



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“Creación de una microempresa de comercialización e instalación de pisos
flotantes en la ciudad de Otavalo provincia de Imbabura”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR: Jhonatan Santiago Mera Herrera

DIRECTORA ENCARGADA: Ing. Nelly Eliana Galiano Andrade

IBARRA, 2019

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad de la creación de una Microempresa de comercialización e instalación de pisos flotantes en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura; con el propósito de implementar pisos flotantes de calidad en los hogares, negocios y oficinas a través de un excelente servicio de instalación en lo que se refiere a revestimiento de pisos. Para llevar a cabo este estudio, se inicia con la realización de un diagnóstico situacional, mediante la cual se analiza información correspondiente a los ámbitos geográficos, demográficos, económicos, tecnológicos, sociales y regulatorios ya que éstas son las áreas de influencia del proyecto, con la finalidad de determinar y analizar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas presentes en el entorno, lo que a su vez ha permitido identificar una oportunidad de inversión para llevar a cabo la propuesta.

Posteriormente, mediante la recopilación de información mediante técnicas usadas tanto para la demanda como para la oferta del servicio a entregar, se determina la existencia de un mercado insatisfecho del cual se desea captar un segmento, para lo cual se consideran gustos, frecuencias de consumo, capacidad de compra, precios de adquisición, lo que a su vez ha permitido establecer estrategias de mercado basadas en lograr satisfacer a los clientes y al posicionamiento de la microempresa, el cual busca convertirse en un referente en la ciudad.

Finalmente, se determina que la localización óptima de la Microempresa es en la zona centro este de Otavalo exactamente en la calle Cristóbal Colon y Vicente Ramon Roca, esquina. Por ser una parte de gran afluencia de personas; y su puesta en marcha demanda de una inversión que asciende a 7,608 dólares, misma que después de ser sometida a un análisis, confirma la factibilidad de la realización del proyecto.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the feasibility of creating a Microenterprise for the commercialization and installation of floating floors in the city of Otavalo, province of Imbabura; with the purpose of implementing quality floating floors in homes, businesses and offices through an excellent installation service in regard to floor covering. To carry out this study, it begins with the realization of a situational diagnosis, through which information corresponding to geographic, demographic, economic, technological, social and regulatory fields is analyzed since these are the areas of influence of the project, with The purpose of determining and analyzing the Strengths, Opportunities, Weaknesses and Threats present in the environment, which in turn has allowed us to identify an investment opportunity to carry out the proposal.

Subsequently, through the collection of information through techniques used both for the demand and for the supply of the service to be delivered, the existence of an unsatisfied market is determined from which a segment is to be captured, for which they are considered tastes, consumption frequencies, purchasing capacity, acquisition prices, which in turn has allowed establishing market strategies based on satisfying customers and the positioning of microenterprises, which seeks to become a benchmark in the city.

Finally, it is determined that the optimal location of the Microenterprise is in the central east area of Otavalo exactly on Cristóbal Colón street and Vicente Ramón Roca, corner. For being a part of large influx of people; and its start-up demand for an investment amounting to \$ 7,608, which after being submitted to an analysis, confirms the feasibility of carrying out the project.

AUTORÍA

Yo, **Jhonatan Santiago Mera Herrera**, portador de la cédula de identidad N° 1003792890 declaro bajo juramento que el presente trabajo aquí descrito: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN E INSTALACIÓN DE PISOS FLOTANTES, EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional; y que se han respetado las diferentes fuentes de información y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Ibarra, 2019



Jhonatan Santiago Mera Herrera

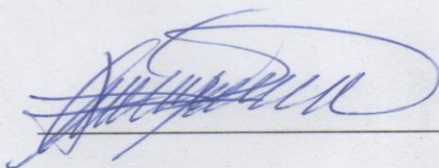
C.I. 1003792890

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado **Jhonatan Santiago Mera Herrera**, para optar por el Título de **INGENIERÍA COMERCIAL**, cuyo tema es: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN E INSTALACIÓN DE PISOS FLOTANTES, EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se asigne.

Ibarra, 2019

Atentamente,



Ing. Nelly Eliana Galiano Andrade

DIRECTORA ENCARGADA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO | | | |
|------------------------------------|--|------------------------|------------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 1003792890 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Jhonatan Santiago Mera Herrera | | |
| DIRECCIÓN: | Álvaro San Felix y Piedrahita | | |
| EMAIL: | santiagomeraherrera@gmail.com | | |
| TELÉFONO FIJO: | 062 926 993 | TELÉFONO MÓVIL: | 0992360926 |
| DATOS DE LA OBRA | | | |
| TÍTULO: | “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN E INSTALACIÓN DE PISOS FLOTANTES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA” | | |
| AUTOR: | Jhonatan Santiago Mera Herrera | | |
| FECHA: | 26 de noviembre de 2019 | | |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | | | |
| PROGRAMA: | Pregrado | | |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | Ingeniería Comercial | | |
| ASESOR/DIRECTOR: | Ing. Nelly Eliana Galiano Andrade | | |

CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 26 de noviembre de 2019

AUTOR:

Firma:  _____

Jhonatan Santiago Mera Herrera

CI: 1003792890

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a Dios y a mis Padres que con amor, constancia, esfuerzo y dedicación han luchado para lograr darme siempre lo mejor para que sea un profesional y persona responsable, capaz de alcanzar y cumplir con mis objetivos y metas planteadas a lo largo de toda mi vida estudiantil.

También se lo dedico a mis Hermanos, a mis Abuelitos, Tías, Tíos, Primas y Primos por estar al pendiente de mi desarrollo en el transcurso de mi vida y a mis Amigos más cercanos con los cuales los lazos de hermandad siempre han sido muy fuertes como para apoyarnos en los buenos y malos momentos con un abrazo y palabras sinceras.

Jhonatan Santiago Mera Herrera

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a Dios por haberme dado vida y salud en todos estos años, gracias Papi por siempre darme lo mejor, por esforzarte tanto para sacar adelante a nuestra familia a pesar de tantas cosas y a ti Mamá de mi vida gracias por la confianza que has depositado en mi persona a lo largo de la vida, por ser mi apoyo incondicional, por tus palabras de aliento y tu amor infinito en todos los momentos. A mi hermano Isaac gracias por sacarme siempre esa sonrisa que me hace seguir adelante a pesar de los problemas, el apoyo incondicional y la confianza que me brindas, a mi hermana Andrea gracias por siempre el cariño incondicional, por ser el motor que me motiva siempre a seguir adelante, a mis abuelos paternos Víctor e Hildita gracias por siempre darme su bendición, por orar por mí para que pueda cumplir con esta meta, por estar siempre pendiente de mí y motivarme a siempre ser mejor persona, hijo y profesional, a mis abuelitos maternos Eduardo y Clemencia que en paz descansen, gracias por servirme de motivación para no darme por vencido en los peores momentos y seguir luchando para cumplir mis objetivos. A mi tía Flor gracias por ser como una hermana mayor para mí, por apoyarme y cuidarme siempre desde niño, a mis tíos Álvaro y Verito, mis primos Alisson, Erick y Abigail gracias por estar siempre pendientes y dándome ánimos para que cumpla con esta meta.

Un agradecimiento especial a Nahomi que ha estado en las buenas y en las malas apoyándome sin importar las circunstancias, por decirme siempre que, si puedo y motivarme a cumplir mis objetivos, gracias por ser el complemento y compañera de vida.

Jhonatan Santiago Mera Herrera

PRESENTACIÓN

Para ejecutar el presente proyecto se seguirá una metodología que define los componentes o las etapas del estudio del emprendimiento y que se interactúan de manera directa con los objetivos específicos descritos.

Considerando que en la actualidad uno de los objetivos del Gobierno Nacional es el apoyo a todas las personas que han decidido por cuenta propia crear sus empresas motivando a que hagan crecer sus ingresos económicos y además se conviertan en los generadores de fuentes de empleo, beneficiando a pequeños grupos y éstos a su vez puedan solventar la economía de sus hogares.

El capítulo I hace referencia al diagnóstico y los antecedentes de los pisos flotantes, iniciando su estudio desde sus inicios, sus bondades, su crecimiento en el mercado en los últimos años y la progresión que experimentan los pisos laminados.

El Capítulo II hace referencia a la base científica sobre todos los temas y subtemas a tratarse a través de la investigación. El Marco Teórico es una investigación preliminar sobre documentos y libros para tomar decisiones en el diseño de la investigación, sirve para tener una teoría o modelo teórico como referencia para saber qué es lo que se investigará.

El Capítulo III se refiere al estudio de mercado en el que se desarrollará el emprendimiento de pisos flotantes, ya que este estudio es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocio para comercializar un producto y servicio, para ello es necesario identificar el mercado meta, oferta, demanda, la competencia que tendrá el producto.

En el Capítulo IV se desarrollará un estudio técnico en el que se hará un análisis que permite diseñar como se comercializara aquello que se venderá, conociendo esto podrá estimarse el

dimensionamiento físico necesario para la operación, las características del recurso humano que desempeñará las funciones, los requerimientos de materiales, en este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para vender, estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

En el Capítulo V se hará un estudio detallado de los activos de la empresa: sus gastos administrativos, costos de ventas, el financiamiento de la empresa en las mejoras que se les ha recomendado; y con toda esta información se evaluará el proyecto para los siguientes meses, analizando los flujos de caja.

En el Capítulo VI tratará sobre la forma en la que el emprendimiento pasará a convertirse en una microempresa puesto que deberá contar con todos los permisos legales para su constitución y con el respectivo manual de funciones para sus empleados, así como también con su misión, visión, políticas y valores corporativos para su buen desempeño.

El Capítulo VII trata sobre los impactos que durante el proceso de investigación se irán identificando obligando al investigador a profundizar la manera en que el proyecto afectará o incidirá en el bienestar de una comunidad o sociedad, son los aspectos positivos y negativos que la ejecución del proyecto provocará.

ÍNDICE

| | |
|---|-------|
| RESUMEN EJECUTIVO | ii |
| ABSTRACT | iii |
| AUTORÍA..... | iv |
| INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO | v |
| AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD | |
| TÉCNICA DEL NORTE | vi |
| CONSTANCIAS..... | vii |
| DEDICATORIA..... | viii |
| AGRADECIMIENTO..... | ix |
| PRESENTACIÓN..... | x |
| ÍNDICE | xii |
| ÍNDICE DE TABLAS | xviii |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES..... | xx |
| JUSTIFICACIÓN..... | xxi |
| OBJETIVOS DEL PROYECTO..... | xxii |
| Objetivo General..... | xxii |
| Objetivos Específicos | xxii |
| CAPÍTULO I..... | 23 |
| 1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL | 23 |
| 1.1 Antecedentes..... | 23 |
| 1.2 Objetivo general | 24 |
| 1.3 Objetivos específicos..... | 24 |
| 1.4 Variables a diagnosticar..... | 24 |
| 1.5 Indicadores..... | 24 |
| 1.5.1 Aspectos geográficos..... | 24 |
| 1.5.2 Aspecto demográfico..... | 25 |
| 1.5.3 Aspecto económico | 25 |

| | | |
|-------------------|---|----|
| 1.5.4 | Aspecto tecnológico | 26 |
| 1.5.5 | Aspectos sociales..... | 26 |
| 1.5.6 | Aspectos regulatorios | 26 |
| 1.6 | Matriz de relación situacional..... | 27 |
| 1.7 | Desarrollo de indicadores de variables | 28 |
| 1.7.1 | Variables geográficas | 28 |
| 1.7.2 | Variables demográficas | 29 |
| 1.7.3 | Variables económicas..... | 31 |
| 1.7.4 | Variable tecnológica..... | 39 |
| 1.7.5 | Variable social..... | 40 |
| 1.7.6 | Variables regulatorias..... | 41 |
| 1.8 | Matriz AOOR | 43 |
| 1.9 | Determinación de la oportunidad diagnosticada | 44 |
| CAPÍTULO II | | 45 |
| 2 | MARCO TEÓRICO..... | 45 |
| 2.1 | Introducción..... | 45 |
| 2.2 | Diagnóstico Situacional | 45 |
| 2.3 | Micro Empresa | 45 |
| 2.4 | Emprendimiento | 46 |
| 2.5 | Pisos Flotantes | 46 |
| 2.6 | Pisos flotantes laminados..... | 47 |
| 2.7 | Calidad AC3 de piso flotante..... | 47 |
| 2.8 | Estudio De Mercado | 47 |
| 2.8.1 | Demanda..... | 47 |
| 2.8.2 | Oferta..... | 48 |
| 2.8.3 | Demanda Insatisfecha | 48 |
| 2.8.4 | Segmentación De Mercado | 48 |

| | | |
|--------------------|--|----|
| 2.9 | Estudio Técnico | 49 |
| 2.9.1 | Tamaño Del Proyecto | 49 |
| 2.9.2 | Ingeniería Del Proyecto..... | 49 |
| 2.9.3 | Macro Localización..... | 49 |
| 2.9.4 | Micro Localización | 49 |
| 2.10 | Estudio Económico..... | 50 |
| 2.10.1 | Estado De Resultados..... | 50 |
| 2.10.2 | Balance General | 50 |
| 2.10.3 | Estado De Flujo De Efectivo..... | 50 |
| 2.10.4 | Inversión Inicial..... | 51 |
| 2.10.5 | Inversión Fija..... | 51 |
| 2.10.6 | Capital de trabajo | 51 |
| 2.10.7 | Punto De Equilibrio..... | 51 |
| 2.11 | Impacto | 51 |
| CAPÍTULO III | | 52 |
| 3 | ESTUDIO DE MERCADO | 52 |
| 3.1 | Introducción..... | 52 |
| 3.2 | Objetivo general | 52 |
| 3.3 | Objetivos específicos | 52 |
| 3.4 | Matriz de relación de mercado | 53 |
| 3.5 | Descripción del Producto..... | 53 |
| 3.6 | Descripción del servicio | 55 |
| 3.7 | Segmentación de mercado | 56 |
| 3.7.1 | Proyección de la población de la ciudad de Otavalo..... | 56 |
| 3.7.2 | Promedio de personas por hogar | 57 |
| 3.7.3 | Nivel de ingreso de hogares en Ecuador por área geográfica | 57 |
| 3.8 | Determinación de la muestra | 58 |

| | | |
|------------------|--------------------------------------|----|
| 3.9 | Tamaño de la muestra..... | 58 |
| 3.10 | Análisis de la encuesta..... | 60 |
| 3.11 | Entrevista a constructoras..... | 71 |
| 3.12 | Demanda..... | 75 |
| 3.13 | Oferta..... | 76 |
| 3.13.1 | Cuadro de competidores..... | 77 |
| 3.14 | Demanda insatisfecha..... | 78 |
| 3.15 | Estrategias de comercialización..... | 78 |
| CAPÍTULO IV..... | | 81 |
| 4 | ESTUDIO TÉCNICO..... | 81 |
| 4.1 | Introducción..... | 81 |
| 4.2 | Objetivo general..... | 81 |
| 4.3 | Objetivos específicos..... | 81 |
| 4.4 | Localización..... | 81 |
| 4.4.1 | Macrolocalización..... | 81 |
| 4.4.2 | Microlocalización..... | 82 |
| 4.5 | Tamaño del proyecto..... | 84 |
| 4.6 | Flujograma de procesos..... | 86 |
| 4.7 | Ingeniería del proyecto..... | 87 |
| 4.7.1 | Distribución de la microempresa..... | 87 |
| 4.8 | Inversiones..... | 89 |
| 4.8.1 | Activos fijos..... | 89 |
| 4.8.2 | Activos corrientes..... | 91 |
| 4.8.3 | Capital de trabajo..... | 96 |
| 4.8.4 | Resumen total de la inversión..... | 97 |
| CAPÍTULO V..... | | 98 |
| 5 | ESTUDIO FINANCIERO..... | 98 |

| | | |
|------------------|--|-----|
| 5.1 | Introducción..... | 98 |
| 5.2 | Objetivo general | 98 |
| 5.3 | Objetivos específicos | 98 |
| 5.4 | Estado de situación inicial | 98 |
| 5.5 | Precio y Utilidad..... | 99 |
| 5.6 | Ingresos proyectados | 100 |
| 5.7 | Costos proyectados | 100 |
| 5.8 | Depreciaciones..... | 101 |
| 5.9 | Proyección de costos y gastos totales | 101 |
| 5.10 | Estado de resultados | 102 |
| 5.11 | Punto de equilibrio..... | 103 |
| CAPÍTULO VI..... | | 105 |
| 6 | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 105 |
| 6.1 | Introducción..... | 105 |
| 6.2 | Objetivo general | 105 |
| 6.3 | Objetivos específicos | 105 |
| 6.4 | Razón social..... | 105 |
| 6.5 | Misión..... | 106 |
| 6.6 | Visión..... | 106 |
| 6.7 | Logotipo..... | 106 |
| 6.8 | Valores..... | 106 |
| 6.9 | Políticas empresariales | 107 |
| 6.10 | Organización de la microempresa | 107 |
| 6.11 | Estructura orgánica de la microempresa..... | 107 |
| 6.12 | Manual de funciones..... | 108 |
| 6.13 | Marco legal..... | 110 |
| 6.13.1 | Requisitos para la creación de una microempresa individual | 110 |

