



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO FRENTE A LA  
INVERSIÓN EMPÍRICA: ESTUDIO DE MERCADO

GUAYCHA SALAZAR ROSA PIEDAD  
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA  
2019



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO FRENTE A  
LA INVERSIÓN EMPÍRICA: ESTUDIO DE MERCADO

GUAYCHA SALAZAR ROSA PIEDAD  
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS

MACHALA  
2019



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO FRENTE A LA INVERSIÓN  
EMPÍRICA: ESTUDIO DE MERCADO

GUAYCHA SALAZAR ROSA PIEDAD  
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

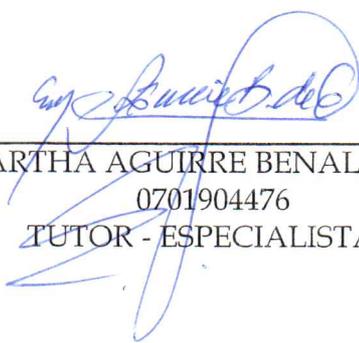
MARTHA AGUIRRE BENALCAZAR

MACHALA, 26 DE AGOSTO DE 2019

MACHALA  
26 de agosto de 2019

### Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO FRENTE A LA INVERSIÓN EMPÍRICA: ESTUDIO DE MERCADO, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



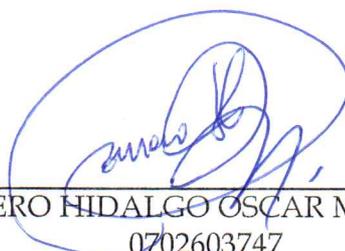
---

MARTHA AGUIRRE BENALCAZAR  
0701904476  
TUTOR - ESPECIALISTA 1



---

JAYA PINEDA IDDAR IVAN  
0702599861  
ESPECIALISTA 2



---

ROMERO HIDALGO OSCAR MAURICIO  
0702603747  
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: lunes 26 de agosto de 2019 - 11:27

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** GUAYCHA SALAZAR ROSA PIEDAD\_PT-010419.pdf (D54780701)  
**Submitted:** 8/12/2019 8:22:00 AM  
**Submitted By:** titulacion\_sv1@utmachala.edu.ec  
**Significance:** 1 %

Sources included in the report:

<https://www.gestiopolis.com/estudio-integral-de-factibilidad-de-proyectos-de-inversion/>

Instances where selected sources appear:

1

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, GUAYCHA SALAZAR ROSA PIEDAD, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO FRENTE A LA INVERSIÓN EMPÍRICA: ESTUDIO DE MERCADO, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

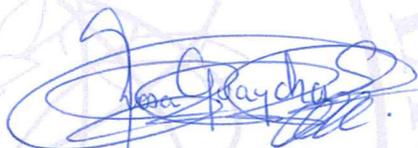
La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

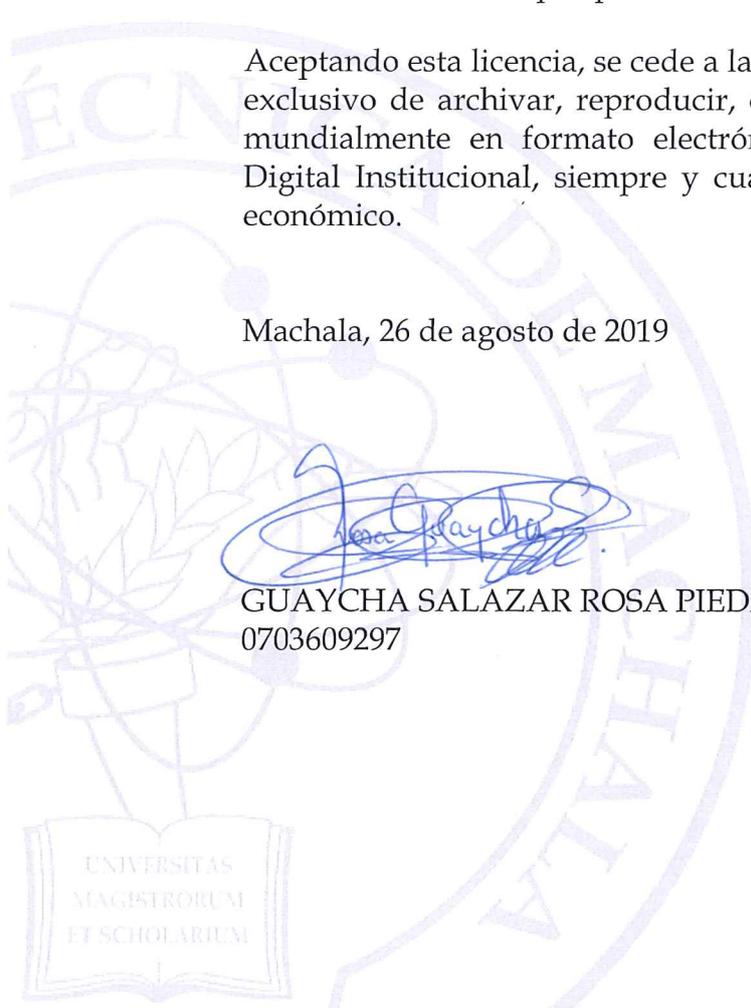
La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 26 de agosto de 2019



