24	Unidad	\$ 1,25	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL					\$ 660,00
Gastos financieros					
Intereses					
Proveedores	1	Dólares	\$ 5.622,84	\$ 275,00	\$ 5.622,84
TOTAL					\$ 5.622,84
TOTAL DE GASTOS					\$ 42.513,86

Fuente: Microempresa Jhonn Sport


Realizado por: Ambo, M., 2023.

Se puede concluir que en los gastos administrativos se tiene los sueldos con un total de \$32.361,42 en el que se considera el sueldo mensual, anual décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones y aporte patronal, mientras que en los suministros de limpieza se considera implementos que son utilizados para el aseo con un total de \$ 246,00, en la depreciación se considera el vehículo, muebles y enseres, equipos de cómputo que son indispensables para la confección y comercialización de la ropa deportiva con un total de \$ 3.623,63, también en los gastos de venta que se considera lo que se va a entregar como la publicidad gorras y llaveros con un total de \$ 660,00 y en los gastos financieros a los proveedores un total de \$ 5.622,84 con ello se concluye el total de los gastos de \$ 42.513,86.

5.4.4.10 Precio de venta

De acuerdo al precio de venta para los consumidores se considera el costo de predicción al igual que el margen de utilidad el cual puede ser manejado para cubrir los gastos financieros.

Tabla 52-5: Precio de venta

 Microempresa Jhonn Sport Precio de venta					
Descripción	Costo Unitario		Margen de utilidad		Precio venta al público P.V.P
	Tallas	Precio	% al mayor	\$	
Camisetas	Todas	\$ 6,75	40%	\$ 2,70	\$ 9,45
Buzos	Todas	\$ 15,00	30%	\$ 4,50	\$ 19,50
Pantalinetas	Todas	\$ 5,45	43%	\$ 2,35	\$ 7,80
Pantalones	Todas	\$ 10,00	50%	\$ 5,00	\$ 15,00
Pijamas	Todas	\$ 15,10	45%	\$ 6,80	\$ 21,90

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023

De acuerdo a los costos de producción que se desarrolló con anterioridad se considera el costo total en el que se va a asumir para poder confeccionar la prenda de vestir deportiva como la materia prima directa e indirecta, la mano de obra directa e indirecta y los costos de fabricación

de cada producto, por ello se establece el costo unitario con el porcentaje del margen de utilidad para así obtener el precio de la venta al público.

5.4.4.11 Proyección de Costo

La producción de las unidades son las siguientes:

Tabla 53-5: Proyección de costos por unidades

 Microempresa Jhonn Sport Proyección de costos por unidades						
Descripción	Costo Unitario		Cantidad	Cantidad semanal	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
	Tallas	Precio				
Camisetas	Todas	\$ 6,75	30	30	120,00	1440,00
Buzos	Todas	\$ 15,00	20	20	80,00	960,00
Pantalonetas	Todas	\$ 5,45	10	10	40,00	480,00
Pantalones	Todas	\$ 10,00	25	25	100,00	1200,00
Pijamas	Todas	\$ 15,10	10	10	40,00	480,00
TOTAL			95	95	380,00	4560,00

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

En la proyección de las unidades de producción tiene un fin, el de saber la cantidad de productos con los que posteriormente se puede consignar el costo de producción o costo de venta, en este caso por la cantidad de productos que se confecciona, dado así se realiza la multiplicación de la cantidad semanal por cuatro ya que son cuatro semanas, con ello se obtiene la cantidad mensual y finalmente para la cantidad anual se multiplica la cantidad mensual para doce, porque son doce meses que tiene el año, así se obtiene el resultado de acuerdo al costo por unidades.

Tabla 54-5: Proyección de costos

 Microempresa Jhonn Sport Proyección de costos						
Descripción	Costo Unitario		Cantidad	Costo semanal	Costo Mensual	Costo Anual
	Tallas	Precio				
Camisetas	Todas	\$ 6,75	30	\$ 202,50	\$ 810,00	\$ 9.720,00
Buzos	Todas	\$ 15,00	20	\$ 300,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
Pantalonetas	Todas	\$ 5,45	10	\$ 54,50	\$ 218,00	\$ 2.616,00
Pantalones	Todas	\$ 10,00	25	\$ 250,00	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Pijamas	Todas	\$ 15,10	10	\$ 151,00	\$ 604,00	\$ 7.248,00
TOTAL			95	\$ 958,00	\$ 3.832,00	\$ 45.984,00

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

En la proyección de los costos se considera los productos con los precios y la cantidad a confeccionar por ello en el costo se multiplica el precio con la cantidad para obtener el costo semanal, mientras que para el costo mensual es la multiplicación del costo semanal por cuatro, y en el costo anual por doce dado que se multiplica el costo mensual por doce manteniendo una totalidad de cada inciso.

5.4.4.12 Proyección de ventas por unidades

Tabla 55-5: Proyección de ventas por unidades

 Microempresa Jhonn Sport Proyección de ventas por unidades						
Descripción	Costo Unitario		Cantidad	Cantidad semanal	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
	Tallas	Precio				
Camisetas	Todas	\$ 9,45	30	30	120,00	1440,00
Buzos	Todas	\$ 19,50	20	20	80,00	960,00
Pantalonetas	Todas	\$ 7,80	10	10	40,00	480,00
Pantalones	Todas	\$ 15,00	25	25	100,00	1200,00
Pijamas	Todas	\$ 21,90	10	10	40,00	480,00
TOTAL			95	95	380,00	4560,00

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

En la proyección de las ventas por unidades permite predecir la cantidad total de las unidades con las que se puede vender los productos de igual forma tomando en cuenta la cantidad ya sea semanal con un total de 380, mensual con un total de 380 y anual de 4560.

La venta de las unidades que se van a producir se constituye de la siguiente forma manteniendo el margen de utilidad de cada producto que se ofrece a los consumidores:

Tabla 56-5: Proyección de ventas

 Microempresa Jhonn Sport Proyección de ventas						
Descripción	Costo Unitario		Cantidad	Costo semanal	Costo Mensual	Costo Anual
	Tallas	Precio				
Camisetas	Todas	\$ 9,45	30	\$ 283,50	\$ 1.134,00	\$ 13.608,00
Buzos	Todas	\$ 19,50	20	\$ 390,00	\$ 1.560,00	\$ 18.720,00
Pantalonetas	Todas	\$ 7,80	10	\$ 78,00	\$ 312,00	\$ 3.744,00
Pantalones	Todas	\$ 15,00	25	\$ 375,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
Pijamas	Todas	\$ 21,90	10	\$ 219,00	\$ 876,00	\$ 10.512,00
TOTAL			95	\$ 1.345,50	\$ 5.382,00	\$ 64.584,00

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Se puede determinar que la microempresa Jhonn Sport va a vender 4560 unidades al año, de los productos como camisetas, buzos, pantalonetas, pantalones y pijamas, que se consideraron con el margen de utilidad para ello se considera la multiplicación de la cantidad por cada uno de los precios, un costo semanal de \$1.345,50, que es la multiplicación de un costo semanal con un incremento de \$ 4036,50, obteniendo el costo mensual de \$ 5.382,00 en el que se aumenta un valor de \$ 59202,00 con el resultado del costo anual de \$ 64.584,00, de los cuales se debe restar el costo de venta para conocer la utilidad bruta que se va a producir y comercializar la confección de ropa deportiva en la microempresa.