| | |
|---|-----|
| CAPÍTULO VII..... | 112 |
| 7 IMPACTOS | 112 |
| 7.1 Introducción..... | 112 |
| 7.2 Objetivo general | 112 |
| 7.3 Objetivos específicos..... | 112 |
| 7.4 Matriz de valoración de impactos..... | 112 |
| 7.5 Impacto económico..... | 113 |
| 7.6 Impacto social..... | 114 |
| 7.7 Impacto ambiental | 115 |
| 7.8 Impacto general | 116 |
| 8 CONCLUSIONES | 117 |
| 9 RECOMENDACIONES..... | 118 |
| 10 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 119 |
| 11 ANEXOS | 121 |
| 11.1 Anexo 1: Precio piso flotante | 121 |
| 11.2 Anexo 2: Precio porcelanato..... | 121 |
| 11.3 Anexo 3: Precio cerámica..... | 122 |
| 11.4 Anexo 4: Encuesta | 123 |
| 11.5 Anexo 5..... | 125 |
| 11.6 Anexo 6..... | 126 |
| 11.7 Anexo 7..... | 127 |
| 11.8 Anexo 8..... | 128 |
| 11.9 Anexo 9..... | 129 |
| 11.10 Anexo 10: | 130 |
| 11.11 Anexo 11..... | 131 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Matriz de relación situacional | 27 |
| Tabla 2. Matriz AOOD..... | 43 |
| Tabla 3. Matriz de relación de mercado | 53 |
| Tabla 4. Disponibilidad de piso flotante | 60 |
| Tabla 5. Beneficios de pisos flotantes | 61 |
| Tabla 6. Calificación del servicio de instalación..... | 62 |
| Tabla 7. Implemento del producto en el hogar..... | 63 |
| Tabla 8. Años para cambio de pisos flotantes | 64 |
| Tabla 9. Adquisición en metros cuadrados de pisos flotantes..... | 65 |
| Tabla 10. Lugar de adquisición de pisos flotantes | 66 |
| Tabla 11. Valor de pago por metro cuadrado de piso flotante | 67 |
| Tabla 12. Valor de pago por metro cuadrado de piso flotante | 68 |
| Tabla 13. Medios de comunicación para conocimiento del producto..... | 69 |
| Tabla 14. Promoción del producto | 70 |
| Tabla 15. Cuadro de competidores..... | 77 |
| Tabla 16. Matriz de variables | 83 |
| Tabla 17. Herramientas mayores..... | 89 |
| Tabla 18. Muebles y enseres | 90 |
| Tabla 19. Equipos de oficina..... | 90 |
| Tabla 20. Equipos de computación | 90 |
| Tabla 21. Cuadro comparativo proveedores | 91 |
| Tabla 22. Materia prima directa por m2 de pisos de 7mm de grosor..... | 92 |
| Tabla 23. Materia prima directa por m2 de pisos de 8mm de grosor..... | 92 |
| Tabla 24. Materia prima indirecta | 93 |
| Tabla 25. Servicios Básicos | 93 |
| Tabla 26. Materiales de oficina | 93 |
| Tabla 27. Gasto publicidad..... | 94 |
| Tabla 28. Alcance por publicitar en Facebook..... | 94 |
| Tabla 29. Gasto arrendamiento | 95 |
| Tabla 30. Gasto adecuación local..... | 95 |
| Tabla 31. Gasto adecuación local..... | 95 |
| Tabla 32. Instalador..... | 96 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 33. Administrador | 96 |
| Tabla 34. Capital de trabajo | 97 |
| Tabla 35. Resumen total de la inversión | 97 |
| Tabla 36. Estado de situación inicial..... | 99 |
| Tabla 37. Precios referenciales, competidores y promedio de pisos flotantes..... | 99 |
| Tabla 38. Utilidad de pisos flotantes..... | 100 |
| Tabla 39. Ingresos proyectados..... | 100 |
| Tabla 40. Costos proyectados..... | 100 |
| Tabla 41. Depreciaciones | 101 |
| Tabla 42. Proyecciones de costos y gastos..... | 102 |
| Tabla 43. Estado de resultados..... | 103 |
| Tabla 44. Punto de equilibrio en dólares y unidades..... | 103 |
| Tabla 45. Estado de resultados del punto de equilibrio..... | 104 |
| Tabla 46 Matriz de valoración de impactos. | 112 |
| Tabla 47. Impacto económico | 113 |
| Tabla 48. Impacto Social..... | 114 |
| Tabla 49. Impacto Ambiental..... | 115 |
| Tabla 50. Impacto general..... | 116 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|---|-----|
| Ilustración 1. Situación Geográfica del cantón Otavalo..... | 28 |
| Ilustración 2. Mapa geográfico del cantón Otavalo | 29 |
| Ilustración 3. Proyección de la población del cantón Otavalo por año calendario | 29 |
| Ilustración 4. Población económicamente activa del cantón Otavalo | 30 |
| Ilustración 5. Distribución de la población económicamente activa cantonal | 30 |
| Ilustración 6. Tasas de empleo del cantón Otavalo | 31 |
| Ilustración 7. Crecimiento de la industria de la construcción anual..... | 32 |
| Ilustración 8. Actividades económicas del cantón Otavalo..... | 34 |
| Ilustración 9. Proforma de pisos..... | 36 |
| Ilustración 10. Tenencia o propiedad de la vivienda del cantón Otavalo | 40 |
| Ilustración 11. Déficit de vivienda del cantón Otavalo | 40 |
| Ilustración 12. Composición del piso flotante..... | 54 |
| Ilustración 13. Proyección de la población de la ciudad de Otavalo..... | 56 |
| Ilustración 14. Promedios de personas por hogar del cantón Otavalo | 57 |
| Ilustración 15. Nivel de ingresos por SBU del área urbana del Ecuador por hogar..... | 57 |
| Ilustración 16. Disponibilidad de piso flotante | 60 |
| Ilustración 17. Beneficios de pisos flotantes | 61 |
| Ilustración 18. Calificación del servicio de instalación..... | 62 |
| Ilustración 19. Implemento del producto en el hogar..... | 63 |
| Ilustración 20. Tiempo para cambio de pisos flotantes | 64 |
| Ilustración 21. Adquisición en metros cuadrados de pisos flotantes..... | 65 |
| Ilustración 22. Lugar de adquisición de pisos flotantes | 66 |
| Ilustración 23. Valor de pago por metro cuadrado de piso flotante | 67 |
| Ilustración 24. Valor de pago por metro cuadrado de piso flotante | 68 |
| Ilustración 25. Medios de comunicación para conocimiento del producto..... | 69 |
| Ilustración 26. Promoción del producto | 70 |
| Ilustración 27. Situación geográfica de la provincia de Imbabura | 82 |
| Ilustración 28. Ubicación del local comercial | 87 |
| Ilustración 29. Diseño del local comercial | 88 |
| Ilustración 30. Imagotipo | 106 |
| Ilustración 31. Estructura orgánica de la empresa..... | 107 |

JUSTIFICACIÓN

Uno de los conceptos que con mayor fuerza se ha venido escuchando, en el ámbito productivo y educativo, desde comienzos del año 2000, es “emprendimiento”. No es sinónimo de creación de empresas, quizá, eso sí, la promoción de nuevos negocios, es una de las aplicaciones sobre la cual más se ha escrito y actuado a través de programas y proyectos dirigidos a mejorar la capacidad emprendedora orientada a la promoción de nuevas actividades productivas con fines de lucro.

En Imbabura, los emprendimientos son una forma de vida en este país andino, con lo cual sus habitantes se interponen a las circunstancias sociales, las relaciones políticas, las situaciones medioambientales y hasta las crisis económicas.

Como resultado del empuje de este sector ha sido creado en Ecuador el Instituto de la Economía Popular y Solidaria que pertenece al Ministerio de Inclusión Económica y Social, que se une en los esfuerzos junto a otras entidades para fomentar esta práctica y generar empleo.

El Centro de Desarrollo Económico del Municipio de Otavalo ayuda a fortalecer proyectos de emprendimiento y busca una forma de apoyarlos y buscar vías de desarrollo para los mismos. Esta actividad está considerada como una de las más importantes por la actual administración municipal, para impulsar la conformación de emprendimientos, basándose en los lineamientos de la Ley de Economía Popular y Solidaria.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Crear una microempresa de comercialización e instalación de pisos flotantes en la ciudad de Otavalo provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno para determinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.
- Describir las principales bases teóricas, conceptuales y legales, para sustentar el presente trabajo.
- Efectuar el estudio de mercado para determinar demanda, oferta, comercialización y precio de la competencia.
- Plasmar un estudio técnico para el establecimiento de la localización, el tamaño del emprendimiento y las inversiones que requerirá el emprendimiento.
- Plantear el presupuesto operacional para del proyecto para la proyección del flujo de ingresos, de gastos, del estado de resultados y del flujo de efectivo.
- Establecer la estructura organizativa del emprendimiento para la administración eficiente de los recursos humanos, financieros y materiales.
- Identificar los principales impactos que generará el proyecto en lo concerniente a lo económico, social y ambiental.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

La ciudad de Otavalo es la cabecera cantonal del cantón Otavalo ubicada al norte en la provincia de Imbabura en la zona 1. Según datos del plan de ordenamiento territorial de Otavalo (2014), *“para el año 2018 se tiene una proyección de habitantes de 122.481 a partir del último censo del año 2010.”*

Este incremento poblacional que tiene la ciudad de Otavalo, hace que se promueva el desarrollo de conjuntos habitacionales, residencias y casas particulares dentro de la ciudad. Es por eso que la demanda de constructoras, ferreterías, y locales que ofrecen productos dedicados a la construcción son muy importantes en el cantón.

En la ciudad de Otavalo, podemos apreciar que si existen empresas que se dedican a la comercialización de productos para construcción como es el caso de productos para revestimiento de pisos. Entre este tipo de revestimientos se encuentran los pisos flotantes que se ha venido incorporando en los hogares y han tenido una buena acogida en el mercado de la construcción en el mundo.

“Los pisos laminados han estado por Europa desde ya hace 15 años y han experimentado un crecimiento masivo en los últimos años. En el 2004, se vendieron más de 750 millones de metros cuadrados de pisos laminados en el mundo, aumentando un 13% respecto al año anterior. El mercado de mayor crecimiento está en los Estados Unidos, con una impresionante tasa de crecimiento del 25%”. (labsunwood, 2015)

“El mercado global de pisos de madera y laminados experimenta una notable progresión debido al estilo de vida cambiante y la mayor demanda de la construcción residencial, debido a su perfil ambiental, durabilidad y fisonomías”. (Cooper, 2015)

1.2 Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional del entorno para determinar sus aliados, oportunidades, oponentes y riesgos para la creación del emprendimiento.

1.3 Objetivos específicos

- Analizar la situación geográfica y demográfica del cantón Otavalo
- Determinar los aspectos económicos del cantón Otavalo dentro del sector industrial, agrícola y de servicios.
- Identificar la incidencia de las redes sociales para el desarrollo del emprendimiento.
- Identificar los aspectos sociales que involucra el emprendimiento.
- Determinar la normativa legal que rige al emprendimiento.

1.4 Variables a diagnosticar

- a) Aspecto geográfico
- b) Aspectos demográficos
- c) Aspecto económico
- d) Aspecto tecnológico
- e) Aspecto social
- f) Aspecto regulatorio

1.5 Indicadores

1.5.1 Aspectos geográficos

- Situación geográfica del cantón Otavalo

- Ubicación del cantón Otavalo

1.5.2 Aspecto demográfico

- Crecimiento Poblacional
- Población económicamente activa.
- Población con empleo
- Población con subempleo
- Población con desempleo

1.5.3 Aspecto económico

– *Sector Industrial*

- Pisos flotantes (producto)
- Crecimiento de la industria de la construcción

– *Sector Servicios*

- Empresas dedicadas a la instalación de pisos flotantes

– *Sector Agrícola*

- Materia prima ecológica

– *Sector Comercio*

- Principales actividades económicas del cantón Otavalo

– *Sector empresarial*

- Distribuidores de Materia prima
- Principales ferreterías
- Productos sustitutos
- Arquitectos, constructoras de casas e inmobiliarias

– *Economía en el Ecuador*

- Pobreza en el Ecuador

- Riesgo país

1.5.4 Aspecto tecnológico

- La incidencia de las redes sociales

1.5.5 Aspectos sociales

- Acceso de la población a vivienda
- Tipos de viviendas
- Déficit habitacional

1.5.6 Aspectos regulatorios

- Ordenanzas municipales
- Ley de economía popular y solidaria

1.6 Matriz de relación situacional

Tabla 1. Matriz de relación situacional

| Objetivos | Variables | Indicadores | Fuente | Técnicas |
|--|-----------------------|---|------------|--------------|
| Analizar los aspectos geográficos | Aspectos geográficos | <ul style="list-style-type: none"> Situación geográfica del cantón Otavalo Ubicación del cantón Otavalo | Secundaria | Documentales |
| Determinar los aspectos demográficos | Aspectos demográficos | <ul style="list-style-type: none"> Crecimiento Poblacional Población económicamente activa. Población con empleo Población con subempleo Población con desempleo | Secundaria | Documentales |
| Determinar los aspectos Económicos | Aspectos económicos | <p>Sector Industrial</p> <ul style="list-style-type: none"> Pisos flotantes (producto) Crecimiento de la industria de la construcción <p>Sector Servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> Empresas dedicadas a la instalación de pisos flotantes <p>Sector Agrícola</p> <ul style="list-style-type: none"> Materia prima ecológica <p>Sector Comercio</p> <ul style="list-style-type: none"> Principales actividades económicas del cantón Otavalo <p>Sector empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> Distribuidores de Materia prima Principales ferreterías Productos sustitutos Arquitectos, constructoras de casas e inmobiliarias <p>Economía en el Ecuador</p> <ul style="list-style-type: none"> Pobreza en el ecuador Riesgo país | Secundaria | Documentales |
| Analizar la importancia de los aspectos tecnológicos | Aspecto tecnológico | <ul style="list-style-type: none"> Redes sociales | Secundaria | Documentales |
| Identificar los aspectos sociales | Aspectos sociales | <ul style="list-style-type: none"> Acceso de la población a vivienda Tipos de vivienda Déficit habitacional | Secundaria | Documentales |
| Identificar los aspectos regulatorios | Aspectos regulatorios | <ul style="list-style-type: none"> Ley de reactivación económica Ley de economía popular y solidaria | Secundaria | Documentales |

Fuente: Indicadores

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

1.7 Desarrollo de indicadores de variables

1.7.1 Variables geográficas

- **Situación Geográfica**

El gobierno autónomo descentralizado del cantón Otavalo según su situación geográfica menciona:

Ilustración 1. Situación Geográfica del cantón Otavalo

| | |
|--------------------------|--------------------------------|
| Provincia | Imbabura |
| Cantón | Otavalo |
| Región | Sierra Norte |
| Cabecera cantonal | San Luis de Otavalo |
| Superficie km2 | Urbana: 82,10 Rural: 424.37 |
| Perímetro urbano | 800 hectáreas |

Fuente: GAD Otavalo, 2018

Análisis: En el cuadro se puede observar que la superficie urbana comprende 82,10 km², y el área rural un total de 424, 37 km², el área rural es superior al área urbana en una cantidad considerable, pero, al ser la ciudad de Otavalo cabecera cantonal, tiene la posibilidad de crecer en lo que comprende al área urbana, convirtiéndose en una oportunidad para el desarrollo del emprendimiento. Además, el área rural de igual manera se convierte en una oportunidad para el emprendimiento, por su gran extensión facilita el asentamiento de familias y por ende en crecimiento de la infraestructura.

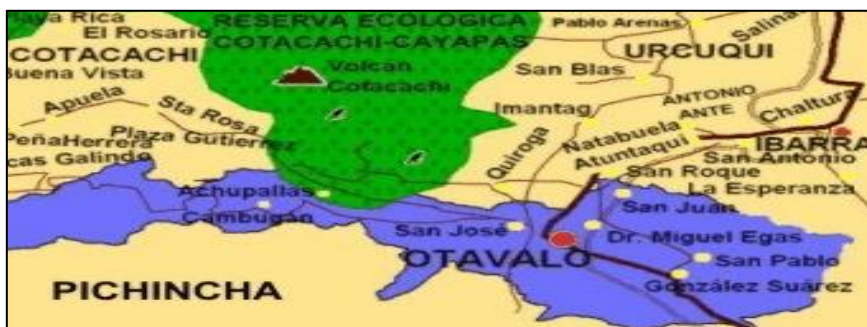
- **Ubicación**

Para analizar la ubicación es necesario conocer y relacionar varios factores:

“Tener en cuenta la macro localización, es decir el país, la ciudad y la región con su área de influencia y la micro localización, barrio, sector y ubicación específica de la planta y de la empresa” (Den Bergue, 2012, pág. 34).

El gobierno autónomo descentralizado del cantón Otavalo (2018) afirma que, “La ciudad de Otavalo se localiza al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra”.

Ilustración 2. Mapa geográfico del cantón Otavalo



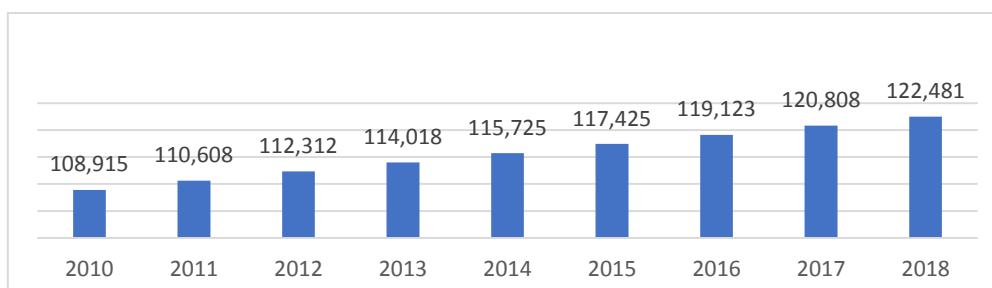
Fuente: PDOT, Otavalo

Análisis: La ciudad de Otavalo se encuentra a 110 km de la ciudad de Quito donde se encuentran los principales proveedores de materia prima. Además, se pueden encontrar los insumos necesarios que no se puedan encontrar en la ciudad de Otavalo para la colocación de pisos flotantes. Esto se considera como un aliado para el emprendimiento.

1.7.2 Variables demográficas

- **Crecimiento poblacional**

Ilustración 3. Proyección de la población del cantón Otavalo por año calendario



Fuente: PDOT Otavalo, 2014

Análisis: La proyección de la población tiene un crecimiento promedio desde el año 2010 de 1690 personas en promedio anuales, y para el año 2018 alcanza los 122481 habitantes en el cantón Otavalo. Este crecimiento poblacional es una oportunidad para el desarrollo del

emprendimiento ya que incrementa el número de familias y la posibilidad de crecimiento habitacional, es decir aumenta el número de casas.

- **Población económicamente activa.**

Según el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Otavalo (2014) “la población activa del cantón Otavalo es de 41002 personas”.

Ilustración 4. Población económicamente activa del cantón Otavalo

| Población económicamente activa | | | | | | |
|---------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|--|---|--|--|
| Nombre del cantón | Trabajo al menos una hora | No trabajo, pero si tiene trabajo | Al menos una hora fabrico algún producto o brindo algún servicio | Al menos una hora ayudo en algún negocio o trabajo de un familiar | Al menos una hora realizo labores agrícolas o cuidado animales | Es cesante. Busco trabajo habiendo trabajado antes y está disponible para trabajar |
| Otavalo | 31692 | 1357 | 1919 | 1803 | 3854 | 377 |
| TOTAL | 41002 | | | | | |

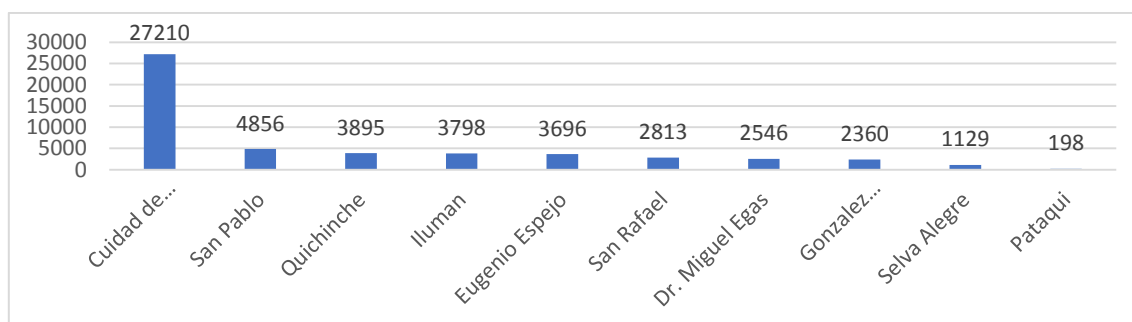
Fuente: PDOT, Otavalo 2014

Análisis: La PEA es una oportunidad para el emprendimiento ya que se encuentran las personas que generaron ingresos y tienen la capacidad de pago.

Además, tienen la posibilidad de adquirir pisos flotantes y por ende pueden pagar el servicio de instalación de los mismos.

- **Distribución de la población económicamente activa cantonal**

Ilustración 5. Distribución de la población económicamente activa cantonal



Fuente: PDOT Otavalo, 2014

Análisis: Como se puede evidenciar la mayoría de la población económicamente activa del cantón Otavalo se concentra en la ciudad de Otavalo con 27210, lo cual se convierte en una oportunidad para el emprendimiento ya que representa personas que trabajaban, trabajan, o están en condiciones de trabajar, por lo que pueden generar algún tipo de actividad económica y generar ingresos.

- **Empleo, subempleo y desempleo en el cantón Otavalo**

En el siguiente recuadro nos indica la tasa de empleo adecuado, subempleo y desempleo existente en el cantón Otavalo, para poder conocer su entorno económico.

Ilustración 6. Tasas de empleo del cantón Otavalo

| Indicadores laborales | Porcentaje |
|------------------------------|-------------------|
| Tasa de empleo adecuado | 49% |
| Tasa de subempleo | 12% |
| Tasa de desempleo | 5% |

Fuente: PDOT, Otavalo

Análisis: El empleo adecuado tiene un porcentaje del 49% lo que significa que 20191 personas no tienen deficiencias de horas de trabajo ni de ingresos mensuales. Para la población con subempleo el porcentaje es del 12% que significa que 4920 personas presentan alguna deficiencia de horas o de ingresos. La población con desempleo tiene un porcentaje del 5% que significa que 2050 personas no cuentan con horas de trabajo ni de ingresos. La población que tiene empleo adecuado se convierte en una oportunidad ya que tendrá el poder adquisitivo para poder adquirir nuestro producto.