GUAYCHA SALAZAR ROSA PIEDAD  
0703609297



## **DEDICATORIA**

Con todo el amor y desde lo más profundo de mi corazón este trabajo va dedicado a Dios Padre Eterno, a mi querido esposo e hijos, a la memoria de mi padre Jorge Guaycha, a mi madre, hermanos y docentes de la SIUTMACH.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primeramente a mi Dios, mi Padre Jehová, gracias a él, a su amor incondicional hacia mí, porque en ningún momento me abandono, siempre estuvo liderando mi tropa y me dio la victoria, a él sea la gloria y la honra, luego agradecer a mis hijos Fernando y Deibin por soportar el sacrificio de no poder contar con mi presencia en algunas ocasiones, a mi esposo David Hurtado por haber realizado el papel de padre y madre mientras me dedicaba a estudiar, a mis queridos Padres por haberme inculcado buenos valores y principios además de enseñarme a luchar por lo que quiero....gracias familia....gracias por creer en mí.

## **RESUMEN**

Un proyecto de inversión puede ser el inicio de un nuevo negocio, realizar modificaciones a los procesos de producción o cambiar su tecnología, comercializar un nuevo producto, entre muchos otros, ¿pero ¿cómo se puede saber si es conveniente realizar un negocio? La factibilidad de proyectos implica realizar una serie de estudios de manera ordenada y sistematizada, que permitan evaluar, si se debe o no invertir recursos en la inversión de un proyecto. En nuestro entorno existen muchas empresas que han invertido sin ningún tipo de planificación, y esto a muchas los ha llevado al éxito como también al fracaso.

A través del análisis investigativo se pudo constatar que existe un gran número de empresas cerradas por llevar a cabo un emprendimiento de manera empírica, que antes de ponerlo en marcha resultaba factible y rentable de acuerdo a sus criterios, lamentablemente carecen de estudios superiores, que les faciliten tener conocimiento técnico y haber puesto en marcha desde el principio un estudio de factibilidades que les daría el resultado para iniciar con bases sólidas su emprendimiento.

Pero cabe enfatizar que algunos microempresarios de manera clandestina, sin ningún ánimo de destacar su nombre ni de hacer prosperar su tipo de negocio, se mantienen operando con productos nuevos por debajo de cuerda.

Palabras clave: Factibilidades, emprendimiento, empírico, estudio de mercado.

## **ABSTRACT**

An investment project can be the start of a new business, make modifications to the production processes or change its technology, market a new product, among many others, but how do you know if it is convenient to conduct a business? The feasibility of projects involves carrying out a series of studies in an orderly and systematized manner, which allow evaluating whether or not to invest resources in the investment of a project. In our environment there are many companies that have invested without any planning, and this has led many to success as well as failure.

Through the research analysis it was found that there is a large number of companies closed for undertaking an empirically undertaking, which before starting it was feasible and profitable according to their criteria, unfortunately they lack higher studies, which they facilitate technical knowledge and have launched from the beginning a feasibility study that would give them the result to start their business with solid foundations.

But it should be emphasized that some microentrepreneurs clandestinely, without any intention of highlighting their name or making their type of business thrive, keep operating with new products below the rope.

**Keywords:** Feasibilities, entrepreneurship, empirical, market research.

## ÍNDICE GENERAL

<b>ABSTRACT</b> .....	3
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	6
<b>2. DESARROLLO</b> .....	8
2.2 FACTIBILIDAD .....	8
2.2.1 MACRO FACTIBILIDAD .....	8
2.2.2 MESO FACTIBILIDAD .....	9
2.2.3 MICRO FACTIBILIDAD .....	9
2.3 ESTUDIO DE MERCADO .....	10
<b>3. METODOLOGÍA</b> .....	10
PASO 1: Tamaño de la muestra.....	10
PASO 2: Primer Encuesta .....	11
PASO 3: Segunda Encuesta.....	11
PASO 4: Estudio de Mercado.....	11
<b>4. RESULTADOS</b> .....	11
¿Qué género tiende más a emprender y entre que edades? .....	11
¿Cuáles fueron los elementos factibles para emprender? .....	12
¿Cuáles son las razones por las cuales los empresarios realizan inversiones de manera empírica? ..	12
<b>5. ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	12
5.2 Análisis de la Demanda .....	13
5.3 Análisis de la Oferta .....	14
5.4 Precio.....	14
5.5 Canales de Distribución .....	15
<b>CONCLUSIONES</b> .....	16

## 1. INTRODUCCIÓN

Partiendo de una serie de principios, el proceso de iniciación de un proyecto es el que define que se debe hacer para resolver las inquietudes o necesidades de los clientes. Las pequeñas y medianas empresas son una oportunidad de emprendimiento para reactivar la economía de una población. Gracias a ello se generan empleos mejorando así el bienestar de la sociedad.