5.4.4.13 Estado de pérdidas y ganancias

En el Estado de Resultados permite conocer que la microempresa cuenta para la producción y la venta, es decir, que es un reporte en el que se va analizar las pérdidas como las ganancias durante un periodo:

Tabla 57-5: Estado de pérdidas y ganancias

 Microempresa Jhonn Sport Estado de pérdidas y ganancias		
(+)	Ventas	\$ 64.584,00
(-)	Costo de Ventas	\$ 4.560
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 60.024,00
(-)	Gasto de venta	\$ 660,00
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 59.364,00
(-)	Gastos administrativos	\$ 36.231,02
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 23.132,98
(-)	Gastos financieros	\$ 5.622,84
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	\$ 17.510,14
(-)	15% Participación a trabajadores	\$ 2.626,52
(=)	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	\$ 14.883,62
(-)	25% Impuesto a la Renta	\$ 3.720,90
	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 11.162,71

Fuente: Microempresa Jhonn Sport


Realizado por: Ambo, M., 2023

Los resultados que se obtienen se consideran con las cantidades producidas y la venta de las mismas, en las ventas se considera los ingresos que se han generado con la cantidad de \$ 64.584,00, en el costo de ventas son los gastos del producto que se vende siendo \$ 4560, con una utilidad bruta en ventas de \$ 60.024,00, también se considera los gastos de venta, administrativos y financieros manteniendo la utilidad antes participación a trabajadores con \$ 17.510,14 y una utilidad antes del impuesto a la renta de \$14.883,62 así se obtiene una utilidad líquida de \$ 11.162,71 que posee la microempresa Jhonn Sport.

5.4.4.14 Proyección de unidades vendidas y producidas

Entre la proyección de las unidades vendidas como también producidas se realiza con una tasa de incremento de 3,78% proporcionado por el propietario de la microempresa en lo que se proyecta la producción y venta.

Tabla 58-5: Proyección de ventas por unidades

 Microempresa Jhonn Sport Proyección de ventas por unidades						
Descripción	Costo Unitario		Cantidad Anual	Año 1	Año 2	Año 3
	Tallas	Precio				
Camisetas	Todas	\$ 6,75	1440	1440	1494	1551
Buzos	Todas	\$ 15,00	960	960	996	1034
Pantalinetas	Todas	\$ 5,45	480	480	498	517
Pantalones	Todas	\$ 10,00	1200	1200	1245	1292
Pijamas	Todas	\$ 15,10	480	480	498	517
TOTAL			4560	4560	4732	4911

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023

Se considera la proyección de las ventas por unidades en la que constan de los productos con el precio de acuerdo a la cantidad anual que se calculó anteriormente, cabe recalcar que en este caso la cantidad de 1440 se multiplica por 3,78% con un resultado de 54; por ello se suma 1440 más 54,43 con el resultado de 1494 que es el año dos y para el año tres se considera la cantidad del año dos multiplicado por 3,78% con un valor de 56,47 dada la suma de 1551 así se desarrolla la proyección respectiva para los tres años determinados.

Se detalla la proyección de costos por unidades para los 3 años, de la siguiente forma:

Tabla 59-5: Proyección de costos por unidades

 Microempresa Jhonn Sport Proyección de costos por unidades						
Descripción	Costo Unitario		Cantidad Anual	Año 1	Año 2	Año 3
	Tallas	Precio				
Camisetas	Todas	\$ 6,75	1440	1440	1494	1551
Buzos	Todas	\$ 15,00	960	960	996	1034
Pantalonet	Todas	\$ 5,45	480	480	498	517
Pantalones	Todas	\$ 10,00	1200	1200	1245	1292
Pijamas	Todas	\$ 15,10	480	480	498	517
TOTAL			4560	4560	4732	4911

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023

Conforme a la cantidad de productos producidos y vendidos se considera la cantidad anual de 4560 unidades las mismas que son tomadas para el año uno se obtiene 4560 unidades, en el año dos se obtiene 4732 unidades y finalmente en el año tres se obtiene 4911 unidades lo cual nos permite identificar el costo por unidades que se obtiene en cada año, pero sobre todo saber el posicionamiento en el mercado.

5.4.4.15 Proyección de costos de producción y venta

En la proyección de los costos de producción y venta son los productos que la microempresa produce con el objetivo de tener una utilidad total de cada año.

Tabla 60-5: Proyección de costos de producción


 Microempresa Jhonn Sport Proyección de costos						
Descripción	Costo Unitario		Cantidad Anual	Año 1	Año 2	Año 3
	Tallas	Precio				
Camisetas	Todas	\$ 6,75	\$ 9.720,00	\$ 9.720,00	\$ 10.087,42	\$ 10.468,72
Buzos	Todas	\$15,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.944,32	\$ 15.509,22
Pantalonet	Todas	\$ 5,45	\$ 2.616,00	\$ 2.616,00	\$ 2.714,88	\$ 2.817,51
s						
Pantalones	Todas	\$10,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.453,60	\$ 12.924,35
Pijamas	Todas	\$15,10	\$ 7.248,00	\$ 7.248,00	\$ 7.521,97	\$ 7.806,31
TOTAL			\$45.984,00	\$ 45.984,00	\$ 47.722,20	\$ 49.526,09

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023

En la proyección de los costos de producción se considera los productos de camisetas, buzos, pantalonetas, pantalones y pijamas con cada precio en el que se mantiene la cantidad anual, con el mismo en el año uno de \$ 45.984,00, en este caso la cantidad de \$ 9.720,00 se multiplica por 3,78% con un resultado de \$ 367,42 por consiguiente se suma \$ 9.720,00 más \$ 367,42 con un resultado de \$ 10.087,42 en el año dos, para ello en el año tres se realiza la multiplicación de \$ 10.087,42 por 3,78% que nos da \$ 381,30 con un resultado de la suma de \$ 10.087,42 y \$ 381,30 que se obtiene el resultado de \$ 10.468,72 para el año tres. Por ello en el año uno con el total de \$ 45.984,00, en el año dos con el total de \$ 47.722,20 y en el año tres con el total de \$ 49.526,09.

Tabla 61-5: Proyección de ventas por producción

 Microempresa Jhonn Sport Proyección de ventas						
Descripción	Costo Unitario		Cantidad Anual	Año 1	Año 2	Año 3
	Tallas	Precio				
Camisetas	Todas	\$ 9,45	\$13.608,00	\$13.608,00	\$ 14.122,38	\$ 14.656,21
Buzos	Todas	\$19,50	\$18.720,00	\$18.720,00	\$ 19.427,62	\$ 20.161,98
Pantalonetas	Todas	\$ 7,80	\$ 3.744,00	\$ 3.744,00	\$ 3.885,52	\$ 4.032,40
Pantalones	Todas	\$15,00	\$18.000,00	\$18.000,00	\$ 18.680,40	\$ 19.386,52
Pijamas	Todas	\$21,90	\$10.512,00	\$10.512,00	\$ 10.909,35	\$ 11.321,73
TOTAL			\$64.584,00	\$64.584,00	\$ 67.025,28	\$ 69.558,83


Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Permite pronosticar las ventas por las unidades vendidas, se toma en cuenta el precio que se obtuvo de acuerdo al margen de utilidad de cada producto en el que se mantiene la cantidad anual la misma que se toma en cuenta para el año uno, dado que el resultado es de \$ 64.584,00, en el año dos con un total de \$ 67.025,28 y finalmente en el año tres con un valor de \$ 69.558,83 lo que permite conocer el margen de utilidad así determina las ganancias que mantiene la microempresa Jhonn Sport de acuerdo al precio de venta del producto para el público.