1.7.3 Variables económicas

- **Sector industrial**
 - *Pisos flotantes*

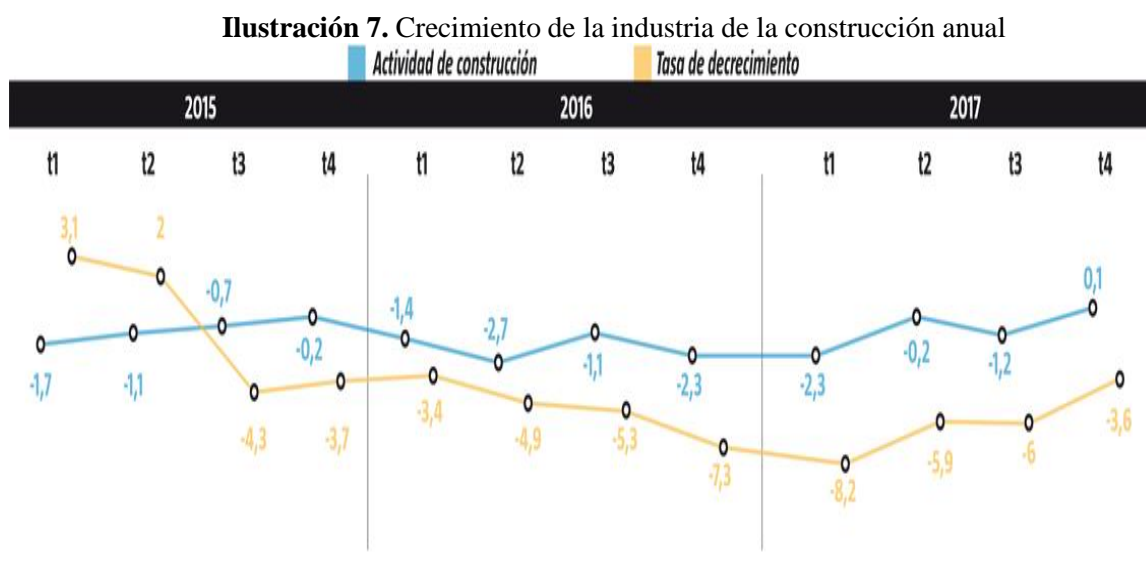
Las empresas de construcción en crecimiento abrirán las perspectivas en el mercado:

“A medida que el nivel de vida de la sociedad se enriquece, se espera que la madera y el piso laminado ocupen una mayor proporción de la industria global de pisos. Los avances tecnológicos y el desarrollo de soluciones variadas antideslizantes y resistentes a las bacterias utilizadas en el sector sanitario han tenido un impacto favorable en el crecimiento del mercado de la madera y del suelo laminado.” (Cooper, 2015)

Análisis: El crecimiento y la evolución de los pisos flotantes se considera una oportunidad por la capacidad de ocupar un mayor lugar en el mercado de pisos a nivel global y nacional. Además, garantiza una larga vida útil de este producto en el mercado de pisos.

- **Crecimiento de la industria de la construcción**

El siguiente grafico nos muestra la evolución del crecimiento de la construcción.



Fuente: Banco central del Ecuador, 2017

Según el Banco central del Ecuador (2017), “Es importante señalar que la actividad de la Construcción, en el cuarto trimestre de 2017, registró un crecimiento de 0.1% con respecto al trimestre anterior, después de experimentar 12 trimestres consecutivos de contracción, de acuerdo a los registros de la Encuesta Mensual de Opinión Empresarial”.

Análisis: el crecimiento del 0,01%, se considera como una oportunidad para el emprendimiento, significa que se están construyendo más casas y la industria de la construcción se está recuperando con respecto a los 12 meses anteriores.

- **Sector servicios**

- *Empresas dedicadas a la instalación de pisos flotantes*

Según la Cámara de Comercio de la ciudad de Otavalo (2017), entre las principales empresas que se dedican a la instalación de pisos flotantes se encuentran, “ferretería Bosna”, “Alma pisos”, “cortinas y pisos”, “mundo pisos”.

Análisis: Las empresas que ofrecen el mismo servicio que el emprendimiento brinda, se considera como un oponente, convirtiéndose en competidores directos. Sin embargo, el número de empresas que se dedican a la instalación de pisos flotantes no cubren la demanda de producto que existe en la ciudad de Otavalo.

- **Sector agrícola**

- *Materia prima ecológica*

La empresa argentina de fabricación y comercialización de pisos flotantes TopFlor (2018) afirma que:

“Los suelos laminados están hechos principalmente de madera de forestación, un recurso clasificado como renovable, y es por eso que son considerados un producto amigable con el medio ambiente y sostenible ya que incluso puede reciclarse. Todos los materiales que componen el suelo flotante son fabricados de manera ecológica gracias a avanzadas tecnologías de producción es posible transferir el buen equilibrio ecológico de los productos de madera a los pisos flotantes. Para la fabricación del suelo laminado se emplea principalmente madera de forestación, gestionada de manera sostenible lo que evita cualquier impacto ambiental en el ecosistema, además de incorporar junto a esta madera restos

provenientes de aserraderos, lo que convierte en cierto modo a los pisos flotantes un producto de reciclaje. Además, la mayoría de los productores, incorporan en sus ciclos productivos distintos puntos de medición de desperdicios sólidos, líquidos y gaseosos, para asegurarse que el piso flotante no contamine el medio ambiente desde su elaboración y a lo largo de toda su vida útil.”

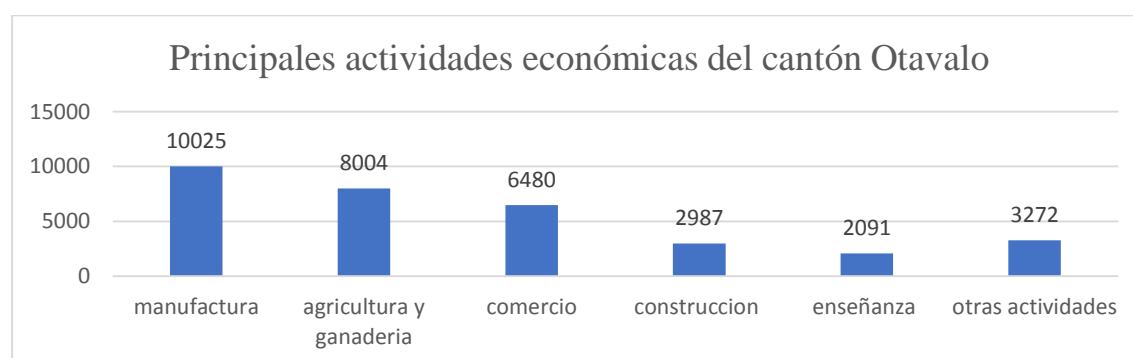
Análisis: Los pisos laminados son una oportunidad por ser un producto amigable con el medio ambiente y gracias a la evolución de la concienciación de personas en el cuidado del mismo, juega un papel fundamental a la hora de elegir los pisos flotantes y no otros productos que son fabricados de una manera más nociva al medio ambiente.

- **Sector Comercio**

- *Principales actividades económicas del cantón*

En el siguiente grafico se muestran las principales actividades económicas dentro del cantón Otavalo según la población económicamente activa:

Ilustración 8. Actividades económicas del cantón Otavalo



Fuente: PDOT 2014

Análisis: Dentro de las principales actividades económicas se encuentran en cuarta instancia el sector de la construcción con 2987 personas de la PEA que se dedican a esta rama, lo cual significa que es una actividad económica importante dentro del cantón y que existe mucho potencial para poder introducir nuestro producto al mercado, por tanto, se convierte en una oportunidad para el emprendimiento.

- **Sector empresarial**

- *Distribuidores de materia prima*

En Ecuador existen empresas encargadas de distribuir pisos flotantes importados a nivel nacional, lo cual facilita la obtención de materia prima por medio de proveedores.

En Ecuador no existe ninguna empresa que se dedique a la fabricación de pisos flotantes es por eso que para la adquisición de materia prima se contactará con proveedores por medio de la página web (www.construex.com.ec), donde se hace una exhibición virtual de productos para la construcción, arquitectura y diseño. Se puede encontrar empresas que ofrecen una amplia variedad de pisos flotantes importados. Entre estas empresas se destacan las empresas LisLop, Adiez, Termipisos, kevó, etc. Los proveedores de materia prima se convierten en un aliado.

- *Principales ferreterías*

Según la Cámara de Comercio de la ciudad de Otavalo (2017), las principales ferreterías registradas en la ciudad de Otavalo son, “Comercial Genesis”, “S.C.C. Bosna”, “ferretería Bellota”, “Ferro Repuesto”, “Distribuidora el Artesano”, “Ferretería Aguilar”, “Ferretería Pinturas y Algo más”.

Las ferreterías son un aliado para el emprendimiento, abastecen de materiales necesarios para la instalación de pisos flotantes. La correcta instalación de pisos flotantes necesita de insumos y herramientas idóneas, es por eso que, las ferreterías nos abastecerán de los materiales necesarios para la colocación de los mismos como es el caso de las ferreterías antes mencionadas.

Cabe destacar la ferretería “Bosna” es la ferretería más grande de la ciudad de Otavalo, y se convierte en nuestro aliado potencial por la variedad de productos que no tienen las demás ferreterías y los precios son más económicos, siendo la ferretería más apta para adquirir productos para la instalación de pisos flotantes.

○ *Productos sustitutos*

Para el presente emprendimiento los productos sustitutos del piso flotante son todo lo que se utilice para revestimiento de pisos para interiores. *“La existencia de productos sustitutos invita a los clientes a comparar calidad, característica, desempeño, facilidad de uso, así como el precio y otros atributos”* (Luna Gonzales, 2014, pág. 121)

Entre estos productos se encuentran la cerámica, baldosa, porcelanato, madera, vinil, alfombra, parquet, entre los principales que se los puede adquirir fácilmente en todas las ferreterías antes mencionadas de la ciudad de Otavalo.

Para realizar una pequeña comparación de precio se realizó el siguiente recuadro que contiene la proforma de cada tipo de piso:

Ilustración 9. Proforma de pisos

| Piso | Precio m2 |
|---------------------|------------------|
| Piso flotante | 13.50 |
| Piso de porcelanato | 13.50 |
| Piso de cerámica | 7.00 |
| Piso de madera | 46.89 |

Fuente: Proforma, Anexo 1,2 y 3

Análisis: Existe una variación muy grande de precios en pisos flotante al piso de madera, por tanto, personas que les gusta la madera pueden optar por pisos flotantes debido a su gran parecido y su mejor precio. En cambio, en pisos de porcelanato y cerámica, aunque no exista una diferencia de precio significativa, tienen potencial para ser reemplazados por el piso flotante.

La variedad de colores y texturas que posee la cerámica y baldosa se convierte en un oponente para los pisos flotantes, de igual manera, posee una gran variedad de colores y texturas a diferencia de la madera, existe poca variedad en comparación con las tres antes mencionadas.

La baldosa y cerámica tienen características muy distintas al piso flotante y piso de madera, están hechos de materiales muy diferentes, cumplen distintas funciones y se adaptan a otro tipo de necesidades.

Con lo mencionado anteriormente, la amplia variedad de productos y precios de los pisos se convierten en un oponente, sus características diferentes al piso flotante satisfacen otras necesidades, gustos y preferencias de sus clientes.

- *Arquitectos, constructoras e inmobiliarias*

Según el Servicio de Rentas Internas (2010), en la provincia de Imbabura existen 20 establecimientos dedicados a la construcción y 38 establecimientos que se dedican a las actividades inmobiliarias.

En la ciudad de Otavalo según la cámara de comercio (2017), las principales constructoras que existen son la constructora “Otavalocons S.A” y la “constructora Alpahuasi”. Entre las principales inmobiliarias se encuentra “Bienes Raíces Cosmos” e “Inmobiliaria Tierra Nueva”

Análisis: Los arquitectos son aliados, por lo que de manera independiente y a los gustos y preferencias del cliente construyen casas e implementan de manera regular los pisos flotantes en los dormitorios.

Análisis: Las constructoras en la ciudad de Otavalo sin duda son un aliado potencial para nuestro emprendimiento ya que se encargan de la construcción de casas y conjuntos habitacionales e incluso a la remodelación de casas, donde podemos contactar con los mismos

para poder cooperar en sus proyectos habitacionales ofreciendo el producto y servicio en el revestimiento de pisos.

Análisis: Las inmobiliarias se consideran un aliado para ofrecer el producto y servicio, se encargan de la compra y venta de casas, y en algunas ocasiones pueden necesitar remodelar pisos para obtener mayores beneficios a la hora de vender casas.

- **Economía en el Ecuador**

- *Pobreza en el Ecuador*

“En junio del 2018, la pobreza a nivel nacional se ubicó en 24,5% en Ecuador, mientras que la pobreza extrema se ubicó en el 9%, según informó el INEC el 16 de julio del 2018. Esto representó una variación de 1,4 puntos respecto a junio del 2017, cuando llegó a 23,1%” (Comercio, 2018)

Análisis: El alto índice de pobreza que se presenta en Ecuador se convierte en un riesgo para el emprendimiento debido al mal nivel económico en el que se encuentra el país y la inestabilidad de manejo de pobreza en el gobierno.

- *Riesgo país*

“El Gobierno ecuatoriano destacó este viernes 18 de mayo, que el riesgo país ha descendido 87 puntos en los últimos cuatro días, ubicándose el jueves 17 de mayo en 661 puntos, según la calificadora de riesgo JP Morgan”. (Telegrafo, 2018)

Análisis: A pesar del último informe presentado por el gobierno ecuatoriano indique que, el riesgo país tuvo un descenso de 87 puntos, este índice es muy variable, resultando un riesgo para el emprendimiento debido a que el gobierno no otorga una estabilidad que permita mantenerse por un periodo prolongado, sino que varía en solo días.

1.7.4 Variable tecnológica

- **Redes sociales**

“La principal finalidad de cualquier empresa es vender sus productos o servicios y, por ello, se necesita contactar con un gran número de personas que puedan ser sus clientes, poniendo a su alcance información acerca de la empresa y sus productos, esto hoy en día no pueden lograrse solo mediante el uso de los medios del marketing tradicional sino que requiere de nuevos canales de comunicación, como las redes sociales que permiten establecer mayores contactos y más fuertes, ofertar productos o servicios con mayor difusión u mantener un trato más directo con los clientes o potenciales clientes. Es un modo de reforzar su relación con ellos” (Valls Arnaus, 2016, pág. 61)

En Ecuador *“Según datos del Observatorio TIC, hasta el 2015, el 91% de personas que utilizan celular accedió a redes sociales, a través de su dispositivo móvil inteligente, es decir, 21 puntos porcentuales más que en el 2011, cuando se registró un 69,92% de personas que ingresaron a redes sociales desde sus teléfonos.” (telecomunicaciones, 2015)*

“A nivel urbano se registra que el 92,4% de ciudadanos acceden a redes sociales, por medio de sus teléfonos móviles; mientras que en la zona rural el 82,88% de personas con celular accede a las redes sociales.” (telecomunicaciones, 2015)

Análisis: Sin duda el uso de las redes sociales se convierte en un aliado para nuestro emprendimiento ya que la mayoría de las personas que tienen celular, según los datos del ministerio de telecomunicaciones usan las redes sociales, entre las principales se encuentra Facebook, la cual puede ayudar a llegar más rápido a los clientes y la capacidad de poder expandir la microempresa en el mercado. Además, se puede establecer estrategias de marketing y publicidad por redes sociales.

1.7.5 Variable social

- **Acceso de la población a vivienda**
 - *Tipos de vivienda*

En recuadro que se presenta a continuación se describe el porcentaje de población según la tenencia o propiedad de la vivienda.

Ilustración 10. Tenencia o propiedad de la vivienda del cantón Otavalo

| Tenencia o propiedad de la vivienda | Área Urbana |
|---|--------------------|
| 1. Propia y totalmente pagada | 38,44% |
| 2. Propia y la está pagando | 7,41% |
| 3. Propia (regulada, donada, heredada o por posesión) | 8,69% |
| 4. Prestada o Cedida (no pagada) | 12,34% |
| 5. Por servicios | 0,79% |
| 6. Arrendada | 32,11% |
| 7. Anticresis | 0,22% |
| TOTAL | 100,00% |

Fuente: PDOT Otavalo

Análisis: Se observa que, en el cuadro la mayor incidencia se concentra en tipo de vivienda propia y totalmente pagada (38,44%), donde existe la posibilidad de que un porcentaje opte por cambiar de piso. El segundo porcentaje es de vivienda arrendada (32,11%), donde algún porcentaje opte por comprar una casa y dejar de arrendar.

- *Déficit de vivienda*

El siguiente recuadro muestra el porcentaje de déficit de vivienda tanto en forma cuantitativa y cualitativa.

Ilustración 11. Déficit de vivienda del cantón Otavalo

| Déficit | Urbano |
|----------------|---------------|
| Cualitativo | 26,58% |
| Cuantitativo | 9,38% |

Fuente: PDOT Otavalo

Análisis: El análisis cuantitativo corresponde al número de viviendas cuyas condiciones habitacionales se consideran irrecuperables o aquella que necesita ser reemplazada por una nueva. Este déficit corresponde al 9,38% en el área urbana.

El análisis cualitativo es una definición similar al déficit cuantitativo con la diferencia de que su cálculo se toma en consideración la relación entre el número de viviendas en condiciones recuperables y el total de las viviendas. En cambio, el déficit cuantitativo realiza la misma relación considerando el número de viviendas en condiciones irrecuperables. Este déficit corresponde al 26,58% en el área urbana.

Análisis: Este índice de déficit habitacional tiene un valor considerable, existe un porcentaje de casas que necesitan ser reemplazadas y se encuentran en condiciones irrecuperables, por tanto, el gobierno o municipio puede implementar estrategias de vivienda digna como es el caso del plan “Casa para todos”, enmarcada dentro del plan “Toda una vida” del gobierno de Ecuador. Esto se considera una oportunidad dentro del emprendimiento para participar en los planes de vivienda que se implementen dentro del cantón.

1.7.6 Variables regulatorias

- **Apoyo del gobierno a las microempresas, emprendimientos e inversiones exentas de impuestos**

“Las nuevas microempresas que inicien su actividad económica según de la Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera, gozarán de la exoneración del impuesto a la renta durante tres años contados a partir del primer ejercicio fiscal en el que se generen ingresos operacionales, siempre que generen empleo neto e incorporen valor agregado nacional en sus procesos productivos, de conformidad con los límites y condiciones que para el efecto establezca el reglamento a esta Ley” (SRI, 2017)

Análisis: Esta ley se considera una oportunidad para el emprendimiento, ya que la exoneración de impuestos a nuevos proyectos de inversión, genera más capacidad de volver a invertir o de aumentar la utilidad. Esto permite que la microempresa se mantenga en el tiempo hasta poder ser sustentable por su propia cuenta.

- **Ley de economía popular y solidaria**

Para efectos de la presente ley, *“entiende por economía popular y solidaria, al conjunto de formas colectivas de organización económica, auto gestionadas por sus propietarios que se asocian como trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios, a fin de obtener ingresos o medios de vida en actividades orientadas por el buen vivir, sin fines de lucro o de acumulación de capital.”* (inclusion.gob.ec, 2014)

En la presente ley, en las formas de organización menciona, *“Las organizaciones económicas populares, tales como, los emprendimientos unipersonales, familiares, barriales, comunales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, que integran la economía popular y serán promovidas fomentando el asociativismo, la solidaridad y el acceso a programas de inclusión”*. (inclusion.gob.ec, 2014)

Análisis: Se entiende por economía popular, al conjunto de organizaciones dedicadas a la producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo o a su venta en el mercado, con el fin de, mediante el autoempleo, generar ingresos para la subsistencia de quienes la practican. Esto se transforma en una oportunidad de poder participar en programas de inclusión del gobierno que promuevan la solidaridad y asociativismo.