Con el paso de los años el emprendimiento se lo ha tomado como aquel factor que impulsa a crecer y promover el desarrollo económico de un país, aumentando plazas de trabajo, y promoviendo la comunicación de los proyectos e ideas innovadoras o situaciones económicas vulnerables que logran un puesto en el mundo laboral (Ayaviri, Chucho, Romero, & Quispe, 2017).

Dentro de este proceso de investigación es necesario definir la factibilidad, como la disponibilidad de recursos que permite llevar a cabo las metas u objetivos propuestos y la importancia de contar con aquellos elementos financieros que forman parte de un plan de negocios dentro de la estructura económica de cualquier país en vías de crecimiento.

Uno de los principales recursos por lo cual un negocio o emprendimiento resulta factible es su capacidad financiera esta nos indica cuan rentable puede ser la inversión. El buen uso del financiamiento como estrategia debe basarse en un análisis que faculte mejorar los recursos y maximizar el rendimiento económico, tecnológico, financiero y social que sea utilizado de la mejor manera fomentando progreso al país. Esto sucede a través de las factibilidades analizadas las cuales nos indican las primacías y a su vez ponerlas en práctica por medio de las bases financieras (Burneo Valarezo, Delgado, Victore, & Vérez, 2016).

Hoy en día las personas que desean emprender se enfocan directamente en utilizar un préstamo bancario, dado que además así lo exige los proyectos de inversión, todas las instituciones por lo general requieren formalidad y presentación del proyecto para que sea factible y ser favorecido con el crédito, logrando que pequeñas y medianas empresas participen en la obtención de una fuente de financiamiento para su negocio (Castro Z. , 2017).

De hecho Peña, Rodríguez, & Piñeiro (2016) nos manifiestan que para gestionar el estudio o análisis de factibilidad este debe ser sustentado con documentación que indique

si el proyecto es viable o se puede tomar otras opciones para dar solución al problema, a través del estudio de criterios económicos, técnicos, financieros.

Además el desarrollo de las tecnologías, la aparición de internet, el desarrollo de las tic, de las redes sociales, etc., han provocado un importante crecimiento empresarial, como también la implementación de sistemas en computadores facilitando el desarrollo de una buena productividad, control y toma de decisiones (Peña, Rodríguez, & Piñero, 2016, pág. 70) .

Otros de los factores objeto de estudio, es la investigación de mercado, su proceso es de gran importancia porque nos permite indagar y recolectar datos, ya sea de nuevos servicios, productos, clientes, precios, entre otras características que se analizaran en el negocio (Díaz Pelayo & Cavazos Arroyo, 2015).

Posteriormente la factibilidad y estudio de mercado permitirán a través de la metodología conseguir resultados de ¿cómo hacer?, ¿cómo lo vamos a realizar?, ¿cuánto va a costar?, y sobre todo emprender.

Por lo tanto, la intención del presente trabajo investigativo, tiene como finalidad dar a conocer los elementos que constituyen el estudio de la factibilidad de un proyecto frente a la inversión empírica que se realiza en las pequeñas y medianas empresas durante una investigación bibliográfica y de campo.

## **2. DESARROLLO**

### **2.1 PROYECTOS DE INVERSIÓN**

Un proyecto de inversión es una planificación al cual se lo consolida con un financiamiento asignándole bienes o insumos para lograr producir y ponerlo al servicio de la sociedad (Meza Orozco, 2016).

El plan de inversión se lo va moldeando a través de la investigación de mercado de manera que nos da el aviso si el negocio a emprender es viable, de igual forma el estudio técnico que indica si existe la posibilidad de producir dicho bien, y la más importante la parte financiera que sirve para evaluar la rentabilidad (Rodríguez, 2018).

### **2.2 FACTIBILIDAD**

La facilidad para constituir empresas de manera empírica globalmente ha aumentado de manera considerable, pero también es notable el poco tiempo que permanecen en el mercado. Muchos se preguntan ¿Por qué las empresas mundialmente conocidas por sus marcas internacionales se mantienen actualmente en pie? pero en realidad no se han detenido a analizar que para llegar a ese nivel sus bases se establecieron a través de un estudio de factibilidad de proyectos de inversión el cual le sirve al pequeño, mediano o grande empresario asegurar su negocio estratégicamente, ya que mediante este proceso se valora cuantitativa y cualitativamente las ventajas y desventajas de destinar recursos a un fin.