5.4.4.16 Proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 62-5: Estado de pérdidas y ganancias proyectado

 Microempresa Jhonn Sport Estado de pérdidas y ganancias proyectado		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
		(+)	Ventas	\$ 64.584,00
(-)	Costo de Ventas	\$ 4.560	\$ 4.732	\$ 4.911
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 60.024,00	\$ 62.293,28	\$ 64.647,83
(-)	Gasto de venta	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 59.364,00	\$ 61.633,28	\$ 63.987,83
(-)	Gastos administrativos	\$ 36.231,02	\$ 36.231,02	\$ 36.231,02
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 23.132,98	\$ 25.402,26	\$ 27.756,81
(-)	Gastos financieros	\$ 5.622,84	\$ 5.622,84	\$ 5.622,84
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	\$ 17.510,14	\$ 19.779,42	\$ 22.133,97
(-)	15% Participación a trabajadores	\$ 2626,521	\$ 2966,913	\$ 3320,0955
(=)	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	\$ 14.883,62	\$ 16.812,51	\$ 18.813,87
(-)	25% Impuesto a la Renta	\$ 3720,90475	\$ 4203,12675	\$4703,46863
	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 11.162,71	\$ 12.609,38	\$ 14.110,41

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

En el Estado de pérdidas y ganancias proyectadas permite conocer la situación financiera de la microempresa con pronósticos a futuros de tres años, de acuerdo a los ingresos como los gastos, lo que permite que se pueda tomar decisiones de acuerdo a un objetivo en común que desea lograr la microempresa para generar ingresos, mostrando la rentabilidad en un periodo de tiempo, en el que se aplicó las unidades producidas como las ventas del producto anualmente que ofrece la microempresa Jhonn Sport con el fin de crecer y posicionarse en el mercado siendo así en el año uno el total de 11.162,71, en el año dos con un total de 12.609,38 y en el año tres de 14.110,41 .

5.4.4.17 Flujo de caja

El Flujo de caja permite medir la rentabilidad de la microempresa Jhonn Sport, es decir su inversión, haciendo uso del modelo de Nassir Sapag, con los datos de precios, cantidades que se proyecta producir y vender al año que permita el desarrollo del cálculo de la rentabilidad, únicamente con recursos propios:

Tabla 63-5: Flujo de caja

 Microempresa Jhonn Sport Flujo de caja					
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
(+)	Ingresos Afectos a Impuestos		64.584,00	67.025,28	69.558,83
	Ventas		64.584,00	67.025,28	69.558,83
(-)	Gastos no desembolsables		46.413,86	50.209,46	50.388,46
	Costos de producción		4.560,00	4.732,00	4.911,00
	Gastos administrativos		32.607,42	36.231,02	36.231,02
	Interés del préstamo		5.622,84	5.622,84	5.622,84
	Depreciación		3.623,60	3.623,60	3.623,60
(=)	Utilidad antes de impuestos		18.170,14	16.815,82	19.170,37
(-)	Impuestos		6.586,68	6.095,74	6.949,26
(=)	15% Participación a trabajadores		2.725,52	2.522,37	2.875,56
(-)	25% Impuesto a la Renta		3861,155	3573,36	4073,70
(=)	Utilidad después de impuestos		11.583,46	10.720,08	12.221,11
(+)	Ajuste por gastos no desembolsables		3.623,60	3.623,60	1.759,63
	Depreciación		3.623,60	3.623,60	3.623,60
(-)	Egresos no afectos a impuestos		0,00	0,00	0,00
	Inversión inicial	(-) \$ 24.520,00			
(+)	Beneficios no afectos a impuestos		0,00	0,00	0,00
(=)	FLUJO DE CAJA	(-) \$ 24.520,00	15.207,06	14.343,68	13.980,74

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023

En el flujo de caja, se toma en cuenta las salidas como entradas de los recursos económicos, es decir la estabilidad financiera, con ello facilitan información de la capacidad de la microempresa Jhonn Sport que permite conocer la liquidez como rentabilidad, con ello se mantiene el control

en el año uno la cantidad es de \$15.676,04, en el año dos la cantidad es de \$ 16.384,40 y en el año tres la cantidad es de \$17.118,63 lo cual es muy objetivo y favorable para realizar la inversión, para poder pagar deudas o también para adquirir materia prima en la que se puede tomar decisiones de acuerdo a los resultados obtenidos.

5.4.4.18 Valor Actual Neto

Se desarrolla las técnicas de evaluación que permite determinar la rentabilidad de la inversión, aplicando la siguiente fórmula:

$$VAN = -I + \frac{fn}{(1+i)^n}$$

$$VAN = -24.520,00 + \frac{15.207,06}{(1+0,19)^1} + \frac{14.343,68}{(1+0,19)^2} + \frac{13.980,74}{(1+0,19)^3}$$

$$VAN = \$ 6.684,44$$

El cálculo del Valor Actual Neto VAN es un indicador de situación financiera que permite determinar si el proyecto es viable al igual que medir los ingresos como egresos de cada año que se obtiene en el flujo de caja, se toma en cuenta la tasa de interés y con ello se debe descontar la inversión inicial para obtener una ganancia que resulta el \$ 6.684,44 que se va a desempeñar dentro de los tres años de producción, por ende se puede conocer la cantidad que va a vender la microempresa a fin de recuperar la cantidad que va invertir, de tal forma en los resultados se evidencia que es favorable y genera beneficios para la microempresa Jhonn Sport.

5.4.4.19 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno TIR permite saber la cantidad de beneficio o pérdida conforme a la inversión que se realiza.

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{fn}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla 64-5: TIR

AÑOS		INVERSIÓN
		-24.520,00
AÑO 1	15.207,06	
AÑO 2	14.343,68	
AÑO 3	13.980,74	
TIR=	36%	

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

La Tasa Interna de Retorno TIR permite medir como analizar la rentabilidad de la inversión realizada, que es está enfocado en la caja de flujo de efectivo que tiene el proyecto en este caso el porcentaje de la microempresa Jhonn Sport de acuerdo a los tres años que se considera y la inversión de \$ -24.520,00 por lo que resulta el 36% de TIR, por ello significa la utilidad y viabilidad de la microempresa, considerando la capacidad de generar rentabilidad como recuperar la inversión y así se pueda realizar una comparación en la factibilidad del proyecto en un determinado tiempo.

5.4.4.20 Razón beneficio / Costo

En la relación Beneficio costo nos permite determinar la viabilidad de la microempresa en la que se puede identificar si es conveniente o no.

Tabla 65-5: Beneficio/Costo

Razón Beneficio / Costo	
AÑO	Flujo operativo
Inversión inicial	\$ -24.520,00
Año 1	\$ 15.207,06
Año 2	\$ 14.343,68
Año 3	\$ 13.980,74

Realizado por: Ambo, M., 2023.

$$BENEFICIO / COSTO = \frac{V.A.N}{Inversión}$$

$$BENEFICIO / COSTO = \frac{43.531,48}{24.520,00}$$

$$BENEFICIO / COSTO = \$ 1,77$$

En el entorno de la microempresa, la cantidad de la inversión de acuerdo al Beneficio / Costo que es una indicador de financiamiento que permite la comparación del costo estimado de un producto a llevarse a cabo, mediante el cálculo que resulta de la división de V.A.N. tomando en cuenta la suma del total de la cantidad proporcionado de la caja de flujo de cada año respectivamente, dividido para la inversión inicial de \$ 24.520,00, obteniendo un valor de \$ 1,77 que se considera el rendimiento como recuperación que por cada dólar invertido, se gana 0,77 ctvs., por lo que es beneficioso y factible para la toma de decisiones en la microempresa Jhonn Sport.

5.5 Fase 3: Plan de Marketing




La línea de ropa deportiva de la microempresa Jhonn Sport, permite confeccionar y diseñar ropa de acuerdo a lo que el consumidor necesita, ofertando productos de calidad al igual confort con el fin de posicionarse en el mercado nacional.

5.5.1 Producto

La microempresa Jhonn Sport ofrece ropa deportiva para hombres y mujeres con diseños personalizados, a la medida y con materia prima de calidad con el siguiente precio de venta al público. En el costo unitario de producción es fundamental saber el valor monetario de producir un bien o servicio en este caso la prenda de ropa deportiva, lo que repercutirá en el precio del producto final, puesto que el consumidor tendrá la decisión para poder adquirirlo.