1.8 Matriz AOOD

Tabla 2. Matriz AOOD

| ALIADOS | OPONENTES |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Situación geográfica del cantón Otavalo (Por su ubicación facilita la obtención de materia prima e insumos necesarios) • Pisos flotantes (Producto) • Proveedores de pisos flotantes en Ecuador (Importadores de pisos flotantes en Quito y Guayaquil principalmente) • Arquitectos, constructoras de casas e inmobiliarias en la ciudad de Otavalo • Principales Ferreterías en la ciudad de Otavalo • Uso de las redes sociales en Ecuador (Por su alto índice de uso se logrará llegar a los clientes más rápidamente y expandir el mercado) | <ul style="list-style-type: none"> • Empresas dedicadas a la instalación de pisos flotantes en la ciudad de Otavalo • Productos sustitutos del piso flotante (Cerámica, porcelanato, madera) |
| OPORTUNIDADES | RIESGOS |
| <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento poblacional del cantón Otavalo (Incremento de hogares y crecimiento habitacional) • Principales actividades del cantón Otavalo (En cuarta instancia se encuentra la construcción) • Crecimiento de la industria de la construcción en Ecuador (Registro un crecimiento respecto a los 12 meses anteriores para el cuarto trimestre del 2017) • Población económicamente activa en la ciudad de Otavalo (Que tienen trabajo adecuado) • Materia prima ecológica (Elaborado en parte por materiales ecológicos) • Acceso de la población a vivienda en la ciudad de Otavalo (Vivienda propia y totalmente pagada, y vivienda arrendada) • Déficit de vivienda en la ciudad de Otavalo (Déficit cualitativo y cuantitativo). • Ley de reactivación económica en Ecuador (Apoyo del gobierno a las microempresas, emprendimientos e inversiones exentas de impuestos) • Ley de economía popular y solidaria (acceder a las organizaciones económicas a programas de inclusión del gobierno) | <ul style="list-style-type: none"> • Pobreza en el Ecuador (Inestabilidad del gobierno en el manejo de la pobreza en el Ecuador). • Riesgo país en el Ecuador (No existe una estabilidad económica en el Ecuador). |

Fuente: Desarrollo de indicadores de variables

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

1.9 Determinación de la oportunidad diagnosticada

Se han identificado algunos aliados significativos para el desarrollo del emprendimiento tomando en consideración que, la ciudad de Otavalo por su ubicación geográfica y al considerarse cabecera cantonal cuenta con facilidad de contactar con proveedores, constructoras y ferreterías que provean de insumos necesarios para el emprendimiento.

En las oportunidades, cabe destacar el crecimiento poblacional y el crecimiento de la industria de la construcción promueve a que se construyan nuevas casas y por ende tener la oportunidad de ofrecer el producto. Además, el apoyo que brinda el gobierno al exentar de impuestos a las nuevas microempresas hace que el emprendimiento pueda permanecer más tiempo en el mercado.

Dentro de los oponentes se encuentran a los productos sustitutos como los principales competidores por su gran variedad de texturas y colores y sus diferentes características al piso flotante.

Los riesgos que mantiene el emprendimiento es el alto índice de pobreza por falta de manejo de programas de gobierno y el riesgo país que es algo muy cambiante e inestable, puede hacer que las personas no puedan adquirir el producto.

Mediante el desarrollo y análisis de la matriz diagnóstica y sus respectivas variables e indicadores como sus aliados, oportunidades, oponentes y riesgos, se determinó que existe la posibilidad de desarrollar el siguiente proyecto porque existen condiciones del entorno que permiten emprender en el mismo.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Introducción

El marco teórico tiene como fin dar a conocer conceptos que orienten al presente estudio y permitan una comprensión más clara de los temas que se desarrolla en el proyecto. Para la construcción del marco teórico se requiere de la investigación bibliográfica y linkográfica, la búsqueda debe ser realizada con rigor para obtener un claro concepto de los temas y así lograr comprender cada término utilizado dentro del proyecto que se desarrolle posteriormente.

2.2 Diagnóstico Situacional

“Es la identificación, descripción y análisis evaluativo de la situación actual de la organización o el proceso, en función de los resultados que se esperan y que fueron planteados en la misión. Es a la vez una mirada sistemática y contextual, retrospectiva, descriptiva y evaluativa.” (Mesa, 2012)

De acuerdo con la definición anterior, el diagnóstico situacional es la recopilación de información que permite diagnosticar y evaluar cuál es la situación actual de la micro empresa para determinar si lo planificado está siendo ejecutado y de qué manera se están llevando los procesos, haciendo un estudio de todos los factores internos y externos.

2.3 Micro Empresa

“Es la asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obtención un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”. (Sánchez, 2010)

De acuerdo a lo mencionado por el autor una microempresa es la agrupación de personas con diferentes criterios y opiniones necesarios para el funcionamiento del mismo los cuales ayudan a generar ingresos importantes para el crecimiento de la empresa.

2.4 Emprendimiento

“El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto. Un emprendimiento es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado.” (Prieto, 2014)

Según lo mencionado anteriormente, un emprendimiento es una iniciativa que tiene una persona al momento de llevar a cabo un nuevo proyecto planteándose a su vez metas y objetivos que son superados con esfuerzos con el fin de ofrecer a la población un nuevo producto.

2.5 Pisos Flotantes

Según la página web estilo ambientación (2018) los pisos flotantes *“son aquellos que se colocan sin clavar, sin atornillar y sin pegar al suelo, sino que se apoyan sobre cualquier superficie lisa, firme y seca por medio de un encastre entre tablas.*

Como se menciona anteriormente los pisos flotantes son aquellos que no necesitan una estructura física ni de materiales de adherencia para su colocación, solo es necesario una superficie plana para su colocación.

2.6 Pisos flotantes laminados

“El material laminado es un proceso de deformación en el cual el espesor del material del trabajo se reduce mediante fuerzas de compresión entre dos rodillos opuestos” (Grover, 2007).

Haciendo referencia a la definición del autor el piso laminado es el resultado de la unión de materiales, en este caso compuestos en base de madera, láminas de metal, papel, plástico, materiales para acabado, entre otros para dar un producto listo para utilizarse.

2.7 Calidad AC3 de piso flotante

Los pisos flotantes se clasifican en cinco calidades según la norma IN13329. Estas categorías son el resultado de un test de abrasión, donde una máquina somete al piso a una serie de frotados con una rueda de papel de lija, hasta que el dibujo decorativo pierde su apariencia.

“La calidad AC3 resiste más de 2500 vueltas, su uso es público y comercial moderado, uso temporal, habitaciones de hotel, salas de conferencias y oficinas.” (studylib, 2016)

2.8 Estudio De Mercado

“Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y de la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca, 2013)

2.8.1 Demanda

“La demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio. Para su estudio, es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y, así mismo, conocer la tendencia que muestra el bien y/o servicio que se va a comercializar.” (Uribe, 2015)

2.8.2 Oferta

“La oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante.” (Córdoba, 2015)

El autor afirma que, la oferta son los productos que los prestadores ponen a disposición en el mercado para que los consumidores los puedan adquirir de acuerdo a las características y precio de cada producto.

2.8.3 Demanda Insatisfecha

“Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto, dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.” (Arboleda, 2013)

Basándose en el autor, la demanda insatisfecha es la demanda total del mercado que no ha sido cubierta, debido a que el producto no satisface las necesidades completas del consumidor.

2.8.4 Segmentación De Mercado

“Segmentar el mercado es simplemente dividirlo en segmentos, o subsegmentos, para que luego de lograr grupos homogéneos de consumidores sea más fácil y ventajoso hacer ofertas de productos o servicios a un grupo con rasgos, características o preferencias similares.” (Rojas, 2013)

Según lo mencionado anteriormente, la segmentación del mercado se realiza con el fin de llevar a cabo una estrategia de comercialización planteándose objetivos específicos que permita cumplir con las necesidades de la microempresa.

2.9 Estudio Técnico

“El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.” (Block, Hirt, & Danielsen, 2013)

2.9.1 Tamaño Del Proyecto

“Se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en n día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.” (Torres & Helí, 2014)

2.9.2 Ingeniería Del Proyecto

“El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.” (Block, Hirt, & Danielsen, 2013)

2.9.3 Macro Localización

“Corresponde a la selección de un área global en donde, de acuerdo con los estudios preliminares realizados, se puede ubicar el proyecto” (Uribe, 2015)

2.9.4 Micro Localización

“Una vez elegida la región donde se pueda ubicar el proyecto (macrolocalización), comienza el proceso de elegir la zona y, dentro de esta el sitio preciso (a nivel de factibilidad).” (Uribe, 2015)

2.10 Estudio Económico

“Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (Morales & Alcocer, Administración Financiera, 2014)

2.10.1 Estado De Resultados

“Es el principal instrumento que se usa para medir la rentabilidad de una empresa a lo largo de un periodo. Este estado financiero se presenta en forma escalonada o progresiva de tal modo que se pueda estudiar la utilidad o la pérdida restante después de que se resta cada tipo de gasto.” (Block, Hirt, & Danielsen, 2013)

2.10.2 Balance General

“El balance general indica lo que posee una empresa y cómo ha financiado sus activos, sea mediante pasivos o participaciones de capital. El propósito del balance general es describir las propiedades y las obligaciones de la empresa.” (Morales & Alcocer, Administración Financiera, 2014)

2.10.3 Estado De Flujo De Efectivo

“El propósito del estado de flujo de efectivo es subrayar que el flujo de efectivo es fundamental para las operaciones de la empresa. El flujo de efectivo representa partidas de efectivo o de equivalentes de efectivo que se puedan convertir con facilidad en recursos líquidos en menos de 90 días, como un fondo del mercado de dinero.” (Block, Hirt, & Danielsen, 2013)

2.10.4 Inversión Inicial

“Comprende la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo. Por esto, inicialmente se debe demostrar que los inversionistas cuentan con recursos financieros suficientes para hacer las inversiones y los gastos corrientes, que implican la solución dada a los problemas de proceso, tamaño y localización.” (Núñez, 2015)

2.10.5 Inversión Fija

“Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.” (Córdoba, 2015)

2.10.6 Capital de trabajo

“El capital de trabajo se refiere a la inversión de la empresa en activos circulantes o de corto plazo.” (Morales, Morales, & Alcocer, Administración financiera, 2014)

2.10.7 Punto De Equilibrio

“El punto de equilibrio es un elemento más para el análisis y la planeación empresarial y sirve para respaldar la toma de decisiones en situaciones poco complejas y además permite captar con mayor facilidad muchos aspectos económicos de los negocios; sin embargo, el sistema en sí es bastante esquemático y sus aplicaciones necesitan adaptación a las circunstancias específicas.” (Mendoza & Ortiz, 2016)

2.11 Impacto

“Es el resultado de los efectos de un proyecto empresarial” (Arboleda, 2013)

Son las repercusiones tanto positivas como negativas que ocurre al desarrollar un proyecto dentro de lo administrativo y lo operativo.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

La investigación de mercado permite determinar y conocer de una forma más amplia y detallada la oferta, demanda, demanda insatisfecha, competencia y comercialización del producto de nuestro emprendimiento en este caso son pisos flotantes, que se realiza mediante fuentes de investigación primaria para establecer cómo se encuentra el mercado en este momento.

3.2 Objetivo general

- Realizar un estudio de mercado, identificando las variables de mercado como son oferta, demanda, precio y comercialización.

3.3 Objetivos específicos

- Identificar las características del producto.
- Identificar el servicio de instalación de pisos flotantes
- Realizar la segmentación de mercado de acuerdo al mercado meta
- Determinar el tamaño de la muestra del emprendimiento
- Conocer la demanda potencial de los pisos flotantes.
- Determinar la oferta actual de los pisos flotantes, competencia y productos sustitutos.
- Identificar la demanda insatisfecha existente en el emprendimiento
- Determinar las estrategias de comercialización de los pisos flotantes, en relación a la plaza, promoción y publicidad.

3.4 Matriz de relación de mercado

Tabla 3. Matriz de relación de mercado

| Variables | Indicadores | Instrumento | Investigación |
|-------------------------|---|--------------------|----------------------|
| Producto | <ul style="list-style-type: none"> • Identificación • Características • Beneficios | Encuesta | Primaria |
| Demanda | <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad • Frecuencia | Encuesta | Primaria |
| Oferta | <ul style="list-style-type: none"> • Competidores | Encuesta | Primaria |
| Precios | <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Materia prima | Encuesta | Primaria |
| Comercialización | <ul style="list-style-type: none"> • Vía de comercialización | Encuesta | Primaria |

Fuente. Investigación Directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera herrera

3.5 Descripción del Producto

- **Pisos flotantes**

El piso flotante es un revestimiento que no necesita estructura como por ejemplo el piso de madera, es decir, solo necesita una superficie plana para su colocación.

- **Características del piso flotante laminado**

La empresa argentina de fabricación de pisos flotantes TopFloor (2018), menciona las siguientes características:

- No sufren desgastes de color por la luz.
- Resisten las colillas de cigarrillos.
- Soportan cualquier producto químico doméstico.
- Resisten manchas comunes y agentes agresivos.
- Son resistentes a marcas, por el roce de muebles, zapatos, artefactos, etc.
- Rápida colocación

- Puede ser aplicado sobre un contrapiso o sobre el piso ya existente

Este tipo de características son la evolución de los materiales prefabricados como el piso flotante, para formar un producto final que satisfaga las necesidades de los clientes y minimice el tiempo de colocación.

- **Composición**

La composición del piso flotante puede variar dependiendo la marca el grosor y precio, en este caso se tomó en consideración un piso laminado de 7mm de grosor de la marca Kassell, que se compone de los materiales esenciales que cuantan todos los pisos flotantes.

Ilustración 12. Composición del piso flotante



Fuente: Idumadera

Está compuesto de:

- Papel de balance o papel
- HDF con una densidad sobre los 880 kg/m³ en 7, 8 o 12mm de espesor
- Lamina decorativa
- Película de aluminio AC-3/4/5 que le dan resistencia de abrasión y le permite aplicaciones residenciales o comerciales.

- **Instalación**

El proceso de instalación no necesita de maquinaria sino de herramientas mayores que facilitan el proceso de instalación, este es el proceso que se implementa para la colocación de pisos flotantes:

- Climatización del piso antes de ser instalado
- Preparar el área de trabajo
- Evaluar el espacio donde instalar el piso flotante
- Limpieza y preparación del suelo donde se va a instalar el piso flotante
- Colocar el aislante de humedad en todo el piso
- Establecer la dirección de las tablas de piso flotante
- Dejar un espacio de un centímetro entre la pared al piso
- Proceder a colocar el piso y cortar de acuerdo a las necesidades de la habitación

Aunque el proceso de colocar el piso flotante al parecer no necesita de mucho conocimiento técnico, se necesita de experiencia y de personal calificado para la realización del mismo y obtener un resultado que satisfaga las necesidades de los clientes.

3.6 Descripción del servicio

- **Identificación del servicio**

El piso flotante necesita de un factor importante que es la instalación, el emprendimiento se encarga de brindar una combinación de producto de calidad con un buen servicio para lograr la satisfacción total del cliente.

El servicio se brinda al momento de la instalación del piso flotante, por su facilidad, el cliente podrá disfrutar de una instalación instantánea y uso inmediato del mismo, cumpliendo con lo estándar que se maneja en el mercado actual y que se lo realiza dependiendo de las necesidades del cliente.

El servicio de instalación de pisos flotantes es una opción indispensable a la hora de revestimiento de pisos, por el uso inmediato al terminar la instalación y el ambiente de lujo que brinda, la sensación de calidez y el confort que otorga, sin duda mejora la calidad de vida del cliente.

- **Descripción del servicio**

El servicio consiste en que el cliente pueda disfrutar de una instalación más rápida y uso inmediato a diferencia de otros productos como el caso de la cerámica o baldosa que son los más comunes en revestimiento de pisos y que necesitan un tiempo más prolongado para su uso.

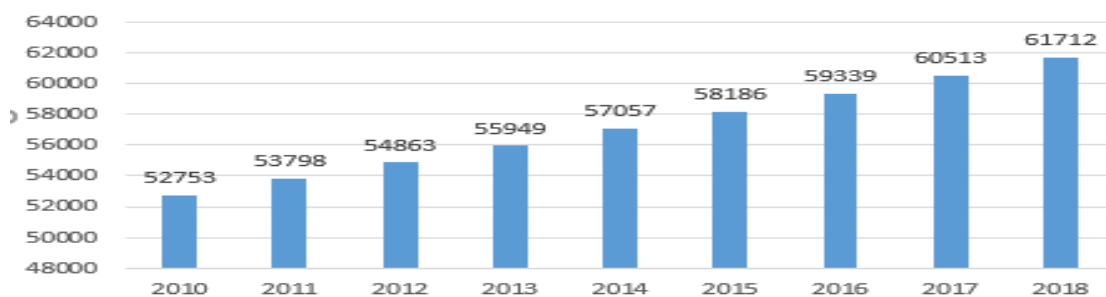
Además, comparando con los pisos de madera que para su instalación si necesitan una estructura sobre el piso, los pisos flotantes no necesitan de una estructura, es así que el piso flotante se convierte en un tipo de revestimiento de pisos más rápido al momento de su instalación y uso.

Otro factor importante en el servicio es la instalación directa por parte de la microempresa y no necesita de terceros. Comparando con la cerámica y la baldosa es necesario contratar del servicio de instalación a un técnico.

3.7 Segmentación de mercado

3.7.1 Proyección de la población de la ciudad de Otavalo

Ilustración 13. Proyección de la población de la ciudad de Otavalo



Fuente: PDOT, Otavalo

Según el plan de ordenamiento territorial de la ciudad de Otavalo (2014) *“La evolución de la población de la ciudad de Otavalo con respecto del año 2001, al año 2010, es de 1,98% anual”*. Tomando como referencia el dato, la evolución de la población para el año 2018 tenemos un total de 61712 habitantes.

3.7.2 Promedio de personas por hogar

Ilustración 14. Promedios de personas por hogar del cantón Otavalo

| Nivel | Promedio personas por hogar |
|----------------------|------------------------------------|
| Nacional: Ecuador | 3,78 |
| Provincial: Imbabura | 3,86 |
| Cantonal: Otavalo | 4,10 |

Fuente: INEC 2010

El promedio en familias en el cantón de Otavalo es de 4,10 personas por hogar. Del total de habitantes que existe en la ciudad de Otavalo tenemos:

$$\frac{61712 \text{ habitantes}}{4,10 \text{ personas por hogar}} = 15052 \text{ familias}$$

En total tenemos un aproximado de 15052 familias.

3.7.3 Nivel de ingreso de hogares en Ecuador por área geográfica

El siguiente cuadro muestra el nivel de ingreso por SBU del área urbana del Ecuador al mes:

Ilustración 15. Nivel de ingresos por SBU del área urbana del Ecuador por hogar

| Área urbana | 2,666,886 |
|-------------------------|------------------|
| Menos de 1 SUB | 362,050 |
| De 1 a menos de 2 SBU | 819,290 |
| De 2 a menos de 3 SBU | 554,713 |
| De 3 a menos de 4 SBU | 333,118 |
| De 4 a menos de 5 SBU | 185,024 |
| De 5 a menos de 6 SBU | 121,642 |
| De 6 a menos de 7 SBU | 79,899 |
| De 7 a menos de 8 SBU | 50,570 |
| De 8 a menos de 9 SBU | 35,087 |
| De 9 a menos de 10 SBU | 30,051 |
| De 10 a menos de 12 SBU | 35,337 |
| De 12 a menos de 15 SBU | 29,012 |
| De 15 a menos de 20 SBU | 18,159 |
| De 20 SBU y más | 12,223 |
| Sin Información | 710 |

Fuente: INEC, 2012

La muestra para el desarrollo del emprendimiento es el número de hogares que tengan ingresos desde 3 salarios básicos unificados a 20 salarios básicos unificados y más. Significa que 930.122 hogares tienen ingresos iguales y mayores a 1544 dólares mensuales. Los 930.122 hogares representan el 34,88% del total de hogares de Ecuador.

Para el cálculo de la muestra se tomará el mismo porcentaje ya que representa los hogares que tienen ingresos de nivel medio, medio alto y alto que es a los clientes que va dirigido el emprendimiento.

3.8 Determinación de la muestra

Para la determinación de la muestra tomaremos la cantidad de familias y el nivel de ingreso medio, medio alto y alto.

$$15052 \text{ familias} \times 34.88\% = 5250 \text{ familias}$$

La cantidad de familias en clase media, media alta y alta aproximando son 5250 familias.

3.9 Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se necesitará de los siguientes datos:

N= tamaño de la población = 5250

Z= valor obtenido mediante un nivel de confianza del 95% = 1,96

e= error muestral deseado = 5%

p= proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0,5$ que es la opción más segura= 0,5

q= proporción de individuos que no poseen esa característica = 0,5

- **Cálculo de la muestra**

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

$$n = 358$$

El número de encuestas que se realizara es de 358, que corresponde a 358 familias en la ciudad de Otavalo

3.10 Análisis de la encuesta

1. ¿Dispone usted de piso flotante en su casa?