De esta manera lo señala Castro Hermes (2018) que cada factor estudiado que conlleva a la factibilidad tiene su propia perspectiva, como el estudio de mercado que se encarga de hacerlo más atractivo y próspero, el estudio técnico el cual tiene el deber de analizar todo lo concerniente a equipo y tecnología que desarrolle el proyecto, el estudio administrativo de estructurar la organización, pero a la hora de la verdad el factor más importante es el financiero que se encarga de la rentabilidad empresarial.

#### **2.2.1 MACRO FACTIBILIDAD**

Financieramente las empresas se fortalecen para invertir en nuevos proyectos pero existen otras potencias a nivel mundial como China que en el año 2016 figuró como una de los países que enlista cuatro corporaciones dentro de las mayores que no necesitan financiamiento ya que gracias a los recursos naturales como petróleo, transporte

marítimo, ingeniería y construcción se solventa. Además, China también puede contar con los bancos y aseguradoras así mismo financieramente sostenidos (Correa, 2019).

Es evidente el aumento de muchas empresas o negocios cerrados de manera inexplicable, en nuestro País quizás son pocas las personas que se arriesgan a emprender un proyecto, en cambio otras lo han hecho, pero después de un tiempo lo han dejado porque no les resulto, y otros ya pendiendo de un hilo continúan hasta la actualidad.

### **2.2.2 MESO FACTIBILIDAD**

Es evidente el aumento de muchas empresas o negocios cerrados de manera inexplicable, en nuestro País quizás son pocas las personas que se arriesgan a emprender un proyecto, en cambio otras lo han hecho, pero después de un tiempo lo han dejado porque no les resulto, y otros ya pendiendo de un hilo continúan hasta la actualidad.

Existen aspectos negativos que no permiten al emprendedor desarrollar su idea, pero el principal es la falta de financiamiento, aunque la falta de estudio de mercado y preparación juega un papel importante. En Ecuador existen programas de apoyo que buscan impulsar las ideas de negocios, pero la falta de un procedimiento de mejora es otro de los problemas sumado a la falta de conocimiento y aunado a que la mayoría emprende de manera empírica, dan como resultado el fracaso (García, Sánchez, Martínez, & Pérez, 2016).

En nuestro entorno competitivo ser emprendedor es un reto que cada vez se ha hecho más frecuente, y para ello, nuestras instituciones educativas de nivel superior juegan un rol importante, hacer de los estudiantes verdaderos profesionales con las capacidades y aptitudes para ser un buen empresario que a la vez generen trabajo a otras personas, en distintos sectores comerciales, tema que se ha convertido de gran interés y discusión para garantizar el desarrollo social y económico del País (Jiménez, Larrea, Navarrete, & Castro, 2019).

Es por esta razón que es necesario que los emprendedores para empezar mínimo deben tener un nivel de formación académico superior, porque es la base donde alimentan aquellas ideas o proyectos que desean fluir (Bachiller & Bachiller, 2015).

### **2.2.3 MICRO FACTIBILIDAD**

En la provincia de El Oro, los egresados de carreras como comercio y administración buscan emprender, crear, innovar, pero la mayoría se enfrenta cada vez a un mercado

muy ofertante y competitivo, enfrentándose a nueva tecnología, robótica, neuromarketing, etc. causando temor a comenzar, y otros más arriesgados principiando de manera empírica.

González, Torres y Tinoco (2017) manifiestan: solamente existe un mínimo por ciento de egresados que atienden sus negocios. Solo con el paso del tiempo estos factores mejoran para cada generación de egresados, viéndose en la obligación de trabajar empíricamente, razón por la cual se discute estos temas para ayudarlos a enfrentar los mercados o puedan adquirir los implementos o instrumentos necesarios para crear formalmente su empresa.

En la investigación realizada se obtuvo como resultado que la mayoría de las personas para emprender necesitan financiamiento, de aquí nace importancia del tema, para lo cual todas las instituciones bancarias y no bancarias exigen una sustentación a través de la presentación formal del proyecto para que sea favorable la petición de solvencia, punto positivo para las Pymes fortaleciéndose para asegurar sostenibilidad dentro del mercado puesto que podrían estar en diferentes etapas donde la solvencia juega un papel importante (Castro B. Z., 2017).

### **2.3 ESTUDIO DE MERCADO**

La investigación de mercado y su importancia tiene como fin, evitar gastos innecesarios, las decisiones son basadas de acuerdo al entorno del mercado laboral, ambiente donde las empresas realizan sus actividades en tiempo real, brindando respuesta a la incertidumbre de saber si son satisfechas las necesidades requeridas, y permite conocer aquel plus por el cual la competencia tiene el control (Pacheco & Pérez, 2018).

## **3. METODOLOGÍA**

Para realizar el estudio pertinente, se procedió a darle continuidad a los siguientes pasos:

### **PASO 1: Tamaño de la muestra.**

Apoyándonos en Llinás, (2017) nos explica que todas las muestras del mismo tamaño tienen la probabilidad de ser escogidas a eso se le denomina muestreo aleatorio simple.