Tabla 66-5: Producto

 Microempresa Jhonn Sport Productos	
Camisetas	
Buzos	

<p>Pantalonetas</p>	
<p>Pantalones</p>	
<p>Pijamas</p>	

Fuente: Microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Objetivos

- Ofrecer un producto de calidad y confort.
- Satisfacer las expectativas de los consumidores.
- Alcanzar el reconocimiento del producto en el mercado nacional.

Características

Los productos que se ofrecen son principalmente de la tela poliéster con 65% y de algodón el 35% que se utiliza para la confección de la ropa deportiva, el producto que se ha vendido con mayor frecuencia es los uniformes escolares y deportivos, mientras que el producto que se ha vendido poco son las pantalonetas.

Estrategias

La microempresa Jhonn Sport tiene un objetivo principal el de satisfacer las necesidades de los consumidores, aumentar la cartera de consumidores, mediante la innovación en la maquinaria con el que se pueda reducir el tiempo de producción, un producto diferente al de la competencia, la mano de obra tenga la capacidad de maquilar con precisión en los acabados para que el consumidor se sienta cómodo y a gusto con la prenda que adquirió.

Calidad

La microempresa Jhonn Sport, confecciona con materia prima de calidad, pero también de origen nacional, con especificaciones al ser lavado el producto, se basa en las tendencias de la moda.

5.5.2 Precio

En el precio se basa en la disponibilidad de las personas para pagar el producto, que debe estar acorde para los consumidores que lo puedan comprar tomando en cuenta el costo de la materia prima como la mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

Objetivos

- Determinar un precio justo para los consumidores.
- Ofertar un producto nuevo, que sea competitivo con un precio razonable.
- Disminuir los costos de producción, con precios accesibles para brindar a los consumidores.

Estrategias

De acuerdo a la microempresa Jhonn Sport que tiene su factor principal que es el precio por lo cual debe ser accesible para que el producto sea adquirido, siendo su base la competencia que existe en el mercado por lo que debe tener servicios que sean herramientas para ingresar al posicionamiento que sea captado por el precio y la confección de ropa deportiva de calidad.

Tabla 67-5: Precios establecidos por la competencia

 Microempresa Jhonn Sport Competencia				
Competencia	Camisetas	Buzos	Pantalonetas	Pantalones
Comercial Sacha	\$ 25,00	\$ 20,00	\$ 12,00	\$ 15,00
Casa del Deportista	\$ 15,00	\$ 18,00	\$ 7,50	\$ 12,00
Confecciones Lillis	\$ 13,00	\$ 10,00	\$ 6,00	\$ 7,00
Confecciones Jhonatex	\$ 14,00	\$ 12,00	\$ 5,00	\$ 8,00

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Se puede considerar que diferentes establecimientos de la competencia consideran sus precios debido a cada prenda de vestir por la materia prima con la que se maquila.

En la fijación del costo de producción se toma en cuenta la materia prima directa e indirecta, la mano de obra directa e indirecta y los costos de fabricación para obtener se genera la utilidad correspondiente y se obtiene el precio de venta al público.

Tabla 68-5: Precio de venta al público

 Microempresa Jhonn Sport Precio de venta al público		
Productos	Costo de producción	Precio de venta al público
Camisetas	\$ 6,75	\$ 9,45
Buzos	\$ 15,00	\$ 19,50
Pantalonetas	\$ 5,45	\$ 7,80
Pantalones	\$ 10,00	\$ 15,00
Pijamas	\$ 15,10	\$ 21,90

Realizado por: Ambo, M., 2023.

5.5.3 Plaza

En el producto final se requiere de la plaza, ya que es lugar donde se va a ofertar el producto mediante canales de distribución que se emplearán para transportar el producto hacia el consumidor.

Objetivos

- Ofertar productos de calidad para el consumidor.
- Cumplir con las entregas de pedidos de forma inmediata y responsable con el tiempo estimado.
- Aumentar las ventas con el mejoramiento de los canales de distribución.

Estrategias

La microempresa Jhonn Sport, mantiene consumidores que mantendrán la facilidad de adquirir prendas de ropa deportiva, con responsabilidad en la entrega de los pedidos.

En el transporte se plantea que la producción como la comercialización de la prenda de vestir, debe convenir transportar el producto dentro de la ciudad de Riobamba, que el costo de distribución sería de \$ 2,00 al contar con el vehículo propio de la microempresa.

Al mantener una ventaja competitiva el consumidor puede relacionarse con el fabricante del producto, generando una confianza para los diseños personalizados, las tallas como colores de la tela lo que permite fidelizar y aumentar las ventas.

El canal de distribución que emplea Jhonn Sport, es de microempresa a consumidor, por ende se considera la relación que existe, sin tomar en cuenta a los intermediarios que alteran el precio de la prenda de vestir.

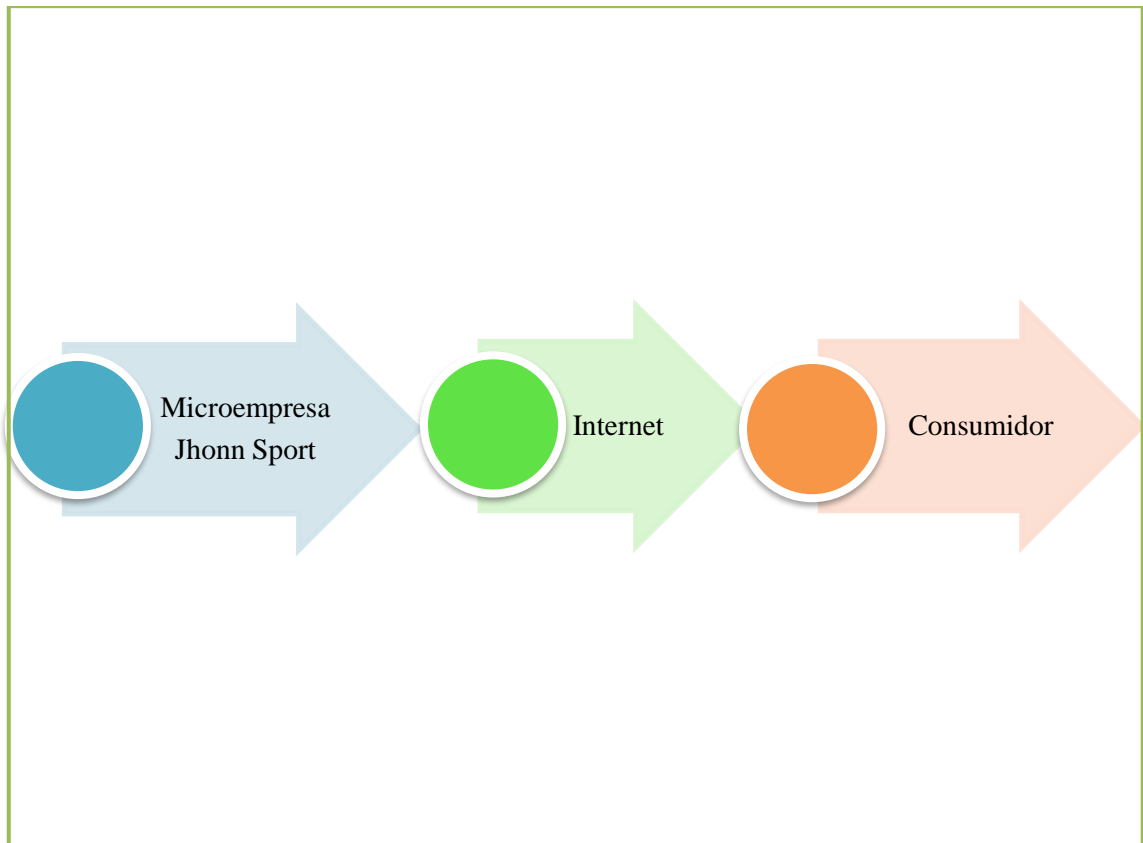


Ilustración 12-5: Canal de distribución

Realizado por: Ambo, M., 2023.