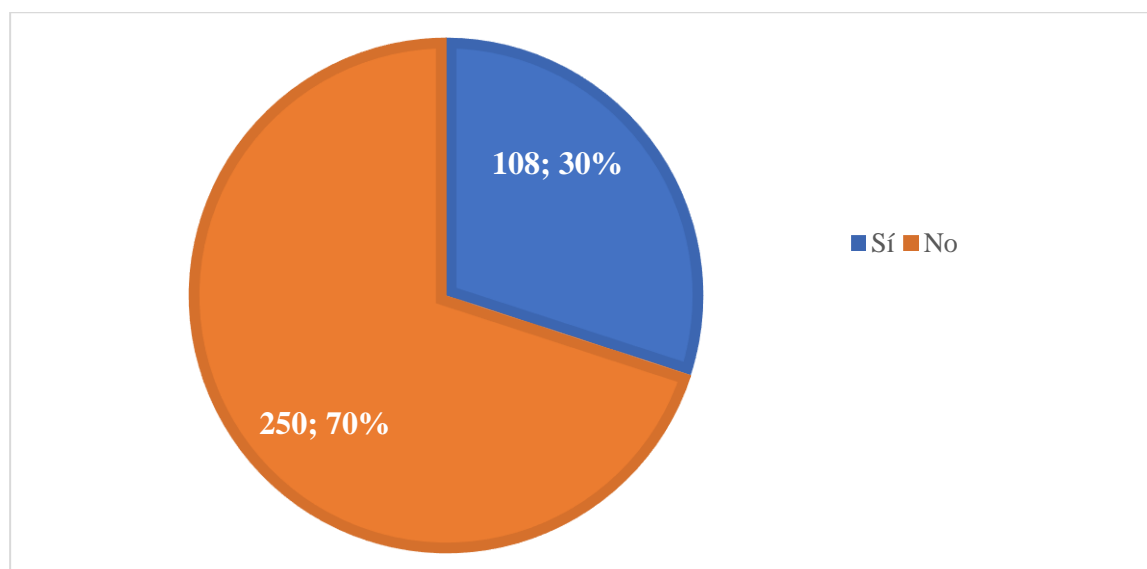
Tabla 4. Disponibilidad de piso flotante

| RESPUESTA | FAMILIAS | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Sí | 108 | 30 |
| No | 250 | 70 |
| TOTAL | 358 | 100 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Ilustración 16. Disponibilidad de piso flotante



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Análisis: En el gráfico se puede observar que la mayoría de las familias encuestadas no poseen pisos flotantes con el porcentaje del 70% equivalente a 250 familias; por otro lado, las familias que sí poseen piso flotante corresponde al 30% equivalente a 108 familias dando así un total de 358 familias encuestadas; significa que existe un porcentaje considerable de familias que ya han implementado pisos flotantes.

2. ¿Cuál de los siguientes beneficios de los pisos flotantes conoce usted?

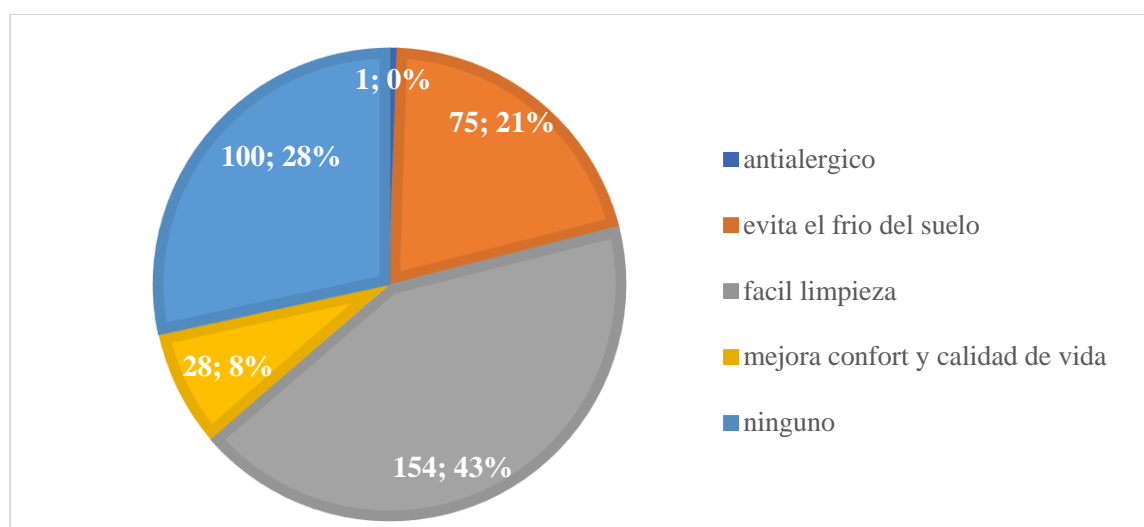
Tabla 5. Beneficios de pisos flotantes

| RESPUESTA | FAMILIAS | PORCENTAJE |
|----------------------------------|------------|------------|
| Antialérgico | 1 | 0 |
| Evita el frío del suelo | 75 | 21 |
| Fácil limpieza | 154 | 43 |
| Mejora confort y calidad de vida | 28 | 8 |
| Ninguno | 100 | 28 |
| TOTAL | 358 | 100 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Ilustración 17. Beneficios de pisos flotantes



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Análisis: En el siguiente gráfico hace referencia a los beneficios que conocen las familias acerca de los pisos flotantes posicionándose en primer lugar la fácil limpieza con un porcentaje del 43% equivalente a 154 familias; seguido por ninguno con 28% equivalente a 100 familias, en tercer lugar, evita el frío del suelo con 21% equivalente a 75 familias; y con un menor porcentaje un mejor confort y calidad de vida con el 8% equivalente a 28 familias y antialérgico con el 0% equivalente a una familia. Esto quiere decir que las familias que conocen completamente acerca de los beneficios que tienen los pisos flotantes.

3. En caso utilizar pisos flotantes, en una escala del 1 al 5 califique el servicio brindado al momento de la instalación de su piso, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.

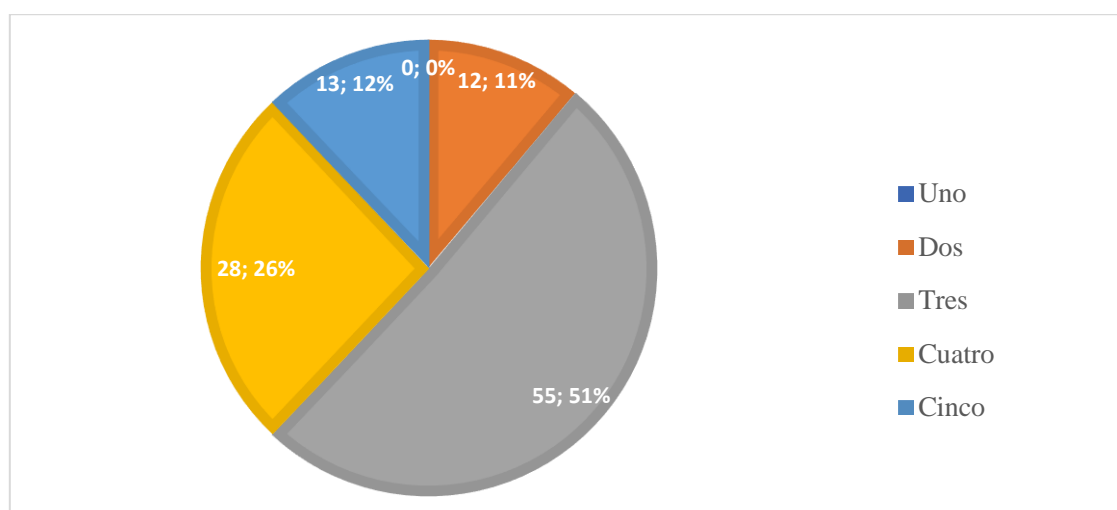
Tabla 6. Calificación del servicio de instalación

| RESPUESTA | FAMILIAS | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Uno | 0 | 0 |
| Dos | 12 | 11 |
| Tres | 55 | 51 |
| Cuatro | 28 | 26 |
| Cinco | 13 | 12 |
| TOTAL | 108 | 100 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Ilustración 18. Calificación del servicio de instalación



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Análisis: El gráfico indica la satisfacción del cliente al momento de la instalación de piso flotante, el mayor porcentaje equivalente a una calificación de tres puntos (51%), seguido por la calificación de cuatro puntos (26%). Y con una menor calificación, dos puntos y cinco puntos equivalente al 11% y 12% respectivamente. Muestra que la mayoría de las familias encuestadas al momento de la instalación tuvieron algún tipo de inconveniente por lo cual no se sintieron conformes con la instalación de piso flotante en su hogar.

4. Si usted no utiliza pisos flotantes, ¿Estaría dispuesto a implementar este producto en su hogar?

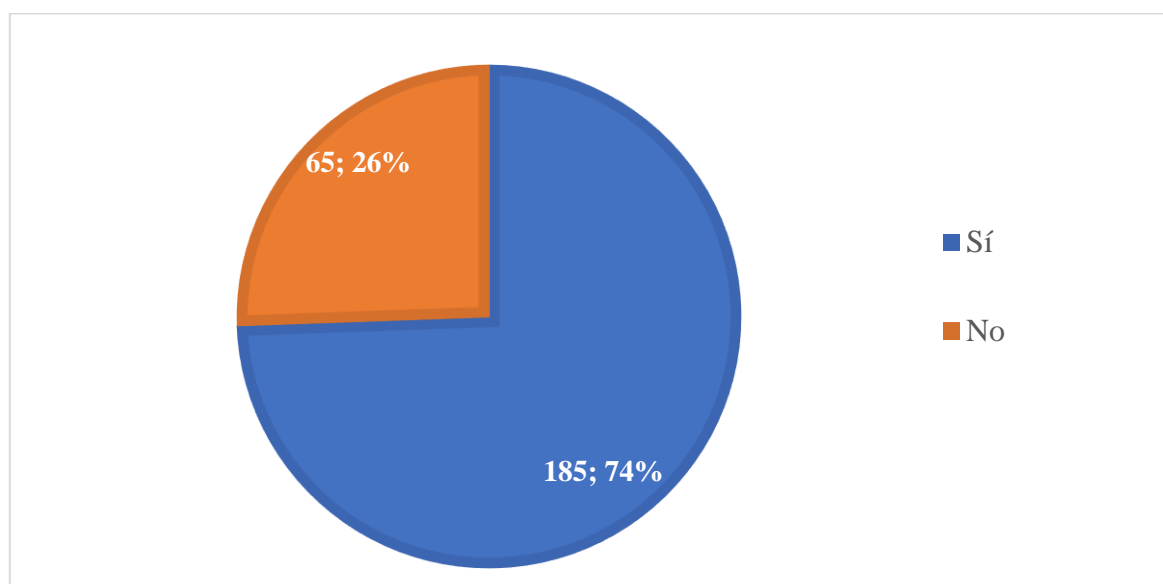
Tabla 7. Implemento del producto en el hogar

| RESPUESTA | FAMILIAS | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Sí | 185 | 74 |
| No | 65 | 26 |
| TOTAL | 250 | 100 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Ilustración 19. Implemento del producto en el hogar.



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Análisis: Como se puede observar en el gráfico la mayor parte de las familias están de acuerdo en implementar en sus hogares piso flotante con el porcentaje de 74% equivalente a 185 familias; y el 26% igual a 65 familias no está de acuerdo con implementar pisos flotantes en su hogar. La mayoría de las familias si está interesada en el producto, en cambio el 26% de las familias prefiere otro tipo de producto diferente al piso flotante, significa que tienen otras necesidades y gustos que satisfacer.

5. ¿Cada que tiempo estaría dispuesto a cambiar de pisos flotantes en su hogar?

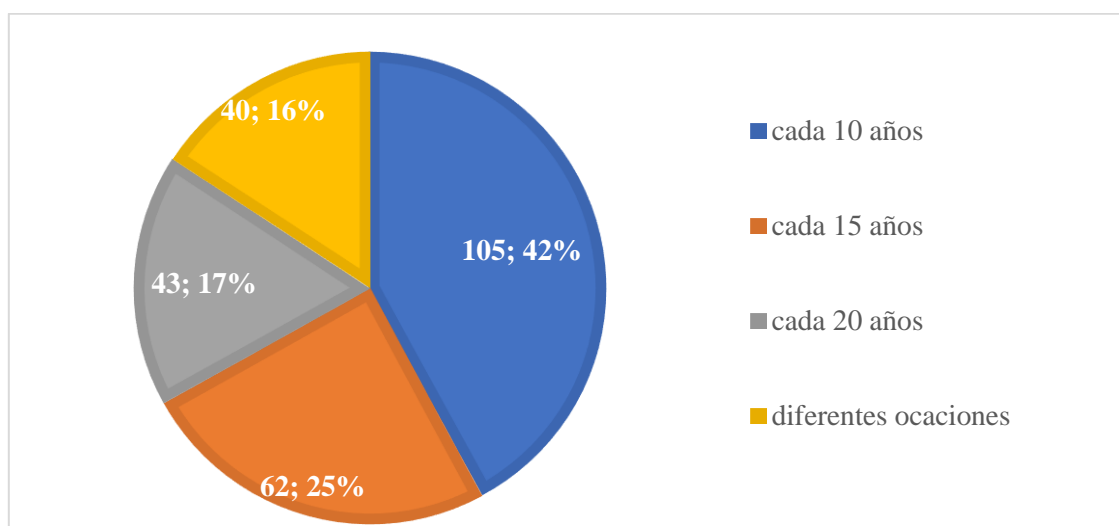
Tabla 8. Años para cambio de pisos flotantes

| RESPUESTA | FAMILIAS | PORCENTAJE |
|----------------------|------------|------------|
| Cada 10 años | 105 | 42 |
| Cada 15 años | 62 | 25 |
| Cada 20 años | 43 | 17 |
| Diferentes ocasiones | 40 | 16 |
| TOTAL | 250 | 100 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Ilustración 20. Tiempo para cambio de pisos flotantes



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Análisis: de acuerdo con el gráfico la frecuencia con la que las familias deciden cambiar de piso es de 10 y 15 años con un porcentaje del 42% y 25% respectivamente igual a 105 y 62 familias, seguido cada 20 años con el 17% equivalente a 43 familias. y por último con un menor porcentaje en diferentes ocasiones como es del 16% igual a 40 familias. Se puede mencionar que los pisos flotantes son una buena opción para implementar en el revestimiento de los pisos en el hogar y las personas que decidan por cambiar de pisos a un determinado tiempo opten por los pisos flotantes.

**6. ¿Cuántos metros cuadrados de piso flotante usted estaría dispuesto a adquirir?
Tomando como referencia que una habitación normal tiene aproximadamente una
medida de 15 m²**

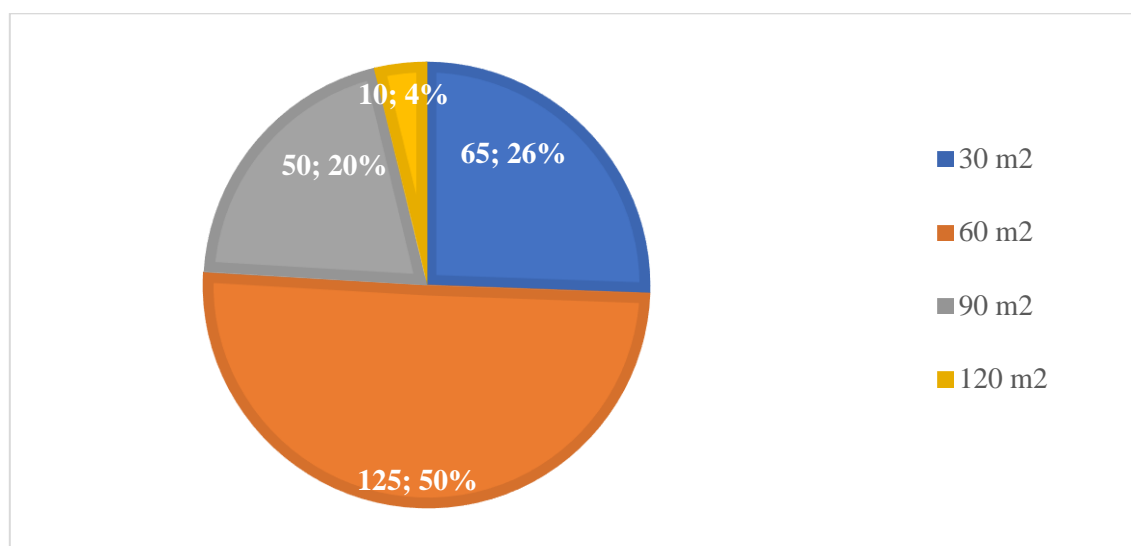
Tabla 9. Adquisición en metros cuadrados de pisos flotantes

| RESPUESTA | FAMILIAS | PORCENTAJE |
|--------------------|-----------------|-------------------|
| 30 m ² | 65 | 26 |
| 60 m ² | 125 | 50 |
| 90 m ² | 50 | 20 |
| 120 m ² | 10 | 4 |
| TOTAL | 250 | 100 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Ilustración 21. Adquisición en metros cuadrados de pisos flotantes



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Análisis: Como se puede ver en el gráfico la cantidad de metros cuadrados que las familias estarían dispuestas a adquirir de piso flotante es de 60m² equivalente al 50% con 125 familias seguido con 30m² con un porcentaje de 26% equivalente a 65 familias, y con un menor porcentaje la cantidad de 90 m² con un porcentaje del 20% y por último más de 120m² equivalente al 4%. Se puede mencionar que existirá una mayor oferta y demanda ya que la cantidad que desean adquirir es significativa.

7. ¿Al momento de comprar pisos flotantes en donde lo hace?

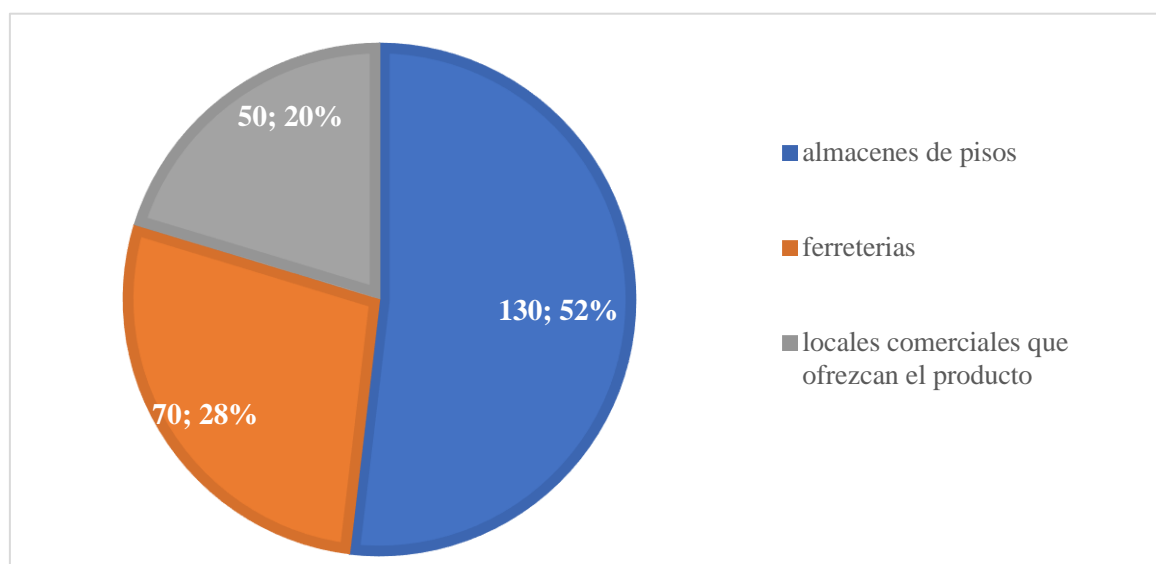
Tabla 10. Lugar de adquisición de pisos flotantes

| RESPUESTA | FAMILIAS | PORCENTAJE |
|--|-----------------|-------------------|
| Almacenes de pisos | 130 | 52 |
| Ferreterías | 70 | 28 |
| Locales comerciales que ofrezcan el producto | 50 | 20 |
| TOTAL | 250 | 100 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Ilustración 22. Lugar de adquisición de pisos flotantes



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Análisis: El gráfico muestra las preferencias de las familias al momento de la compra de pisos flotantes por lo tanto con un mayor porcentaje se encuentra en almacenes de pisos 52% equivalente a 130 familias, seguido ferreterías con 28% equivalente a 70 familias y por último locales comerciales que ofrezcan el producto con un porcentaje de 20% equivalente a 50 familias. Se puede aludir que las familias prefieren lugares exclusivos donde puedan encontrar el producto que buscan en este caso solo pisos flotantes.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada metro instalado de piso flotante de 7mm de grosor?