La muestra poblacional del presente trabajo se la obtuvo a través del método de Muestreo Aleatorio simple, realizada en la ciudad de Pasaje, lugar donde el emprendimiento es escaso, por lo tanto, la toma se la realizó del casco central de la ciudad se escogió a 10 pequeñas y medianas empresas, incluyendo a aquellas que han cerrado.

## PASO 2: Primer Encuesta

- Se determinó realizar la primera encuesta, (investigación de campo empresarial) a las 10 microempresas para saber cuáles fueron las factibilidades de su proyecto de inversión.

## PASO 3: Segunda Encuesta

- La Segunda encuesta se la destinó a un producto nuevo, lanzado al mercado de manera empírica. (investigación de campo)

## PASO 4: Estudio de Mercado

- El estudio de mercado se lo aplicó al producto nuevo con el afán de verificar su aceptación o no aceptación, para saber cuál es su comportamiento mediante el análisis de la oferta, el análisis de la demanda, y análisis de la comercialización, con el apoyo del programa SPSS.

## 4. RESULTADOS

### RESULTADOS MAS RELEVANTES DE LA PRIMERA ENCUESTA

Según los resultados obtenidos durante la investigación, a través de la técnica utilizada de la encuesta, en la muestra poblacional de la ciudad de Pasaje, se recopiló la siguiente información.

¿Qué género tiende más a emprender y entre que edades?



Gráfico 1 por autor

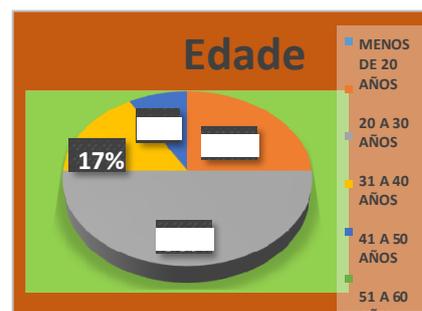


Gráfico 2 por autor

El género femenino, comprendido entre 31 a 40 años, tiende más emprender un proyecto.

## ¿Cuáles fueron los elementos factibles para emprender?

FACTIBILIDAD COMERCIAL	FACTIBILIDAD TÉCNICA	FACTIBILIDAD ECONÓMICA
16.7% Realizaron encuestas	50% No cuenta con local estratégico	50% No contaban con dinero, realizaron préstamos bancarios
25% Realizaron estudio de mercado (empírico)	25% No contaron con marketing de su negocio	16.7% Recibió apoyo de un familiar
25% Realizó investigación a través de familiares y amigos	25% Carecían de conocimiento para publicar a través de internet	25% Utilizó sus propios ahorros
25% No realizó ninguna técnica	16.7% No contaban con equipo tecnológico	8,3% Recibió aportes de socios
72.7% Nunca recibió capacitaciones	_____	_____

*Figura 1* Cuadro de Resultados de los elementos de factibilidad para emprender

## ¿Cuáles son las razones por las cuales los empresarios realizan inversiones de manera empírica?

Nº	RAZONES EMPÍRICAS	NIVEL
1	Por ganar dinero	Mucho
2	por necesidad	Mucho
3	Por diversión	Poco
4	Por innovar	Mucho
5	Por experimentar	Medio

*Figura 2* Cuadro de Resultados de las Razones empíricas

## 5. ESTUDIO DE MERCADO

### Investigación de mercado

Antes de iniciar, en primer lugar, se realizó una investigación de mercado el cual se desarrolló de la siguiente manera:

1.- La investigación de mercado se realizó a un microempresario que emprendió de manera empírica hace dos años, pero su negocio se mantiene aún en la clandestinidad sin ninguna base financiera, ni de evaluación de proyectos, información que se obtuvo de manera secundaria.

2.- Planteamos a este negocio la investigación de mercado por medio de encuestas, a

través del programa SPSS con el objetivo de saber si este proyecto es viable y que probabilidades tiene de continuar en el mercado.

3.- El proyecto de inversión consta de la introducción al mercado de un nuevo tipo de calzado con materiales y estilo europeo, dando como resultado que:

- De 20 encuestados el género que tiende a comprar con más frecuencia este tipo de calzado son los hombres.

Genero

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido mujer	6	30,0	30,0	30,0
hombre	14	70,0	70,0	100,0
Total	20	,0	100,0	

Figura 3 Cuadro de resultados de investigación de mercado en SPSS #1

- Que de acuerdo al género se prefieren estilos de los cuales se destaca: que los hombres prefieren más los estilos deportivos, casuales y urbanos; en cambio en las mujeres se destacan las sandalias, tacones y botines. Se realizó tablas cruzadas dándonos un porcentaje en chi cuadrado de 0,01 lo cual nos indica que es significativa con menos del 0,05, por lo tanto, las variables si se relacionan.