5.5.4 Promoción

En la actualidad por la crisis sanitaria Covid-19, la manera de ofertar un producto en el mercado son las redes sociales que son utilizadas con mayor frecuencia por la población.

Objetivos

- Promocionar los productos de la microempresa Jhonn Sport.
- Ofertar descuento de los productos de la línea de ropa deportiva.
- Fidelizar los consumidores con preferencia en la promoción de compra.

Estrategias

Es importante realizar un plan de publicidad con la finalidad de incrementar las ventas, el posicionamiento en el mercado, productos de calidad con el diseño, confección como acabados de la prenda de vestir, pero también con promociones y descuentos.

Página de Facebook: La creación de la cuenta de Facebook, sirve para dar a conocer e informar sobre las prendas de vestir que se ofrece en la microempresa Jhonn Sport.

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100090336916850>



Figura 9-5: Página de Facebook

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Página de Instagram: Permite ofertar los productos que dispone la microempresa Jhonn Sport en la línea deportiva.

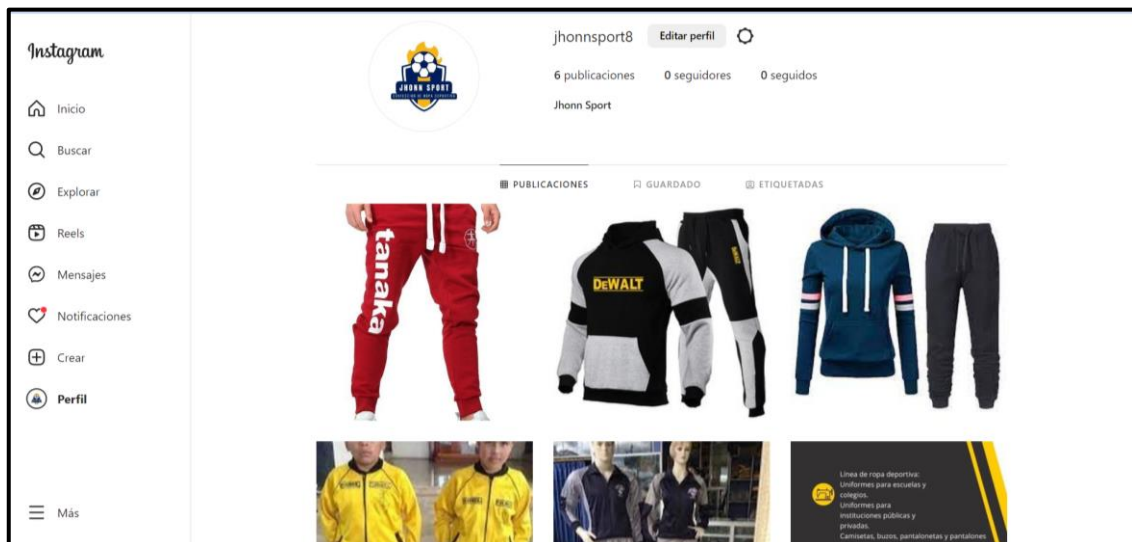


Figura 10-5: Página de Instagram

Realizado por: Ambo, M., 2023.

Página web: Se realiza una página web que permita dar a conocer la información de la microempresa Jhonn Sport, al igual que la variedad de productos que ofrece para las escuelas, colegios e instituciones públicas como privadas.

<https://marjorieambo9.wixsite.com/jhonn-sport>

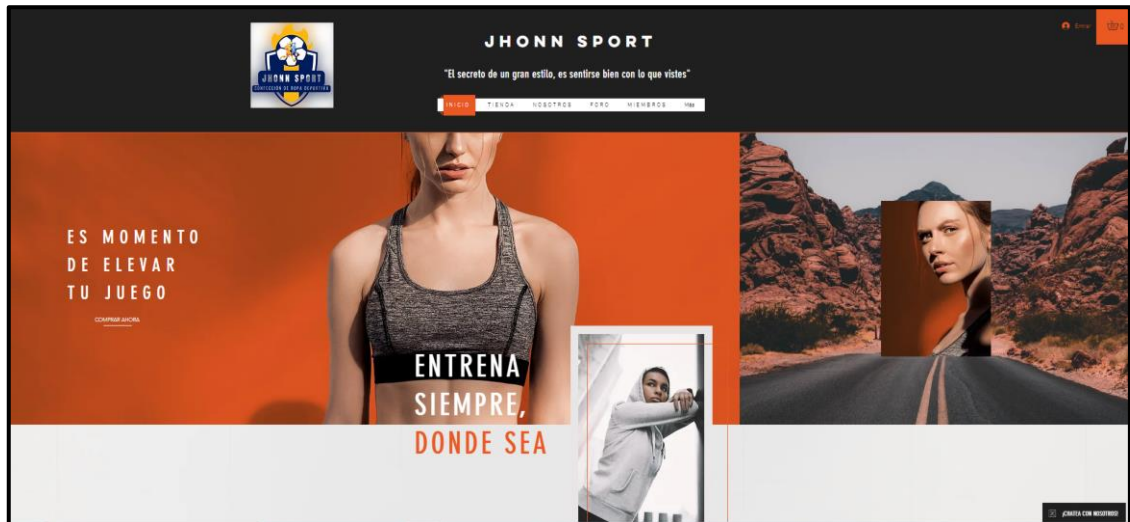


Figura 11-5: Página web

Realizado por: Ambo, M., 2023.



Figura 12-5: Productos que ofrece la microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

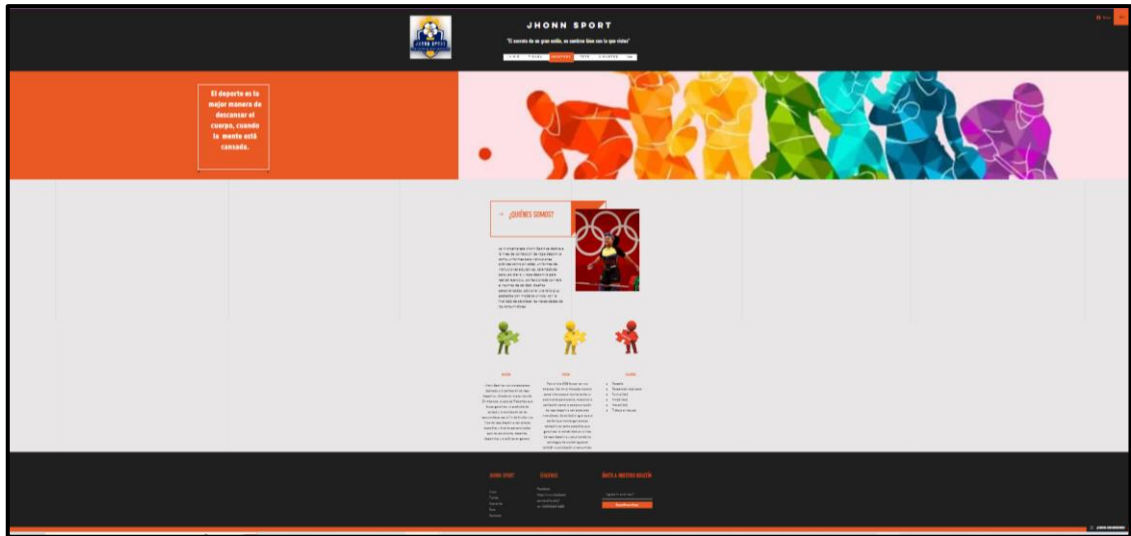


Figura 13-5: Reseña, misión, visión y valores de la microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