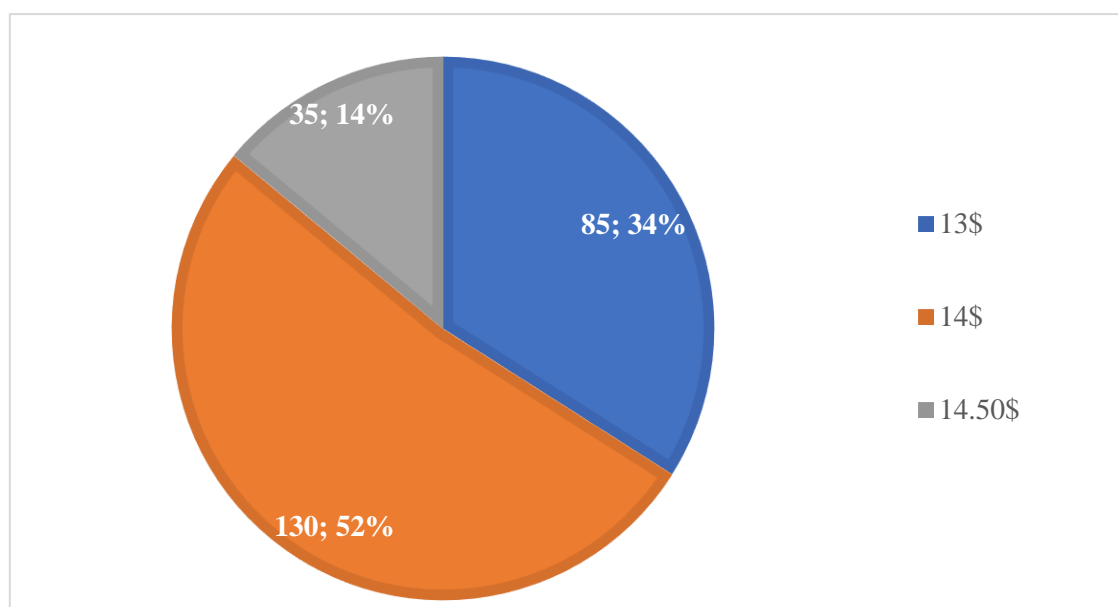
Tabla 11. Valor de pago por metro cuadrado de piso flotante

| RESPUESTA | FAMILIAS | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| 13\$ | 85 | 34 |
| 14\$ | 130 | 52 |
| 14.50\$ | 35 | 14 |
| TOTAL | 250 | 100 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Ilustración 23. Valor de pago por metro cuadrado de piso flotante



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Análisis: como se observa en el gráfico la cantidad de dinero que las familias están dispuestas a pagar por cada metro instalado de piso flotante de 6mm de grosor es 13\$ que representa el 34% equivalente a 85 familias, las demás familias están dispuestas a pagar 12\$ y 13,50\$ con un porcentaje de 21% y 30% respectivamente. Las familias eligieron el precio intermedio, ni el más económico ni el más caro en base a los precios que se les presento. Podemos mencionar además que la mayoría de personas que no eligió el precio más barato quiere o está buscando más calidad en el producto.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada metro instalado de piso flotante de 8mm de grosor?

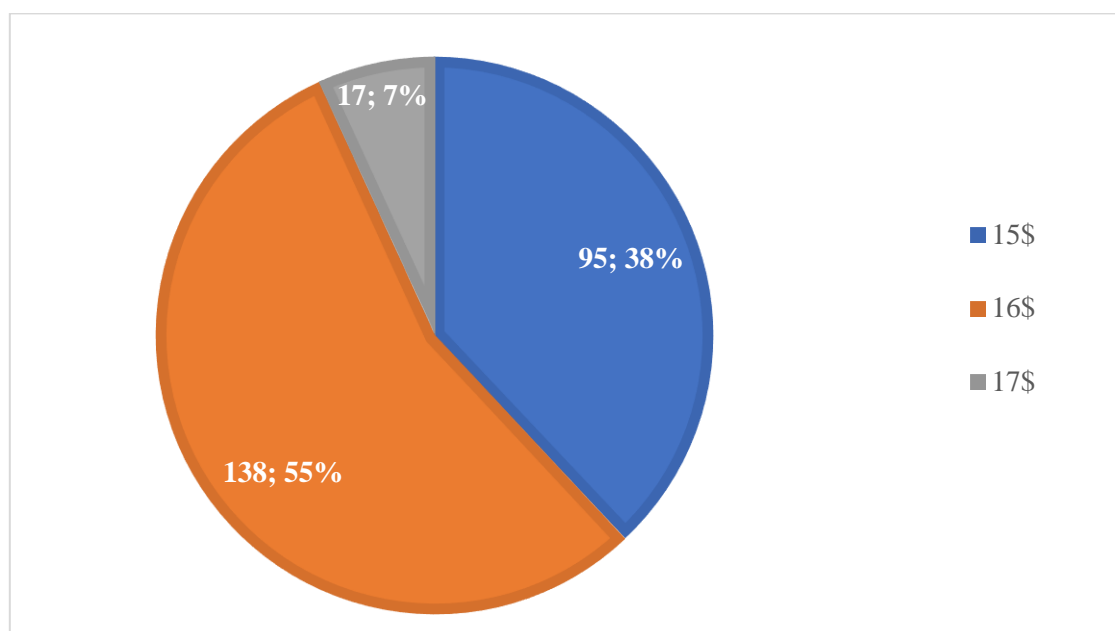
Tabla 12. Valor de pago por metro cuadrado de piso flotante

| RESPUESTA | FAMILIAS | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| 15\$ | 95 | 38 |
| 16\$ | 138 | 55 |
| 17\$ | 17 | 7 |
| TOTAL | 250 | 100 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Ilustración 24. Valor de pago por metro cuadrado de piso flotante



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Análisis: Como se observa en el gráfico la cantidad de dinero que las familias están dispuestas a pagar por cada metro instalado de piso flotante de 8mm de grosor es 15\$ que representa el 38%, seguido de 16\$ con un porcentaje del 55%, y por último y con un mínimo porcentaje 17\$ con un porcentaje del 7%. De igual manera se repite la misma línea de la pregunta anterior eligiendo el precio intermedio.

10. ¿A través de qué medios de comunicación, le gustaría conocer acerca del producto?

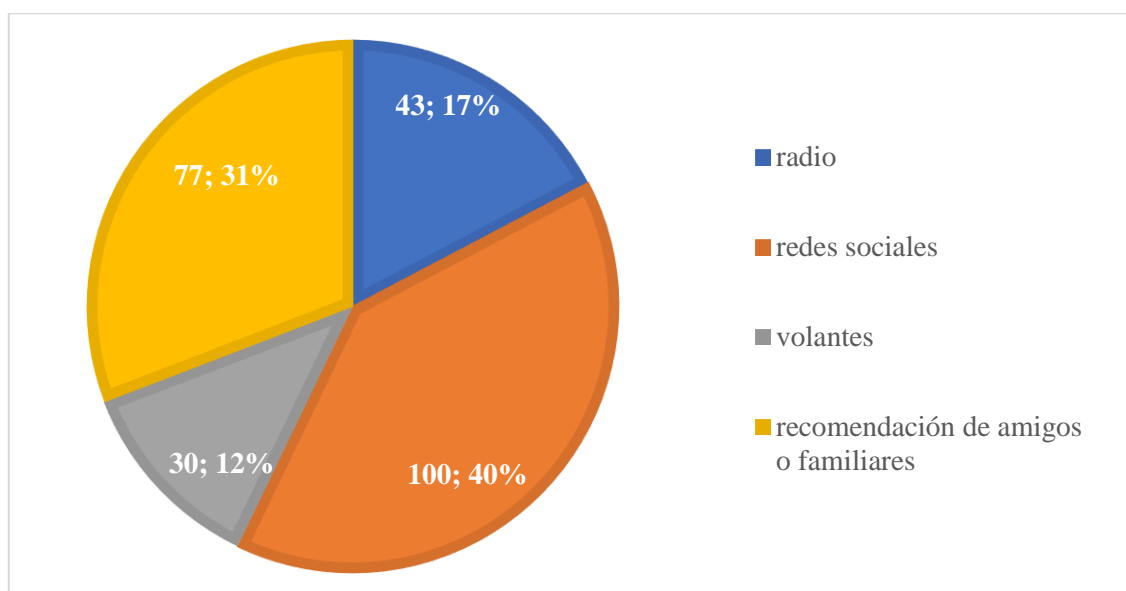
Tabla 13. Medios de comunicación para conocimiento del producto

| RESPUESTA | FAMILIAS | PORCENTAJE |
|--------------------------------------|-----------------|-------------------|
| Radio | 43 | 17 |
| Redes sociales | 100 | 40 |
| Volantes | 30 | 12 |
| Recomendación de amigos o familiares | 77 | 31 |
| TOTAL | 250 | 100 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Ilustración 25. Medios de comunicación para conocimiento del producto



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Análisis: El gráfico nos indica según la fuente de información que las familias prefieren en caso de que decidan adquirir piso flotante, con un mayor porcentaje, por medio de redes sociales y la recomendación de amigos o familiares con el 40% y 31% respectivamente, seguido por medio de radio y volantes con el 17% y 12% respectivamente. Podemos mencionar que al momento de dar un buen servicio a un cliente puede manejar las redes sociales y dar una buena referencia de nuestro negocio a las demás familias.

11. ¿Con que tipo de promoción le gustaría beneficiarse?

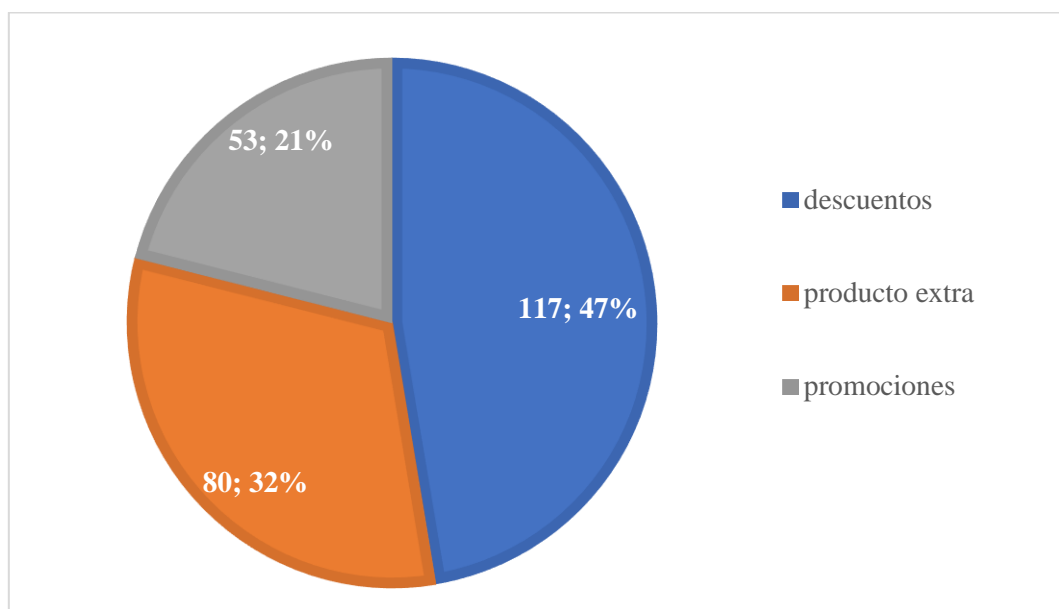
Tabla 14. Promoción del producto

| RESPUESTA | FAMILIAS | PORCENTAJE |
|------------------|-----------------|-------------------|
| Descuentos | 117 | 47 |
| Producto extra | 80 | 32 |
| Promociones | 53 | 21 |
| TOTAL | 250 | 100 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Ilustración 26. Promoción del producto



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Análisis: De acuerdo con el gráfico podemos interpretar que la mayoría de las familias les gustaría beneficiarse con descuentos al momento de la compra con un porcentaje del 47%, seguido por un producto extra con el 32% y por medio de promociones el 21%. Significa que gran parte de las familias encuestadas les interesa beneficiarse a través de un descuento y producto extra con mayor porcentaje al momento de su compra que se podrá tomar en consideración para establecer las estrategias de promoción que se implementará en el emprendimiento.

3.11 Entrevista a constructoras

Como se identificó en el diagnóstico del emprendimiento, se realizó la entrevista a las principales constructoras de la ciudad de Otavalo que se dedican a la construcción de conjuntos habitacionales, estas son constructora Alpahuasi y constructora Otavalocons.

- **Entrevista 1**

- 1) **Nombre de la constructora**

Constructora “Alpahuasi”

- 2) **¿Qué tipo de proyectos realiza la constructora?**

Casas residenciales, conjuntos habitacionales, remodelaciones y ampliaciones.

- 3) **¿Cuál es la cantidad de casas elaboradas por la constructora en el presente año?**

En el presente año desde el 31 de diciembre hasta el 10 de julio del presente año hemos realizado, 12 casas residenciales., un conjunto habitacional conformada de 10 casas y un conjunto habitacional conformado por 8 casas todo esto en la ciudad de Otavalo.

- 4) **¿Cuál es la cantidad de casas en proyección de construcción para el presente año?**

Hasta diciembre 31 del presente año están pendientes 3 proyectos, el primer proyecto es un conjunto habitacional conformado por 6 casas, el segundo proyecto es un conjunto habitacional conformado por 8 casas y el tercer proyecto son 7 casas residenciales independientes, en la ciudad de Otavalo.

- 5) **¿Cuántos metros cuadrados es el promedio de construcción de una casa para un conjunto habitacional?**

Para la construcción de casas para conjuntos habitacionales de dos pisos, desde 150 m2 hasta 250 m2,

6) ¿Cuál es la distribución promedio de la planta de una casa según su construcción?

por lo general se conforma por 1 dormitorio master, 2 dormitorios, 3 baños, sala, comedor y cocina.

7) ¿Qué tipo de materiales usa la constructora para el revestimiento de pisos flotantes en los conjuntos habitacionales?

En todos los conjuntos habitacionales se trabaja con baldosa o porcelanato para la sala, comedor, baño y cocina, para los dormitorios se implementa pisos flotantes

- **Entrevista 2**

- 1. Nombre de la constructora**

Constructora “Otavalocons”

- 2. ¿Qué tipo de proyectos realiza la constructora?**

Todo lo que tenga que ver con la edificación, pero nuestro principal tipo de construcción es los conjuntos habitacionales.

- 3. ¿Cuál es la cantidad de casas elaboradas por la constructora en el presente año?**

En el presente año desde enero hasta el junio del presente año hemos realizado 5 conjuntos habitacionales, dos conjuntos de 6 casas, dos conjuntos de 10 casas y un conjunto de 4 casas en la ciudad de Otavalo, además uno en la parroquia Eugenio Espejo y uno en la parroquia Miguel Egas.

- 4. ¿Cuál es la cantidad de casas en proyección de construcción para el presente año?**

Para el presente año tenemos aprobado realizar 4 conjuntos habitacionales de 5 casas, dos en la ciudad de Otavalo y dos de 5 casas en la parroquia Miguel Egas.

- 5. ¿Cuántos metros cuadrados es el promedio de construcción de una casa para un conjunto habitacional?**

La constructora se maneja con conjuntos habitacionales de un piso desde 90m² hasta 120m², de dos pisos de 150m² a 250m² de construcción.

- 6. ¿Cuál es la distribución promedio de la planta de una casa según su construcción?**

En casas de un piso sería dos baños, sala, comedor, cocina, un dormitorio master y dos dormitorios. En casas de dos pisos sería tres baños, un dormitorio master, tres dormitorios, sala, comedor, cocina, estudio.

7. ¿Qué tipo de materiales usa la constructora para el revestimiento de pisos flotantes en los conjuntos habitacionales?

La constructora para el revestimiento de pisos trabaja con baldosa o porcelanato para la sala, comedor, baño y cocina, para los dormitorios se implementa pisos flotantes laminados.

- **Análisis de las entrevistas**

De acuerdo a la entrevista realizada a las constructoras de la ciudad de Otavalo podemos determinar que su principal producto son los conjuntos habitacionales, y que además, tienen proyectos ya aprobados de construcción para este año y el siguiente. Esto significa que podemos ofrecer nuestro producto a las constructoras por medio de estrategias de comercialización que beneficien tanto a la microempresa como a la constructora. También nos manifestaron que en la mayoría de sus conjuntos habitacionales el principal elemento para revestimiento de pisos para los dormitorios son los pisos flotantes. Sin duda podemos destacar el implemento de los pisos flotantes de una manera más habitual en la construcción de las casas actuales.

3.12 Demanda

De las 250 familias que dijeron que no tenían pisos flotantes en su hogar, el 74% dijo que si le gustaría implementar este tipo de producto.

Para la determinación de la demanda se consideró a todas las familias de nivel medio, medio alto y alto de toda la población de la ciudad de Otavalo.

$$5250 \text{ familias} \times 74\% = \mathbf{3885 \text{ familias}}$$

En total el número de familias es de 3885 familias que componen la demanda del emprendimiento.

De las personas encuestadas la mayoría dijo que cambiaban su piso una vez cada 10 años.

$$\frac{3885 \text{ familias}}{10 \text{ años}} = \mathbf{389 \text{ familias}}$$

El total de familias en el año aproximado es de 389 familias anuales.

Para establecer la demanda en m², la mayoría de las personas encuestadas dijo que estaría dispuesto a comprar 60m².

$$389 \text{ familias} \times 60 \text{ m}^2 = \mathbf{23340 \text{ m}^2}$$

Además, según la entrevista que se realizó a las constructoras de la ciudad de Otavalo tenemos que en promedio en el año se construye 121 casas en el año. De las cuales 102 casas perteneces a conjuntos habitacionales y 19 a casas residenciales.

Según el municipio de Otavalo, el departamento de planificación tiene aprobados 129 planos de viviendas para la construcción en la ciudad de Otavalo en el año 2018.

$$250 \text{ casas} \times 60 \text{ m}^2 = \mathbf{15000 \text{ m}^2}$$

Entonces la demanda total es:

$$23340 \text{ m}^2 + 15000 \text{ m}^2 = \mathbf{38340 \text{ m}^2}$$

La cantidad de demanda existe en el emprendimiento es de 38340 m² anuales de pisos flotantes

3.13 Oferta

Para determinar la oferta se realizó entrevistas a los competidores y así poder determinar el número de metros que ofrecen al consumidor en el año:

3.13.1 Cuadro de competidores

Tabla 15. Cuadro de competidores

| NOMBRE | PISOS DE 7MM DE GROSOR | | | | PISOS DE 8MM DE GROSOR | | | |
|---------------------------|---------------------------|------------------|-------------|------------|---------------------------|------------------|-------------|------------|
| | Marca | Cajas por grosor | m2 por caja | Total m2 | Marca | Cajas por grosor | m2 por caja | Total m2 |
| Ferretería Bosna | Hardutsh | 40 cajas de 7mm | 2.40 m2 | 96 | Hardutsh | 20 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 48 |
| | | | | | | | | |
| Cortinas y Pisos | Max | 15 cajas de 7mm | 2.40 m2 | 36 | Max | 5 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 12 |
| | Kronotex | 20 cajas de 7mm | 2.40 m2 | 48 | Kronotex | 10 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 24 |
| | Kassel | 10 cajas de 7mm | 2.40 m2 | 24 | Kassel | 5 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 12 |
| | | | | | | | | |
| Mundo Pisos | Max | 15 cajas de 7mm | 2.40 m2 | 36 | Max | 10 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 24 |
| | Kronotex | 20 cajas de 7mm | 2.40 m2 | 48 | Kronotex | 10 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 24 |
| | Kassel | 5 cajas de 7mm | 2.40 m2 | 12 | Kassel | 5 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 12 |
| | Egger | | | | Egger | 5 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 12 |
| | Hardutsh | | | | Hardutsh | 10 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 24 |
| | | | | | | | | |
| Alma Pisos | Max | 15 cajas de 7mm | 2.40 m2 | 36 | Max | 10 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 24 |
| | Kronotex | 40 cajas de 7mm | 2.40 m2 | 48 | Kronotex | 25 cajas de 8mm | 2.40m2 | 60 |
| | Kassel | 10 cajas de 7mm | 2.40 m2 | 24 | Kassel | 5 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 12 |
| | Lustig | 15cajas de 7mm | 2.40 m2 | 36 | Lustig | 5 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 12 |
| | Egger | 15 cajas de 7mm | 2.40 m2 | 36 | Egger | 5 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 12 |
| | Hardutsh | | | | Hardutsh | 15 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 36 |
| | | | | | | | | |
| Ferretería Ferrocentro | Kronotex | 10 cajas de 7mm | 2.40 m2 | 24 | Kronotex | 5 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 12 |
| | Kassel | 5 cajas de 7mm | 2.40 m2 | 12 | Kassel | 5 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 12 |
| | Hardutsh | | | | Hardutsh | 5 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 12 |
| | | | | | | | | |
| Pintulac | Hardutsh | | | | Hardutsh | 30 cajas de 8mm | 2.40 m2 | 72 |
| | | | | | | | | |
| TOTAL | TOTAL m2 mensuales | | | 516 | TOTAL m2 mensuales | | | 456 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera
Fuente: Anexos (6,7,8,9,10,11)

En base a los resultados obtenidos de la información de los competidores, la oferta que existe actualmente en el mercado de pisos flotantes es de 972 m² mensuales, que a su vez son 11664 m² anuales en la ciudad de Otavalo.