PRUEBAS DE CHI CUADRADO

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	20,000 <sup>a</sup>	5	0,001
Razón de verosimilitud	25,898	5	0,000
Asociación lineal por lineal	3,015	1	0,082
N de casos válidos	20		

Chi cuadrado de Pearson tiene un nivel de significancia de 0,001, lo cual indica que las variables tienen un porcentaje altamente relacionable

Figura 4 Cuadro de resultados de investigación de mercado en SPSS #2.

## ESTUDIO DE MERCADO

### 5.2 Análisis de la Demanda

De acuerdo al estudio realizado se pudo constatar que el calzado con estilo y material europeo, tiene buena acogida por parte del sexo masculino en la ciudad de Pasaje.

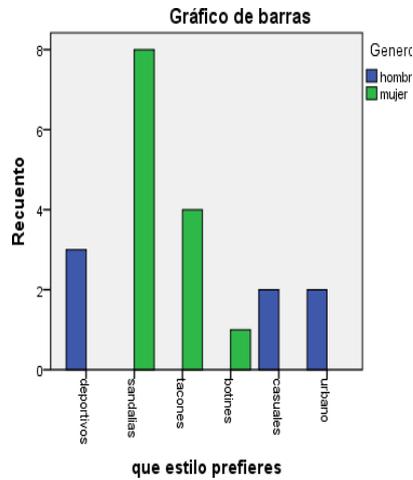


Gráfico 3 Cuadro estadístico de resultado en SPSS #1.

### 5.3 Análisis de la Oferta

A través de la investigación dada a la microempresa se observó que su estilo y calidad son únicos en el mercado.

Existen ofertas de calzado muy diferente, y de todo tipo de material, pero éste se destaca mucho, ya que contiene diseños innovadores, creativos al alcance de los usuarios, así por ejemplo tenemos Almacenes Pretty, Toxic, se distinguen por ofrecer calzado importado, más, sin embargo; este tipo de calzado con estilo europeo ha impactado en el mercado local y su demanda va en crecimiento.

### 5.4 Precio

Para fijar el precio el dueño lo calculó de acuerdo al material y tiempo invertido, de manera empírica, pero según el análisis realizado tanto hombres como mujeres están dispuestos a pagar por este tipo de calzado hasta \$65 por cada par.

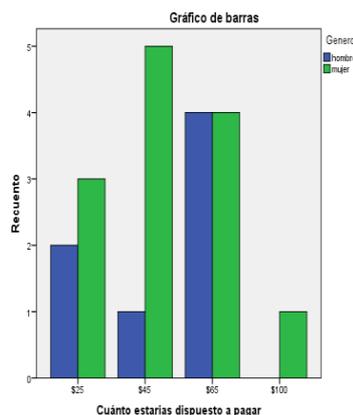


Gráfico 4 Cuadro estadístico de resultado en SPSS #2

5.5 Canales de Distribución

Los resultados nos indican que el mejor canal de distribución del calzado para su compra, por preferencia es en centros comerciales para las mujeres y en almacenes los hombres.

donde prefiere comprar estos zapatos\*Genero tabulación cruzada

			Genero		Total
			hombre	mujer	
donde prefiere comprar estos zapatos	centros comerciales	Recuento	1	6	7
		% dentro de donde prefiere comprar estos zapatos	14,3%	85,7%	100,0%
		% dentro de Genero	14,3%	46,2%	35,0%
	en almacenes	Recuento	4	5	9
		% dentro de donde prefiere comprar estos zapatos	44,4%	55,6%	100,0%
		% dentro de Genero	57,1%	38,5%	45,0%
	por internet	Recuento	1	1	2
		% dentro de donde prefiere comprar estos zapatos	50,0%	50,0%	100,0%
		% dentro de Genero	14,3%	7,7%	10,0%
	ventas puerta a puerta	Recuento	1	0	1
		% dentro de donde prefiere comprar estos zapatos	100,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Genero	14,3%	0,0%	5,0%
	por catalogos(bajo pedido)	Recuento	0	1	1
		% dentro de donde prefiere comprar estos zapatos	0,0%	100,0%	100,0%
		% dentro de Genero	0,0%	7,7%	5,0%
Total	Recuento	7	13	20	
	% dentro de donde prefiere comprar estos zapatos	35,0%	65,0%	100,0%	
	% dentro de Genero	100,0%	100,0%	100,0%	

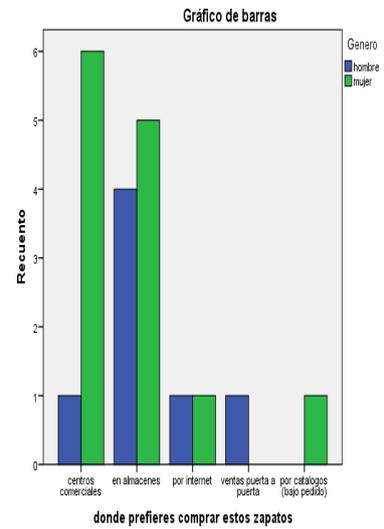


Figura 4 Cuadro de resultados de investigación de mercado en SPSS #2.