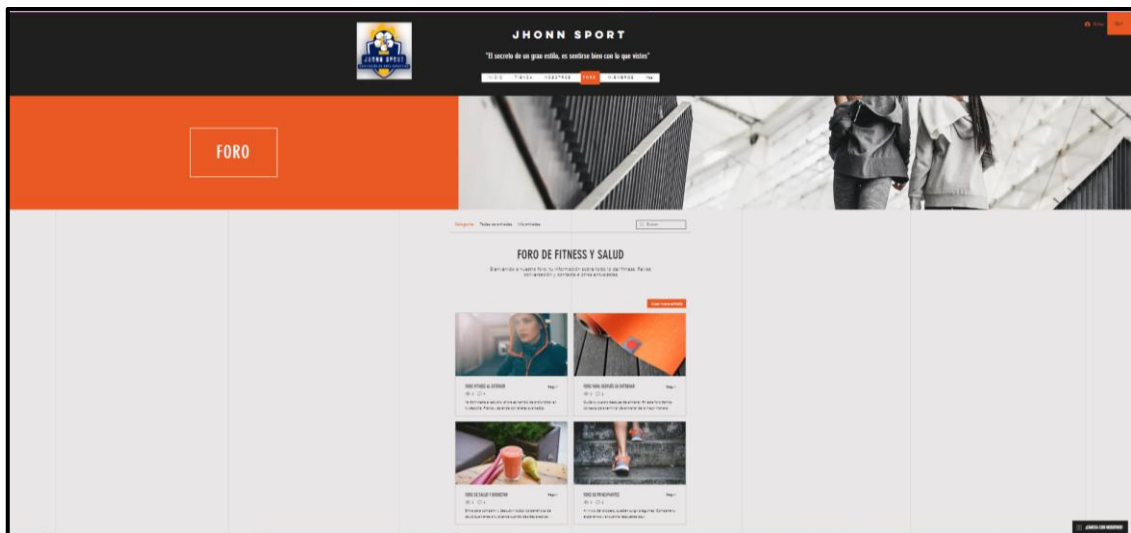


Figura 14-5: Foro de la actividad deportiva

Realizado por: Ambo, M., 2023.

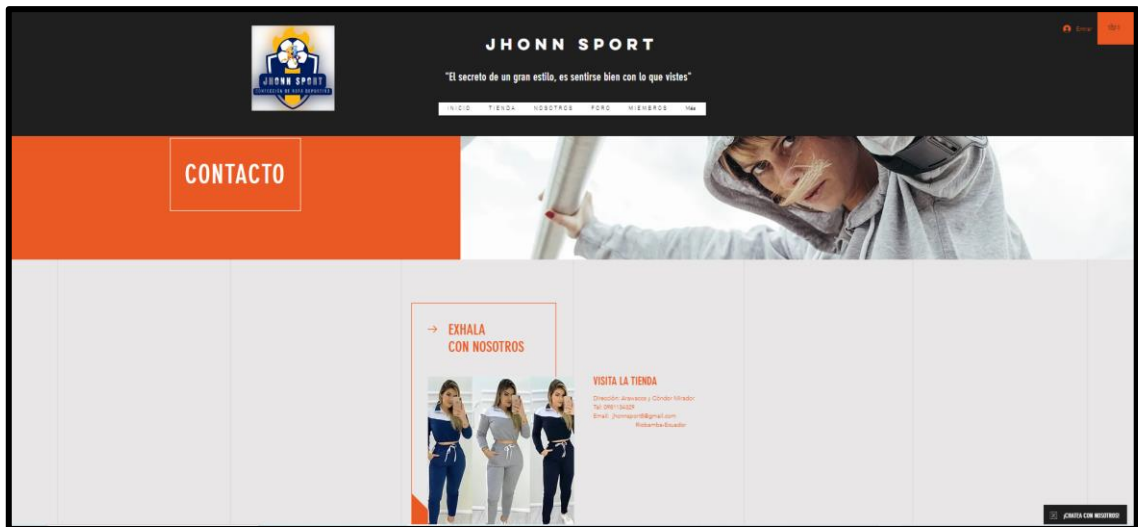


Figura 15-5: Contacto de la microempresa Jhonn Sport

Realizado por: Ambo, M., 2023.