Análisis: El número total de metros cuadrados que se ofrecen en el mercado actualmente es de 972 m² de pisos flotantes mensuales, la cantidad que se consideró para el proyecto es la mitad de metros cuadrados del total, es decir 486 m², de los cuales el 53% de m² corresponde a pisos de 7mm de grosor y el 47% de m² a pisos de 8mm de grosor.

3.14 Demanda insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha restamos la demanda menos la oferta:

$$\text{demanda} - \text{oferta} = \text{demanda insatisfecha}$$

$$38340 \text{ m}^2 - 11664 \text{ m}^2 = \mathbf{26676 \text{ m}^2}$$

La demanda insatisfecha que existe actualmente en el mercado de pisos flotantes es de 26676 m² anuales.

3.15 Estrategias de comercialización

- **Estrategias de precio**

Para analizar el precio se tomó como referencia el cuadro de competidores de la tabla número 15, donde se analizó la lista de precios de las entrevistas realizadas a los competidores, constructoras e inmobiliarias de la ciudad de Otavalo.

Cómo se puede determinar, los precios que mantienen son similar, que oscilan por cada metro instalado de piso flotante de 6mm de grosor desde los 13\$ hasta los 14\$, y por cada metro de piso flotante de 8mm de grosor desde los 15\$ hasta los 17\$ dependiendo de la marca.

Según la encuesta realizada a las familias, el precio que eligieron fue el intermedio, significa que eligieron lo que no es muy caro, ni lo que es muy barato. Es por eso que la estrategia que se implementará es mantener el precio de mercado.

En la ciudad de Otavalo para poder ingresar al mercado sería, por cada metro cuadrado instalado de piso flotante de 6mm de grosor es de 13\$, y para una caja de piso flotante de 8mm de grosor es de 16 \$, es lo que las familias prefieren pagar por cada metro cuadrado.

Para el desarrollo del emprendimiento una vez analizado el precio de la competencia y el precio que las familias están dispuestas a pagar, se establecerá el precio de 14\$ para los pisos de 6mm de grosor y de 16\$ para los pisos de 8mm de grosor.

- **Estrategia de producto**

La estrategia de producto dentro del emprendimiento es, resaltar los beneficios que tiene el piso flotante, dentro de estos beneficios están la mejora de confort, es antialérgico, de fácil limpieza y evita el frío del suelo. La manera de resaltar estos beneficios se realizará pegando un adhesivo microperforado en la ventana del local comercial con un diseño llamativo, resaltando los beneficios del producto y que este a la vista de las personas.

Además, dar a conocer como quedara instalado el producto ya que el piso del local estará colocado diferentes tipos de pisos para guiar al cliente en su compra y que elija bien su producto de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias.

- **Estrategias de plaza**

- *Canal de distribución*

El 58 % de las familias encuestadas prefieren comprar sus pisos mediante un almacén de pisos, por lo que para poder llegar a nuestro mercado se implementará un local de pisos flotantes

en un lugar estratégico donde se pueda llegar a atraer a familias, constructoras e inmobiliarias y poder expandir nuestro mercado.

- **Estrategias de promoción**

- *Producto extra*

El 47% de las familias encuestadas prefieren descuentos por la compra del producto, sin embargo, existe un 32 % de personas que prefieren un producto extra. Es por eso que el tipo de beneficio que se brindará en nuestro local será de producto extra como es de las barrederas incluidas, que es una buena opción y van de la mano con la instalación de pisos flotantes.

Este tipo de beneficio significa, que en el precio que el emprendimiento implemente por cada metro cuadrado instalado de piso flotante estará incluido el costo de las barrederas y su instalación, es decir que el cliente disfrutara de “barrederas gratis” por la instalación de pisos flotantes.

- *Redes sociales*

El 40% de las familias encuestadas prefirieron conocer de nuestro producto y descuentos a través de las redes sociales, es por eso que se utilizará anuncios en la red social “Facebook”, ya que tiene un alto potencial de acceso y la mayoría de las personas poseen una cuenta en esta red social lo que facilita la cobertura de nuevos clientes potenciales en nuestro caso familias y constructoras e inmobiliarias.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Introducción

El estudio técnico está ligado al funcionamiento y operatividad del emprendimiento, en el cual se puede determinar la posibilidad de comercializar el producto. Dentro de este estudio se podrá determinar el tamaño de la empresa, las instalaciones adecuadas de la empresa, localización, además la mano de obra necesaria, e inversiones necesarias para la realización del emprendimiento.

4.2 Objetivo general

- Realizar el estudio técnico para establecer la localización, el tamaño y las inversiones que requerirán en el emprendimiento a realizarse.

4.3 Objetivos específicos

- Determinar la macro y micro localización del emprendimiento
- Determinar la capacidad operativa de la empresa
- Diseñar la distribución óptima de la planta
- determinar las inversiones en activos fijos y corrientes del emprendimiento
- Determinar el capital de trabajo que necesita el emprendimiento

4.4 Localización

4.4.1 Macrolocalización

El proyecto está ubicado específicamente en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo, parroquia San Luis de la ciudad de Otavalo, barrio Copacabana.

Ilustración 27. Situación geográfica de la provincia de Imbabura



Fuente: PDOT ciudad de Otavalo

La ciudad de Otavalo constituye un centro de desarrollo en el norte del país, posee ventajas comparativas que la convierten en una zona potencial de desarrollo económico por ser la cabecera cantonal y, además, se encuentra ubicada a dos horas de la fuente de materia prima que son los distribuidores e importadores para el desarrollo del proyecto ubicados en la ciudad de Quito.

Su ubicación y contar con una red de carreteras de primer y segundo orden, facilita acceder de manera fácil y rápida a las fuentes de materia prima, insumos y demás requerimientos utilizados en el proceso de instalación y comercialización.

4.4.2 Microlocalización

Para el análisis de la microlocalización se realizó un estudio de los factores más importantes que influyen en la ubicación del proyecto.

Tabla 16. Matriz de variables

| VARIABLES | LUGARES | | |
|-------------------------------------|-------------------|--------------------------|--------------------|
| | Barrio Copacabana | Sucre y Panamericana sur | Terminal Terrestre |
| Factores geográficos | | | |
| Disponibilidad de servicios básicos | 3 | 3 | 3 |
| Transporte | 3 | 2 | 3 |
| Vías de acceso | 3 | 3 | 3 |
| Subtotal | 9 | 8 | 9 |
| Factores estratégicos | | | |
| Formas de transporte | 3 | 1 | 3 |
| Ubicación comercial | 3 | 1 | 3 |
| Zonas pobladas | 3 | 2 | 3 |
| Subtotal | 9 | 4 | 9 |
| Factores legales | | | |
| Ordenanzas municipales | 3 | 2 | 2 |
| Seguridad y riesgo | 3 | 2 | 2 |
| Subtotal | 6 | 4 | 4 |
| Factores comerciales | | | |
| Posición estratégica | 3 | 2 | 3 |
| Tipo de mercado | 3 | 1 | 3 |
| Canal de distribución | 3 | 3 | 3 |
| Subtotal | 9 | 6 | 9 |
| TOTAL, FINAL | 33 | 22 | 31 |

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Una vez evaluado los factores óptimos para el funcionamiento del proyecto, se concluye que el lugar de mayor puntuación es el sector del barrio Copacabana en la calle Cristóbal Colon y Vicente Ramon Roca, esquina.

La microempresa se ubicará en la parroquia el Jordán de la ciudad de Otavalo, barrio Copacabana, el almacén cuenta con todos los servicios básicos de energía eléctrica, agua potable, internet y telefonía. Además de la ubicación es estratégica gracias a que el local es esquinero y se encuentra cerca al mercado Copacabana que realiza ferias cada miércoles y

sábado, además de ubicarse frente con el centro comercial “el Jordán” y el supermercado “Santa María”, por lo que existirá mucha concurrencia de personas.

4.5 Tamaño del proyecto

- **Demanda Insatisfecha**

El alcance que tiene el proyecto es principalmente en la ciudad de Otavalo, en donde la demanda insatisfecha que existe en el producto es de 16440 m2 anuales, significa que el proyecto tiene mucho potencial en futuros clientes y capacidad de poder expandirse en el mercado.

- **Inversión**

La disponibilidad de recursos es importante en la ejecución del emprendimiento, ya que, si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversiones, la realización del mismo es imposible, para ello se cuenta con capital propio de aproximadamente 8000USD para poner en marcha el emprendimiento.

- **Materia prima**

Para el desarrollo del emprendimiento existe la disponibilidad de materia prima en este caso son los pisos flotantes, y sus principales distribuidoras se encuentran en Quito y Guayaquil. Además, existen páginas web, y la facilidad del uso de las redes sociales donde se puede conseguir proveedores de materia prima.

- **Mano de obra directa**

En el caso del emprendimiento se contará con personal calificado, con experiencia en la instalación de pisos flotantes.

Un empleado promedio puede instalar diariamente aproximadamente 40 m² en un día de trabajo completo, es decir 8 horas de trabajo. En el caso de nuestra microempresa contará con un empleado que significa que en un día se podrá colocar 40m²

- **Capacidad Instalada**

Es la capacidad de cómo va a funcionar la planta en base a las necesidades del proyecto en cuanto a factores como la mano de obra, relacionada directamente con la demanda insatisfecha, en este caso el proyecto tendrá una producción de:

$$40m^2 \text{ diarios} \times 5 \text{ dias} = 200m^2 \text{ semanales}$$

$$200m^2 \text{ semanales} \times 4 \text{ semanas} = 800m^2 \text{ mensuales}$$

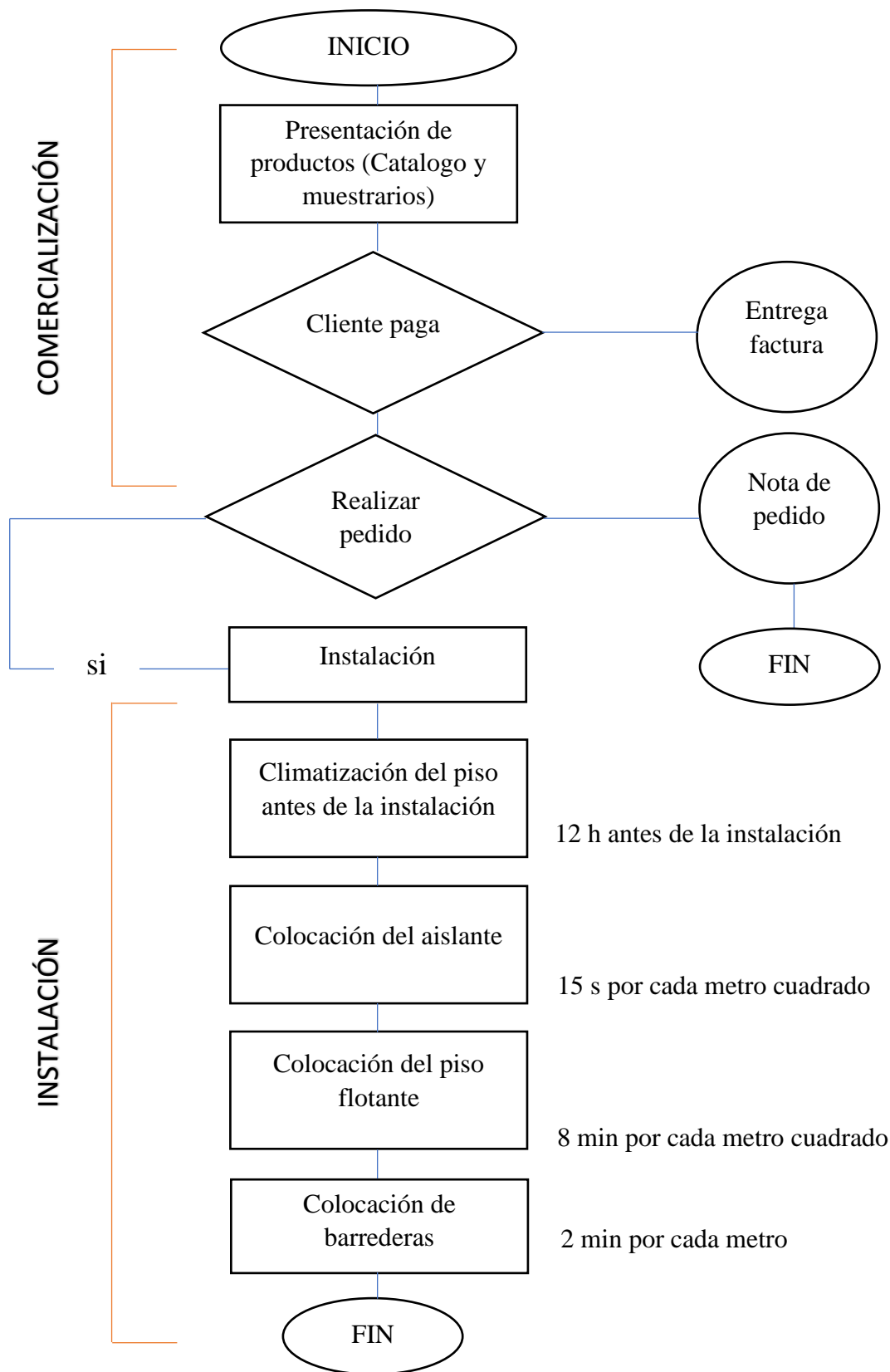
$$800 \text{ m}^2 \text{ mensuales} \times 12 \text{ meses} = 9600 \text{ m}^2 \text{ anuales}$$

Anualmente el proyecto podrá realizar con una capacidad máxima de 9600 m² al año.

Dentro del análisis de la oferta del cuadro de competidores en la tabla número 15, se determinó que la cantidad total de metros cuadrados de pisos flotantes que oferta la competencia es de 972m² mensuales y que a su vez son 11664m² anuales.

Para el desarrollo del emprendimiento se consideró el 50% de los metros cuadrados totales que se ofrece en el mercado para su desarrollo, es decir 486m² mensuales, que se convierten en 5832m² anuales de pisos flotantes, que cubre al 35% de la demanda insatisfecha.

4.6 Flujograma de procesos



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

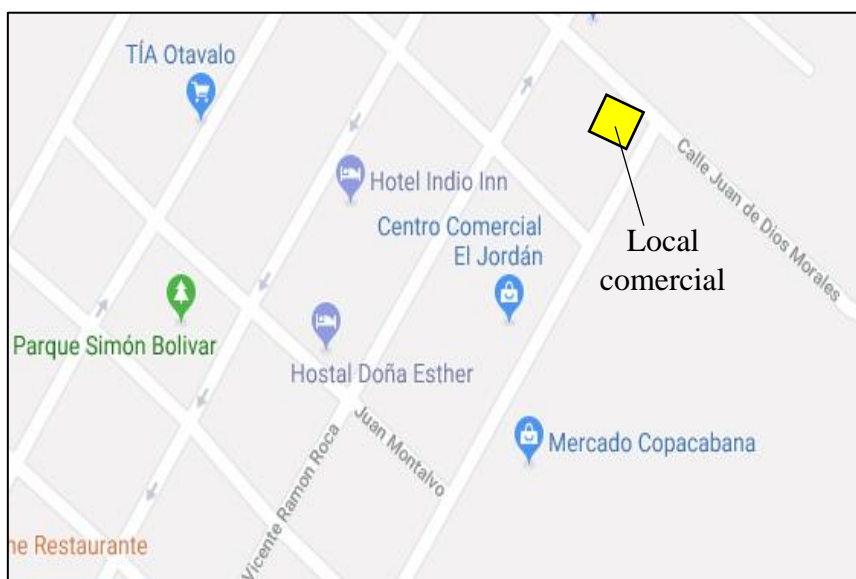
4.7 Ingeniería del proyecto

4.7.1 Distribución de la microempresa

- **Ubicación del local comercial**

El local comercial está ubicado en el mercado Copacabana de la ciudad de Otavalo, con una superficie total de 42m², cuyo valor mensual de arriendo es de 280\$ mensuales, se encuentra ubicado a 10 metros del mercado Copacabana en la vía principal de transporte público urbano de la ciudad lo que facilita la provisión de materia prima y en frente al centro comercial el Jordán y frente al supermercado Santa María, lo que hace que el lugar tenga mucha concurrencia de personas.

Ilustración 28. Ubicación del local comercial



Fuente: Google maps

- **Diseño de las instalaciones**

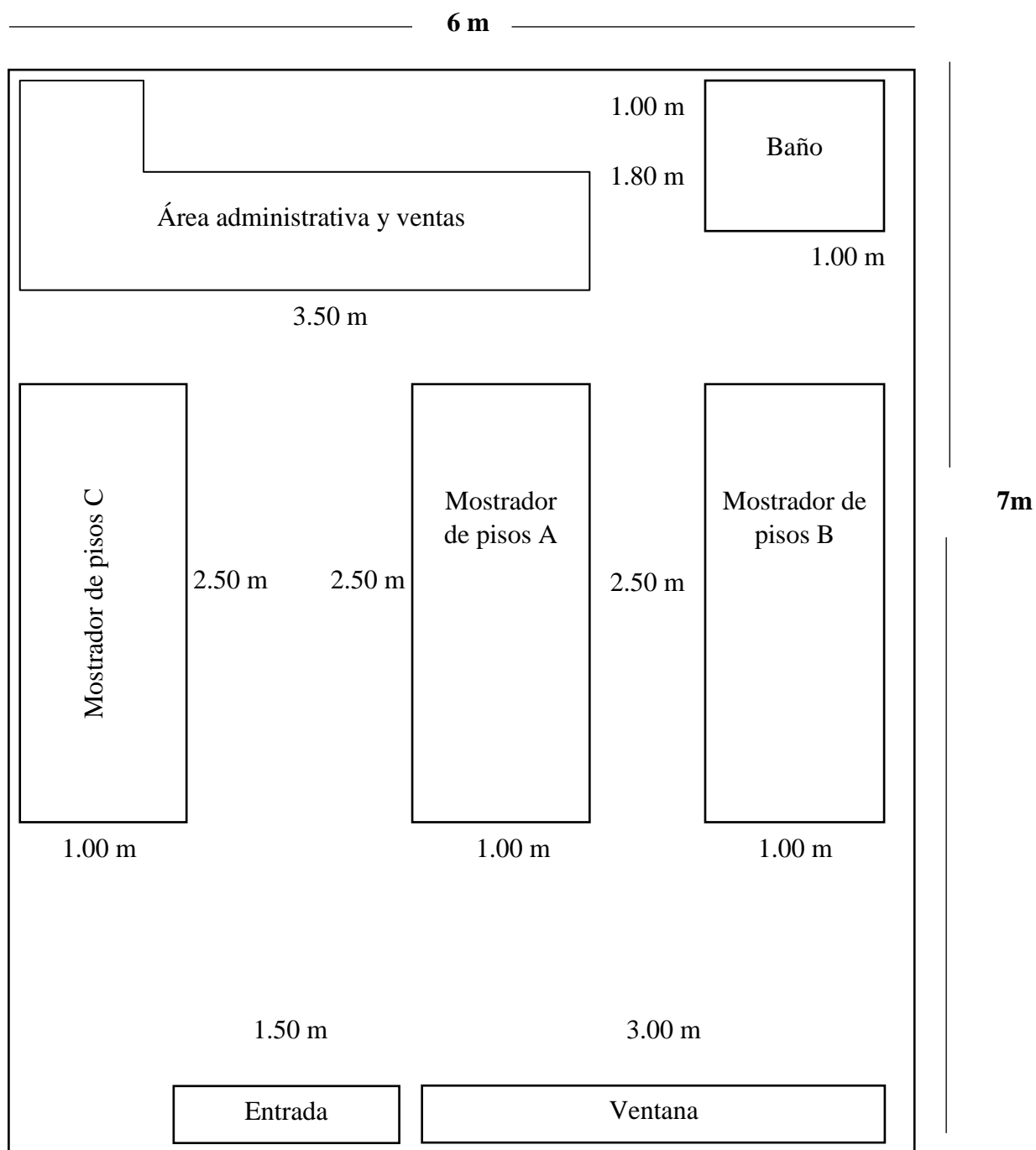
- *Área de exhibición*

En el área de ventas se encuentra el área de exhibición de productos que tiene un total de 25m² para la colocación de los mostradores de pisos.