Gráfico 4 Cuadro estadístico de resultado en SPSS #2

## CONCLUSIONES

- Como demuestra la investigación realizada, las razones por las cuales los pequeños y medianos empresarios realizan inversiones de manera empírica, es porque no cuentan con un estudio superior, falta de conocimiento, de asesoramiento técnico, ya que sencillamente respondieron a razones apegadas a su satisfacción personal como son sus necesidades, curiosidades o para lucrarse.
- Con respecto a los elementos que determinan la factibilidad de proyectos se obtuvo que: en la factibilidad comercial deben recibir más capacitaciones para obtener conocimiento, en la factibilidad técnica necesitan contar con un local estratégico y en la factibilidad económica inevitablemente deben obtener financiamiento ya que este es punto débil encontrado en casi todas las encuestas.
- Basados en la investigación de campo realizada, “al calzado que es fabricado con material y estilo europeo, los componentes encontrados que constituyeron el estudio de mercado son: cantidad de demanda del producto, oferta en el mercado competidor con bastante apreciación del público, precio competitivo y canales de distribución al alcance de la mano de los usuarios, aunque su planteamiento y producción continúe siendo de manera empírica, su apreciación y aceptación en el mercado es buena”.

## Bibliografía

Ayaviri, V., Chucho, D., Romero, M., & Quispe, M. (2017). *Emprendimientos y clúster empresarial. Un estudio en la Provincia Chimborazo, Ecuador*. perspectivas(40), 43. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425953614003.pdf>

Bachiller, P., & Bachiller, A. (2015). *Una experiencia docente en los estudios de administración y dirección de empresas: análisis empírico con estudiantes de Finanzas*. Innovar, 25(55). Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/818/81832838014.pdf>

Burneo Valarezo, S., Delgado, Victore, R., & Vérez, M. (2016). *Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión*. Ingeniería Industrial, XXXVII(3), 305. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360448031009>

Castro, B. Z. (2017). *Evaluación de proyectos de inversión para pequeñas y medianas empresas con una estrategia de proyección financiera*. Ra Ximhai, 13(3), 15-40. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/461/46154070001.pdf>

Castro, H. (2018). *Proyectos de inversión 1,2,3: de la teoría a la práctica. Una guía para los no expertos*. (H. C. Fajardo, Ed.) Colombia. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=NZdPDwAAQBAJ&pg=PA20&dq=libro+factibilidad+de+proyectos+de+inversi%C3%B3n+2016&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi3rIfZoNbjAhVwrlkKHVrHApwQ6AEIJzAA#v=onepage&q=libro%20factibilidad%20de%20proyectos%20de%20inversi%C3%B3n%202016>

Correa, G. (2019). *Inversión extranjera directa y la iniciativa china de La Franja y la Ruta*. México y la cuenca del pacífico(22), 69-87. Obtenido de <http://www.redalyc.org/jatsRepo/4337/433757996003/433757996003.pdf>

Díaz Pelayo, C., & Cavazos Arroyo, J. (2015). *Investigación de mercados para pequeñas y medianas empresas*. Guadalajara, México: Universitaria. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=eznABgAAQBAJ&pg=PT70&dq=D%C3%ADa+z+Pelayo,+C.,+%26+Cavazos+Arroyo,+J.+\(2015\).+Investigaci%C3%B3n+de+mercado+s+para+peque%C3%B1as+y+medianas+empresas.+Guadalajara,+M%C3%A9xico:+Un+iversitaria.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjx55\\_M-](https://books.google.com.ec/books?id=eznABgAAQBAJ&pg=PT70&dq=D%C3%ADa+z+Pelayo,+C.,+%26+Cavazos+Arroyo,+J.+(2015).+Investigaci%C3%B3n+de+mercado+s+para+peque%C3%B1as+y+medianas+empresas.+Guadalajara,+M%C3%A9xico:+Un+iversitaria.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjx55_M-)

García, G., Sánchez, A., Martínez, R., & Pérez, R. (2016). *Estudio sobre los emprendimientos de la economía simple en el Ecuador*. Ciencias Holguín, 22(1), 2,3. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1815/181543577001.pdf>

Gonzalez, R., Torres, V., & Tinoco, M. (2017). *Análisis empírico de los determinantes del emprendimiento en estudiantes universitarios. El caso de la Universidad de Colima en México*. Economía y Sociedad, XXI(36), 43-59. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/510/51052064003.pdf>

Jiménez, W., Larrea, J., Navarrete, M., & Castro, E. (2019). *Emprendimientos innovadores a partir de competencias cognitivas en estudiantes universitarios*. Revista Venezolana de Gerencia, 24(85), 3-15. Obtenido de <http://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29058864004/29058864004.pdf>