5.5.5 Modelo CANVAS

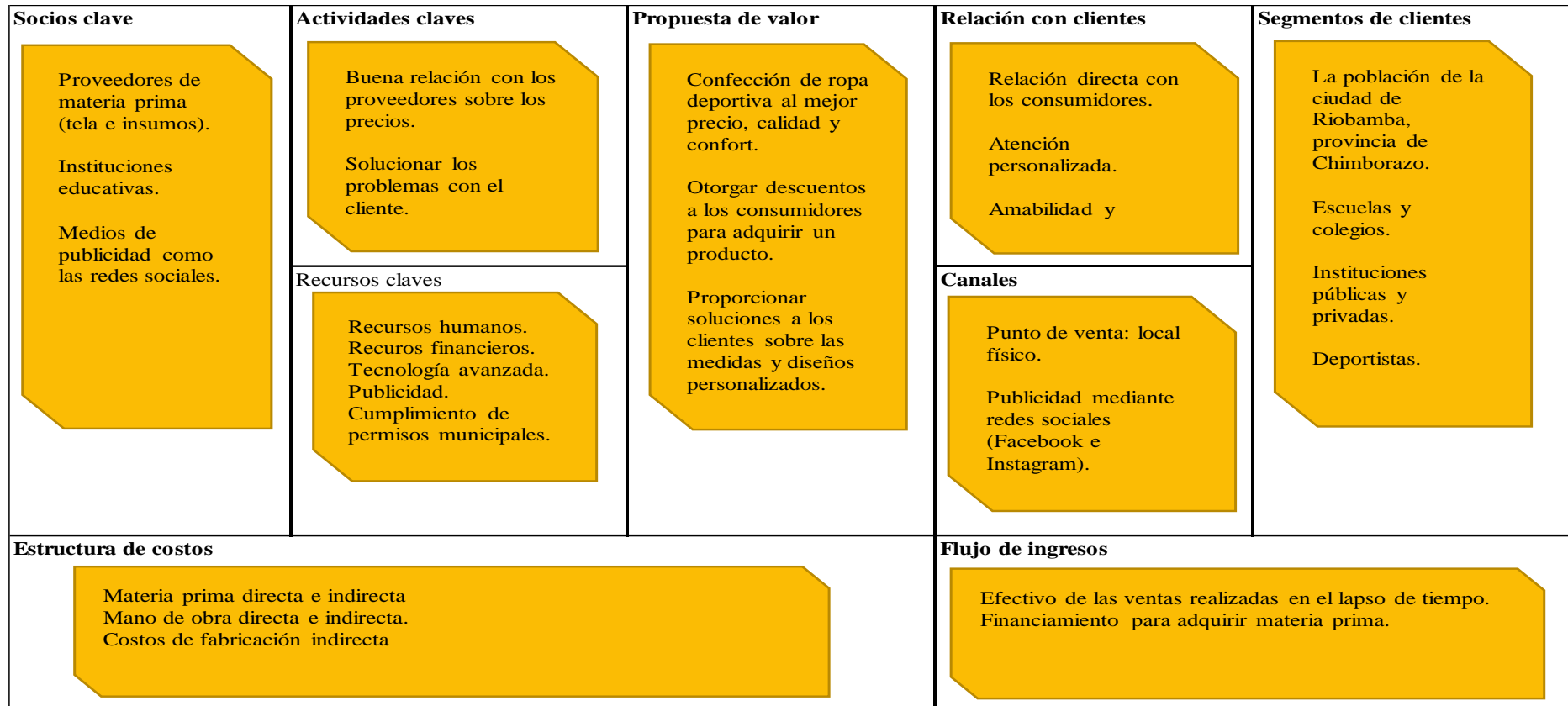


Figura 16-5: Modelo CANVAS

Realizado por: Ambo, M., 2023.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- En el entorno de la microempresa Jhonn Sport, al realizar el diagnóstico, se encontró problemas internos como externos, que mediante el FODA se evidenció el manejo de una forma empírica, no poseía un plan estratégico previo, de tal forma que se estableció la gestión en la administración como establecer la misión, visión, valores, objetivos estratégicos, organigrama estructural con el manual de funciones, con el fin de posicionarse en el mercado.
- Se consideró una propuesta del Plan de Negocios que hace referencia al desenvolvimiento de la microempresa Jhonn Sport situado en la ciudad de Riobamba, mediante el plan financiero de la producción al confeccionar una prenda de vestir deportiva, por ello se realiza el cálculo mediante los indicadores financieros como el VAN es de \$ 6.684,44, el porcentaje del TIR de 36%, teniendo en cuenta el periodo de tres años y en el Beneficio-Costo de \$ 1,77 de ese modo se evidencia que por cada dólar que se puede invertir se va a ganar 0,77 ctvs. Así se demuestra que es viable y aceptable el proyecto de la microempresa Jhonn Sport.
- Se concluye que en la microempresa Jhonn Sport, para incrementar sus ventas se desarrolló un Plan de Marketing o 4P, mediante una página web, haciendo uso de las redes sociales que en la actualidad son muy utilizadas para posicionar un producto en el mercado y fidelizar el a los consumidores.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que se pueda aplicar el diagnóstico situacional de la microempresa Jhonn Sport a fin de tener un conocimiento adecuado sobre el desenvolvimiento en la filosofía de la microempresa lo que permita mejorar la gestión en la administración.
- Es recomendable que se aplique la propuesta de Plan de Negocios, que ayudará a la microempresa a constituirse como empresa, con posibles consumidores potenciales, ofertando un producto de calidad para incrementar las ventas, también se sugiere que puedan realizar el plan financiero haciendo una comparación en los próximos años, a fin de identificar la rentabilidad y con ello se pueda tomar decisiones en beneficio a la microempresa Jhonn Sport que se dedica a la confección de ropa deportiva.
- Es importante que la microempresa Jhonn Sport, haga uso de la tecnología ya que ha permitido la innovación respectivamente en el canal de comercialización de la ropa deportiva, considerando las redes sociales que en la actualidad han sido útiles para vender productos y mejorar el crecimiento de la microempresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Agila, M. V. (15 de 12 de 2018). La elaboración de un Plan de negocios como alternativa para el desarrollo empresarial. *Revista Espacios*, 39(50) .doi 0798 1015. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p01.pdf>
- Albo, R. M. (22 de junio de 2017). La estrategia de precios en un mercado cada vez más competitivo. Recuperado de <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/marketing-ventas/estrategias-de-precios-en-un-mercado-competitivo/>
- Andrade, F. A. (8 de junio de 2018). Método inductivo y su refutación deductiva. *Revista Scielo*, 14(63) .doi 1990-8644. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000300117
- Arias, E. (10 de diciembre de 2020). Investigación exploratoria. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>
- Arteaga, G. (24 de septiembre de 2022). Investigación correlacional | Guía, diseño y ejemplos. Recuperado de <https://www.testsiteforme.com/que-es-la-investigacion-correlacional/>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación, serie integral por competencias*. 1ª.ed. México: Grupo Editorial Patria.
- Bravo, L. G. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Revista Scielo*, 2(7). doi 2007-5057. Recuperado de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009
- Cao, C. (17 de octubre de 2018). Planear. Obtenido de <https://ldefinicion.com/planear/>
- Espínola, J. (29 de julio de 2022). Método deductivo. Recuperado de <https://concepto.de/metodo-deductivo/>
- Grapsas, T. (22 de noviembre de 2017). ¿Qué es Plaza en la mezcla de mercadotecnia y por qué es tan importante?. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/plaza-en-el-marketing/>
- Guevara, G. V., Verdesoto, A.E., & Castro, N.E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Recimundo*, 4(3).doi 163-173. Recuperado de <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Guzmán, C. (13 de agosto de 2020). Características que debe tener un buen plan de negocios. Recuperado de <https://pqs.pe/aprende-mas/estas-son-las-caracteristicas-que-debe-tener-un-buen-plan-de-negocios/>

- Higuerey, E. (6 de octubre de 2021). Guía de ventas: tipos, ciclo de ventas, técnicas y todo para vender más. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/ventas/>
- Mena, A. (2021). Plan de negocios para la comercialización de bioles orgánicos para la organización UNOCACE (Unión de organizaciones cacaoteras del Ecuador). (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba) Recuperado de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/14712?mode=full>
- Orellana, P. (5 de junio de 2020). Método analítico. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/metodo-analitico.html>
- Quaranta, N. (2019). Planes de negocio. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/esPOCH/130238>.
- Salas, D. (18 de enero de 2022). Trabajo de campo en la investigación. Recuperado de <https://investigaliacr.com/investigacion/trabajo-de-campo-en-la-investigacion/>
- Salazar, G. (1 de marzo de 2018). Diseño del plan comercial de la Compañía Suiza DAJED Cía. Ltda, de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, periodo 2017 - 2020. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba). Recuperado de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/8753>
- Suquilandi, J. (18 de julio de 2022). Plan de negocios para la comercialización online de prendas de vestir culturales para empresa “New Blessings Corporation Textil Cia. Ltda.” de la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, periodo 2021. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba). Recuperado de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/17741>
- Velasco, S. (10 de junio de 2019). Plan de marketing digital para la Empresa “Post Sport”, de la ciudad de Ambato. (Tesis pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/11719>
- Westreicher, G. (23 de febrero de 2020). Encuesta . Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA JHONN SPORT SITUADO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA

OBJETIVO DE LA ENCUESTA: Conocer la demanda y el posicionamiento de la microempresa Jhonn Sport dedicada a la confección de ropa deportiva situado en la ciudad de Riobamba mediante la recolección de la información.

INSTRUCCIONES GENERALES:

- Lea y seleccione la respuesta que usted considere la adecuada.

1. INFORMACIÓN

1.1 Género

Masculino () Femenino ()

1.2 Edad

18-24 años ()
25-34 años ()
35-44 años ()
Más de 45 años ()

2. ROPA DEPORTIVA

2.1 ¿Qué tipo de ropa frecuentemente utiliza para sus actividades cotidianas?

() Ropa formal
() Ropa semiformal
() Ropa deportiva
() Ropa de trabajo

2.2 ¿ Por qué prefiere comprar ropa deportiva?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Precio | <input type="checkbox"/> Diseños personalizados |
| <input type="checkbox"/> Calidad | <input type="checkbox"/> Variedad de ropa deportiva |
| <input type="checkbox"/> Tiempo de entrega | <input type="checkbox"/> Localización |

2.3 ¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar por la compra de ropa deportiva mensualmente?

- Menos de \$ 5,00
- De \$ 5,00- \$ 15,00
- De \$ 25,00- \$ 50,00
- De \$ 80,00 en adelante

2.4 ¿Cómo califica la atención de venta de ropa deportiva en los locales que usted ha visitado?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

2.5 ¿Usted estaría dispuesto a comprar ropa deportiva?

- Si
- No

2.6 ¿Qué método de pago es el que utiliza frecuentemente?