LLinás, H. (2017). *Estadística Inferencial* (Novena ed.). (H. L. Solano, Ed.) Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=vXdaDwAAQBAJ&pg=PA74&dq=estadística+,+muestreo+y+probabilidades+2018&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiR1LLc9tjjAhUSy1kKHW1gBvMQ6AEIQjAF#v=onepage&q=estadística%20%2C%20muestreo%20y%20probabilidades%202018&f=false>

Meza Orozco, J. (2016). *Evaluación financiera de proyectos*. (A. García, Ed.) Bogotá, Colombia: Buena Semilla. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=CK9JDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libro+estudio+de+mercado+para+emprender+2017&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj\\_uryytdbjAhWBnFkKHQTCBXQQ6AEIPDAE#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=CK9JDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libro+estudio+de+mercado+para+emprender+2017&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj_uryytdbjAhWBnFkKHQTCBXQQ6AEIPDAE#v=onepage&q&f=false)

Nevado, M., Gallardo, & Carvalho, L. (2019). *Emprendimiento en la administración local: un estudio empírico de la información contenida en los portales electrónicos de*

*los municipios del Alentejo, región de Portuga*. Innovar, 29(71). Obtenido de <http://www.redalyc.org/jatsRepo/818/81859042008/81859042008.pdf>

Pacheco, C., & Pérez, G. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial* (segunda edición ed.). México, México: Azucena García Nares. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=RcRXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=investigacion+de+mercado+en+proyectos+de+inversion+2018&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewim096a49jjAhUB01kKHb59AdQQ6AEIJzAA#v=onepage&q=investigacion%20de%20mercado%20en%20proyectos%20de%20inve>

Peña, M., Rodríguez, C., & Piñero, P. (2016). *Computación con palabras para el análisis de factibilidad de proyectos de software*. distrital, 20(50), 70. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/2570/257049511006.pdf>

Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión* (Primera ed., Vol. 1). (A. G. Nares, Ed.) México, México. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Qs9XDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libro+proyectos+de+inversi%C3%B3n+2018&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjD7tnfwtjjAhWStlkKHTE9DVoQ6AEIJzAA#v=onepage&q=libro%20proyectos%20de%20inversi%C3%B3n%202018&f=false>

## ANEXOS

### PRIMER ENCUESTA

#### FACTIBILIDAD DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

¿ERES EMPRENDEDOR, PERO TU PROYECTO NO DIO RESULTADO, ¿O NO SURGE? TE INVITAMOS A QUE NOS CUENTES TU ANÉCDOTA A TRAVÉS DE ESTA ENCUESTA.

1 Género

Mujer

Hombre


2 Seleccione su edad

Menos de 20 Años

20 a 30 Años

31 a 40 Años

41 a 50 Años

51 a 60 Años

Mas de 60 Años


3 ¿En qué sector o rama comercial se ubica tu emprendimiento?

Turismo

Diversión y entretenimiento

Salud

Alimentación

Prestación de Servicios

Tecnología

Otros


4 ¿En qué nivel de satisfacción se ubica el motivo por el cual emprendiste?

**Poco seguro**    **Medio seguro**    **Muy seguro**

Ganar dinero

--	--	--

Por experimentar

--	--	--

Por innovar

--	--	--

Por necesidad

--	--	--

Por diversión

--	--	--

5 ¿Recibiste capacitaciones acerca de tu proyecto?

Sí

--

No

--

6Cuál de estas opciones utilizaste para saber si tu emprendimiento sería aceptado en el mercado:

Encuesta

--

Estudio de mercado

--

Investigación

--

Otros

--

Ninguna

--

7 ¿Contabas con algún tipo de financiamiento?

Préstamo bancario

--

Apoyo económico de algún familiar

--

Ahorros

--

Aportación de socios

--



## SEGUNDA ENCUESTA

### CALZADO FABRICADO CON ESTILO Y MATERIAL EUROPEO EN LA CIUDAD DE PASAJE

1 Género

Mujer

Hombre

2 ¿Eres fan de los zapatos?

SI

NO

3 ¿Con qué frecuencia compras zapatos?

cada mes

cada tres meses

cada 6 meses

cada año

4 ¿Qué buscas cuando compras zapatos? En esta opción puedes seleccionar varios

Marca

Color

Diseño

Buen material

Precio

Confort

Nada

5 ¿Te gustaría utilizar zapatos con estilo y material europeo como producto nuevo?

- Sí
- No
- Tal vez
- Nunca


6 ¿Qué modelos te gustan más en zapatos? puede escoger varios

- Deportivos
- Sandalias
- Tacones
- Botas
- Botines
- Casuales
- Urbano


7 ¿Cuánto te gustaría pagar por un par de zapatos?

- \$25
- \$45
- \$65
- \$100
- más de \$100


8 ¿Dónde te gustaría que vendan estos zapatos?

- Centros Comerciales
- Almacenes
- Por internet
- Ventas puerta a puerta
- Por catálogos (bajo pedido)