- Efectivo
- Cheque
- Crédito
- Tarjeta de crédito

2.7 ¿ Conoce la microempresa Jhonn Sport dedicada a la confección de ropa deportiva situado en la ciudad de Riobamba?

- Si
- No

2.8 ¿ En qué puntos de venta le gustaría que se comercialice la ropa deportiva de la microempresa Jhonn Sport?

- Tienda física
- Tienda digital
- Venta a domicilio
- Supermercados

2.9 ¿Qué tipo de incentivo o promoción desea recibir por parte de la microempresa Jhonn Sport ?

- Descuentos
- Ofertas por fechas festivas
- Premios

2.10 ¿Cuáles son los medios que le gustaría adquirir información sobre la ropa deportiva que dispone la microempresa Jhonn Sport?

- Radio
- Redes sociales
- Trípticos

2.11 ¿Mediante que tipo de red social le gustaría conocer sobre la confección de ropa deportiva que dispone la microempresa Jhonn Sport?

- Facebook
- Tik Tok
- Instagram
- WhatsApp

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO B: ENTREVISTA AL PROPIETARIO



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Entrevista dirigida al Propietario de Jhonn Sport confección de ropa deportiva

Objetivo: Recopilar información acerca de la situación actual de la microempresa Jhonn Sport situado en la ciudad de Riobamba.

1. ¿Cuál es el giro de negocio de la microempresa Jhonn Sport?

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

2. ¿Considera que, Jhonn Sport está posicionado en el mercado?

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

3. ¿Se realiza un plan estratégico en la microempresa Jhonn Sport?

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

4. ¿Utiliza herramientas administrativas en la microempresa Jhonn Sport?

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

5. Comente ¿Cuáles son los establecimientos que considera que es competencia directa? ¿Por qué?

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

6. De acuerdo a lo que usted considere ¿Qué estrategias utiliza para la fidelización de los clientes?

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

7. ¿Qué tipo de herramientas de comercio electrónico realiza la microempresa Jhonn Sport?

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

8. ¿Cuáles son las fortalezas que posee la microempresa Jhonn Sport?

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

9. ¿Cuáles son las debilidades que posee la microempresa Jhonn Sport?

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

10. ¿Comente las características que diferencian la microempresa Jhonn Sport frente la competencia?

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

ANEXO C: ENTREVISTA AL TRABAJADOR



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Entrevista dirigida al trabajador de Jhonn Sport confección de ropa deportiva

Objetivo: Recopilar información acerca de la situación actual de la microempresa Jhonn Sport situado en la ciudad de Riobamba.

1. ¿Considera que existe un buen ambiente laboral en la microempresa Jhonn Sport?

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

2. ¿Se realizó indicaciones previas de las actividades a realizar en la microempresa Jhonn Sport?

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

3. ¿Qué opina sobre el proceso que se realiza para la confección de ropa deportiva en la microempresa Jhonn Sport?

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

4. ¿Qué aspectos considera que reciben los clientes al adquirir una prenda de ropa deportiva en la microempresa Jhonn Sport?

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

5. ¿Qué opina usted sobre la línea de confección de ropa deportiva de la microempresa Jhonn Sport?

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

6. ¿Qué tipo de estrategias ha utilizado para realizar la publicidad?

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

7. ¿Considera que la publicidad es adecuada para el posicionamiento en el mercado nacional?

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

8. ¿Qué opina sobre las amenazas que impiden el progreso de la microempresa Jhonn Sport?

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

9. Mencione una sugerencia para la microempresa Jhonn Sport

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

ANEXO D: RUC



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES



NUMERO RUC: 0603036575001
APELLIDOS Y NOMBRES: YANEZ GUERRERO ROSA NARCISA
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL: NUMERO:

FEC. NACIMIENTO: 30/09/1979 FEC. ACTUALIZACION:
FEC. INICIO ACTIVIDADES: 05/04/2016 FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:
FEC. INSCRIPCION: 05/04/2016 FEC. REINICIO ACTIVIDADES:

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR.

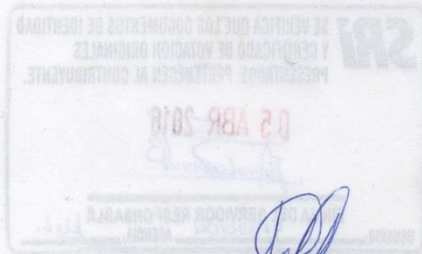
DOMICILIO TRIBUTARIO:
Provincia: CHIMBORAZO Cantón: RIOBAMBA Parroquia: LIZARZABURU Calle: ARAWACOS Número: 07 Referencia:
BARRIO TIWINZA MANZANA G, FRENTE A LOS TERRENOS DE LA COOPERATIVA RIOBAMBA, CASA DE DOS PISOS
BLANCO Teléfono: 032600635 Email: narcisayanez88@gmail.com Celular: 0981134329
DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 ABIERTOS: 1
JURISDICCION: \ ZONA 3\ CHIMBORAZO CERRADOS: 0



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se derivan (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: MAGB010414 Lugar de emisión: RIOBAMBA/AV. DANIEL LEÓN Fecha y hora: 05/04/2016 16:49:20



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



NUMERO RUC: 0603036575001
APELLIDOS Y NOMBRES: YANEZ GUERRERO ROSA NARCISA

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **ESTADO:** ABIERTO **MATRIZ:** **FEC. INICIO ACT.** 05/04/2016
NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:**
ACTIVIDADES ECONÓMICAS: **FEC. REINICIO:**

FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: CHIMBORAZO Cantón: RIOBAMBA Parroquia: LIZARZABURU Barrio: TIWINZA Calle: ARAWACOS Número: 07
Referencia: FRENTE A LOS TERRENOS DE LA COOPERATIVA RIOBAMBA, CASA DE DOS PISOS BLANCO Manzana: G
Telefono Domicilio: 032600635 Email: narcisayanez88@gmail.com Celular: 0981134329

(Faint stamp and signature area)

SRI SE VERIFICA QUE LOS DOCUMENTOS DE IDENTIDAD
Y CERTIFICADO DE VOTACION ORIGINALES
PRESENTADOS PERTENECEN AL CONTRIBUYENTE.
05 ABR 2016
(Signature)
FIRMA DEL SERVIDOR RESPONSABLE
USUARIO: *(Signature)* AGENCIA: *(Signature)*

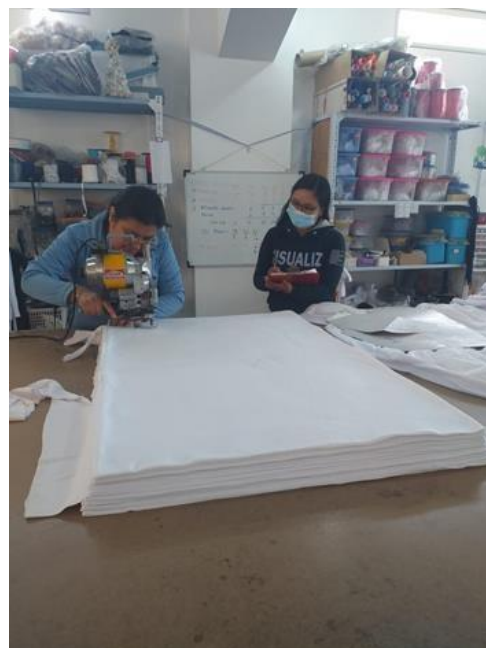
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: MAGB010414 **Lugar de emisión:** RIOBAMBA/AV. DANIEL LEÓN **Fecha y hora:** 05/04/2016 16:49:20

ANEXO E: MICROEMPRESA JHONN SPORT





esPOCH

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 08 / 08 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: MARJORIE TATIANA AMBO YÁNEZ
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Título a optar: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



DBRA-UPT-2023