○ *Área administrativa y ventas*

Contempla lo relacionado a la parte administrativa y de ventas de la microempresa, la cual estará integrada por la gerencia, recepción de pedidos y facturación.

Ilustración 29. Diseño del local comercial



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Como se observa en el gráfico, el diseño de las instalaciones es adecuado para el emprendimiento, cumple con las condiciones necesarias para su funcionamiento en el área tanto administrativa, ventas y exhibición de productos.

4.8 Inversiones

4.8.1 Activos fijos

Para el correcto funcionamiento de la microempresa es necesario tomar en cuenta la necesidad de activos como maquinaria, muebles enseres, equipos de cómputo entre otros:

- **Herramientas mayores**

En el cuadro se muestra las herramientas y equipo necesarios para la instalación de los pisos flotantes.

Tabla 17. Herramientas mayores

| Cantidad | Detalle | Precio Unitario | Precio Total |
|-----------------|---------------------|------------------------|---------------------|
| 1 | Guillotina de mano | 150 | 150 |
| 2 | Serrucho | 10 | 20 |
| 2 | Martillo engomado | 4 | 8 |
| 2 | Metro | 2 | 4 |
| 1 | Martillo metal | 5 | 5 |
| 1 | Plantilla de curvas | 25 | 25 |
| 1 | Ajustador | 12 | 12 |
| 3 | Escuadra metal | 2 | 6 |
| TOTAL | | | \$ 230 |

Fuente: Proforma

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- **Muebles y enseres**

Se muestra los muebles y enceres necesarios para la microempresa:

Tabla 18. Muebles y enseres

| Cantidad | Detalle | Precio Unitario | Precio Total |
|-----------------|----------------|------------------------|---------------------|
| 1 | Escritorio | 200 | 200 |
| 2 | Sillas | 30 | 60 |
| 1 | Archivador | 90 | 90 |
| 3 | mostrador | 30 | 90 |
| TOTAL | | | \$ 440 |

Fuente: proforma

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- **Equipo de oficina**

Tabla 19. Equipos de oficina

| Cantidad | Detalle | Precio Unitario | Precio Total |
|-----------------|----------------|------------------------|---------------------|
| 1 | Teléfono | 30 | 30 |
| TOTAL | | | \$ 30.00 |

Fuente: proforma

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- **Equipo de computación**

Tabla 20. Equipos de computación

| Cantidad | Detalle | Precio Unitario | Precio Total |
|-----------------|----------------|------------------------|---------------------|
| 1 | Computadora | 330 | 330 |
| 1 | Impresora | 150 | 150 |
| TOTAL | | | \$ 480 |

Fuente: proforma

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

4.8.2 Activos corrientes

En la inversión variable se ha tomado en cuenta los activos que no garantizarán una devolución del capital invertido y que su costo variara en función de la producción.

- **Materia prima directa**

La materia prima en el emprendimiento se realizará mediante pedidos con el dinero abonado del cliente, por lo que no se tiene la necesidad de tener pisos flotantes en el local comercial, sino solo muestras de los productos. Sin embargo, para el conocimiento se desarrollará el recuadro para indicar el valor actual del metro cuadrado de piso flotante al precio del proveedor.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo de dos proveedores que son Lislop y Termipisos que son con los proveedores que se consideró para el desarrollo del emprendimiento y además son con los que se empezara a trabajar desde el funcionamiento del mismo.

- *Cuadro comparativo proveedores*

Tabla 21. Cuadro comparativo proveedores

| Proveedor | Marca | Precio m2 | Marca | Precio m2 |
|-----------------|------------------|-----------|------------------|-----------|
| Lislop | Hardusth 7mm AC3 | 11 | Hardusth 8mm AC3 | 13 |
| | Kronotex 7mm AC3 | 9.4 | Kronotex 8mm AC3 | 11.75 |
| | Kassel 7mm AC3 | 9.5 | Kassel 8mm AC3 | 11.8 |
| | Egger 7mm AC3 | 9.3 | Egger 7mm AC3 | 11.2 |
| | Max 7mm AC3 | 9.2 | Max 7mm AC3 | 11.5 |
| | Lustig 7mm AC3 | 9.45 | Lustig 8mm AC3 | 11.6 |
| Termipisos | hardusth 7mm AC3 | 9.6 | Hardusth 8mm AC3 | 11.65 |
| | Kronotex 7mm AC3 | 9.6 | Kronotex 8mm AC3 | 11.65 |
| | Kassel 7mm AC3 | 9.3 | Kassel 8mm AC3 | 11.6 |
| | Egger 7mm AC3 | 9.3 | Egger 7mm AC3 | 11.3 |
| | Max 7mm AC3 | 9.25 | Max 7mm AC3 | 11.45 |
| | Lustig 7mm AC3 | 9.45 | Lustig 8mm AC3 | 11.8 |
| Precio promedio | | 9.53 | | 11.69 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Además, para determinar el costo de m2 de la materia prima se tomó la cantidad de metros cuadrados del cuadro de competidores del estudio de mercado, en donde el número total de

metros cuadrados que se ofrecen en el mercado actualmente es de 972 m² de pisos flotantes mensuales. La cantidad que se consideró para el desarrollo del emprendimiento es la mitad de metros cuadrados del total, es decir 486 m², de los cuales el 53% de m² corresponde a pisos de 7mm y el 47% de m² a pisos de 8mm de grosor.

- *Materia prima directa correspondiente al valor por m² de pisos de 7mm de grosor*

Tabla 22. Materia prima directa por m² de pisos de 7mm de grosor

| Cantidad | Unidad de medida | Detalle | Precio Unitario | Costo Total | Costo Total de 258 m² al mes |
|-----------------|-------------------------|----------------|------------------------|--------------------|--|
| 258 | m ² | piso flotante | 9.50 | 2,447 | 2,447 |
| TOTAL | | | | \$ 2,447 | \$ 2,447 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- *Materia prima directa correspondiente al valor por m² de pisos de 8mm de grosor*

Tabla 23. Materia prima directa por m² de pisos de 8mm de grosor

| Cantidad | Unidad de medida | Detalle | Precio Unitario | Costo Total | Costo Total de 228 m² al mes |
|-----------------|-------------------------|----------------|------------------------|--------------------|--|
| 228 | m ² | piso flotante | 11.50 | 2627 | 2627 |
| TOTAL | | | | \$ 2,627 | \$ 2,627 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- **Materia prima indirecta**

Al igual que la adquisición de los pisos flotantes, el aislante de humedad se lo realizara bajo pedido en las ferreterías de la ciudad. Para el emprendimiento no necesitamos tener aislante de humedad en el local, sino se adquirirá después del pedido según la necesidad que el emprendimiento lo requiera, esto se lo realizará mediante notas de pedido con el proveedor.

Tabla 24. Materia prima indirecta

| Cantidad | Detalle | Precio Unitario | Precio Total m2 | Costo Total de 486 m2 al mes |
|-----------------|----------------|------------------------|------------------------|-------------------------------------|
| 1 m2 | barredera | 1.25 | 1.25 | 607 |
| 1 m2 | plástico | 0.15 | 0.15 | 73 |
| TOTAL | | | \$ 1.40 | \$ 680 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- **Servicios básicos**

El pago de los servicios básicos como agua potable y energía eléctrica están incluidas dentro del pago del arriendo:

Tabla 25. Servicios Básicos

| Detalle | Costo Mensual | Costo Anual |
|----------------|----------------------|--------------------|
| Internet | 18.00 | 216.00 |
| Teléfono | 12.00 | 144.00 |
| TOTAL | \$ 30.00 | \$ 360 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- **Materiales de oficina**

En este caso se contará con los materiales necesarios para la realización del trabajo de oficina.

Tabla 26. Materiales de oficina

| Detalle | Cantidad Mensual | Costo Unitario | Costo Mensual | Costo Anual |
|----------------------------|-------------------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| Hojas de impresión (resma) | 1 | 3 | 3.00 | 36.00 |
| Esferos | 2 | 0.25 | 0.5 | 6.00 |
| Grapadora | 1 | 0.7 | 0.70 | 8.40 |
| Imprevistos | - | - | 5.00 | 60.00 |
| TOTAL | | | \$ 9.20 | \$ 110 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- **Gasto publicidad**

El cuadro muestra valor estimado para promocionar la empresa que será mediante volantes y redes sociales.

Tabla 27. Gasto publicidad

| Detalle | Costo Mensual | Costo Anual |
|-----------------------|----------------------|--------------------|
| Volantes | 14 | 168.00 |
| Uso de redes sociales | 5 | 60.00 |
| TOTAL | \$ 19.00 | \$ 228 |

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

El precio por volantes es de 14 dólares, 150 volantes, que es lo que se realizara cada mes para la entrega a los clientes y personas en general.

El precio y alcance por publicitar en Facebook se detalla en el siguiente recuadro:

Tabla 28. Alcance por publicitar en Facebook

| Detalle | Alcance |
|------------------------------|------------------------------|
| Radio | 3km |
| Tamaño del público potencial | 23000 |
| Edad | de 25 a mayores de 65 años |
| Sexo | todos |
| Duración | 5 días |
| Presupuesto diario | 1\$ |
| Alcance estimado | 1200 a 3400 personas diarias |
| TOTAL | 5\$ |

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- **Gasto arrendamiento**

El recuadro señala el valor por el uso del local comercial que como se mencionó anteriormente incluye el pago de servicio de energía eléctrica y agua potable.

Tabla 29. Gasto arrendamiento

| Superficie del terreno | Detalle | Costo mensual | Costo Total al Año |
|-------------------------------|-----------------------|----------------------|---------------------------|
| 42m ² | Utilización del Local | 280 | 3,360 |
| TOTAL | | \$ 280.00 | \$ 3,360 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- **Gasto adecuación local**

Tabla 30. Gasto adecuación local

| Superficie del Terreno (m2) | Detalle | valor m2 adecuación | Precio total |
|------------------------------------|---------------------------------|----------------------------|---------------------|
| 25 | Instalación de piso flotante | 9.50 | 238 |
| 12 | Pintura | 2 | 24 |
| 3 | Adhesivo publicitario (3m x 3m) | 1 | 6 |
| TOTAL | | | \$ 268 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- **Gastos de constitución**

Los gastos de constitución en este caso incluyen gastos realizados para la creación de la microempresa como obtener la patente municipal, permiso de bomberos, y otros desembolsos realizados.

Tabla 31. Gasto adecuación local

| Concepto | Valor |
|--|---------------|
| Estudio para el emprendimiento | 150 |
| Aspectos legales | 20 |
| Registro de la propiedad | 25 |
| Pago para la constitución de la microempresa | 150 |
| TOTAL | \$ 345 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- **Determinación de personal**

El siguiente cuadro detalla el personal necesario para el proyecto, así como sus respectivos sueldos incluido todos los beneficios que determina la ley mediante el código de trabajo como el décimo tercero, décimo cuarto sueldo y la afiliación al IESS que la microempresa requiere para trabajar de conformidad a la misma, y satisfacer las necesidades de la microempresa.

- *Instalador*

Tabla 32. Instalador

| Personal | Cantidad | Remuneración Mensual | Décimo Tercero | Décimo Cuarto | Afiliación IESS | TOTAL |
|-----------------|-----------------|-----------------------------|-----------------------|----------------------|------------------------|--------------|
| Instalador | 1 | 394 | 32,83 | 32,83 | 33,70 | 493 |
| TOTAL | | | | | | 493 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- *Administrador*

Tabla 33. Administrador

| Personal | Cantidad | Remuneración Mensual | Décimo Tercero | Décimo Cuarto | Afiliación IESS | TOTAL |
|-----------------|-----------------|-----------------------------|-----------------------|----------------------|------------------------|--------------|
| Administrador | 1 | 394 | 32,83 | 32,83 | 33,70 | 493 |
| TOTAL | | | | | | 493 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

4.8.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo representa el valor que se requerirá para el desarrollo futuro de las actividades a corto plazo de la microempresa.

Tabla 34. *Capital de trabajo*

| INSTALACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE 486 m2 DE PISOS FLOTANTES | | | | |
|--|--------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Detalle | | Costo por m2 7mm | Costo por m2 8mm | Valor a 1 mes |
| Mano de obra directa | | 1.02 | 1.02 | 493 |
| Sueldo administrador | | 1.02 | 1.02 | 493 |
| materia prima directa | | | | |
| Materia prima indirecta | | 1.40 | 1.40 | 680 |
| Servicios Básicos | 1 mes | 0.06 | 0.06 | 30.00 |
| • Teléfono | 12.00 | | | |
| • Internet | 18.00 | | | |
| Materiales de Oficina | | 0.02 | 0.02 | 9 |
| Arrendamiento del Local | | | | 280 |
| Readecuación para la Infraestructura Física del local | | 0.05 | 0.05 | 22 |
| Publicidad | | 0.04 | 0.04 | 19 |
| TOTAL CAPITAL TRABAJO | | \$ 3.60 | \$ 3.60 | \$ 2.028 |
| TOTAL CAPITAL TRABAJO TRES MESES | | | | \$ 6.083 |

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

El capital de trabajo que requiere la empresa es de 5679 USD que corresponde el valor para tres meses, el mismo que será solventado con aporte propio.

4.8.4 Resumen total de la inversión

Tabla 35. *Resumen total de la inversión*

| Detalle | Valor | Porcentaje |
|----------------------------|--------------|-------------------|
| Inversión Fija | 1,525 | 20% |
| Inversión Variable | 6083 | 80% |
| INVERSION TOTAL | 7,608 | 100% |

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Para poner en marcha el emprendimiento se necesita una inversión total de 7608 USD, lo que se puede solventar con aporte propio ya que no supera los 8000\$ que se tenía presupuestado y no existe la necesidad de adquirir un préstamo.

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Introducción

El siguiente estudio tiene como objetivo elaborar los cuadros analíticos para el análisis económico en donde se determina la viabilidad financiera del mismo, a través de la información monetaria y poder determinar mediante un margen razonable si es emprendimiento es o no factible de realizar.

5.2 Objetivo general

- Establecer el presupuesto operacional que permita la proyección de los ingresos y gastos, con estos resultados se obtendrá el estado de resultado y flujo de efectivo.

5.3 Objetivos específicos

- Elaborar el estado de situación inicial del emprendimiento.
- Elaborar el presupuesto de ingresos y el presupuesto de costos y gastos del año uno del emprendimiento.
- Elaborar los estados de resultados del año de ejecución del emprendimiento.
- Determinar la utilidad que genera el emprendimiento.
- Determinar los costos fijos, variables y ventas para establecer el punto de equilibrio del emprendimiento.

5.4 Estado de situación inicial

En el estado de situación inicial se encuentran los valores correspondientes a los activos y pasivos en el que se incurrirá para la creación de la microempresa de pisos flotantes, se muestra toda la inversión tanto propia como financiada.

En el caso del emprendimiento la inversión es propia y no tuvo la necesidad de acceder a un préstamo.

○ **Estado de situación inicial**

Tabla 36. Estado de situación inicial

| Activo Corrientes | 6,083 | Pasivos | |
|--------------------------|--------------|-----------------------------------|--------------|
| Caja y Bancos | 6,083 | Cuentas por pagar | 0 |
| | | Documentos por pagar | 0 |
| Activos Fijos | 1,180 | Patrimonio | 7,608 |
| Muebles y Enseres | 440 | | |
| Equipo de oficina | 30 | | |
| Equipos de computación | 480 | | |
| Maquinaria | 230 | | |
| Activo Diferido | 345 | | |
| Gastos de Constitución | 345 | | |
| TOTAL DE ACTIVOS | 7,608 | TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO | 7,608 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

5.5 Precio y Utilidad

El precio del producto se lo ha determinado en función de precios referenciales de la competencia y la cantidad que la población encuestada está dispuesta a pagar según las preguntas 8 y 9 de la encuesta y en función del precio de competidores de acuerdo al cuadro de competidores que se analizó en el estudio técnico.

Tabla 37. Precios referenciales, competidores y promedio de pisos flotantes

| Detalle | Precio de venta al público por m2 competidores | Precio referencial por m2 consumidor | Precio promedio por m2 |
|-----------------------|---|---|-------------------------------|
| Piso de 7mm de grosor | 15 | 14 | 14,50 |
| Piso de 8mm de grosor | 17 | 16 | 16,50 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

En el siguiente recuadro muestra la utilidad de pisos de 7mm de grosor y 8mm de grosor de acuerdo a los análisis de los recuadros realizados anteriormente.

Tabla 38. Utilidad de pisos flotantes

| Detalle | Costo por m2 | Valor utilidad | PVP |
|-----------------------|---------------------|-----------------------|------------|
| Piso de 7mm de grosor | 13,13 | 1.37 | 14.50 |
| Piso de 8mm de grosor | 15,29 | 1.21 | 16.50 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

5.6 Ingresos proyectados

Los ingresos proyectados corresponden a las ventas que se realizara en el periodo de un año, los ingresos están estimados para 486 m2 mensuales de los cuales el 53% corresponde a pisos de 7mm de grosor y el 47% a pisos de 8mm de grosor.

Tabla 39. Ingresos proyectados

| Detalle | Cantidad m2 | Valor por m2 | Al Mes | Al Año |
|------------------------|--------------------|---------------------|-----------------|------------------|
| Pisos de 7mm de grosor | 258 | 14.50 | 3,735 | 44,819 |
| Pisos de 8mm de grosor | 228 | 16.50 | 3,769 | 45,227 |
| TOTAL | 486 | | \$ 7,504 | \$ 90,046 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

5.7 Costos proyectados

Hace referencia al costo de la materia prima que genera el emprendimiento en el periodo de un año, de igual manera está calculado para 486m2 de pisos flotantes.

Tabla 40. Costos proyectados

| Detalle | Cantidad m2 | Valor por m2 | Al Mes | Al Año |
|------------------------|--------------------|---------------------|-----------------|------------------|
| pisos de 7mm de grosor | 258 | 9.53 | 2,455 | 29,454 |
| pisos de 8mm de grosor | 228 | 11.69 | 2,671 | 32,047 |
| TOTAL | 486 | | \$ 5,125 | \$ 61,502 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

5.8 Depreciaciones

Las depreciaciones en los activos se interpretan como la pérdida de valor que sufre un activo durante un tiempo.

Según la ley orgánica de régimen tributario interno (2017), “los porcentajes de depreciación para maquinaria y equipo es del 10% anual, equipos de cómputo 33% anual, muebles y enseres 10% anual.

Tabla 41. Depreciaciones

| Detalle | Valor \$ | % Depreciación Anual | Depreciación Anual \$ | Depreciación Mensual \$ |
|---------------------------|-----------------|-------------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| Maquinaria | 230 | 10% | 23 | 2 |
| Muebles y Enseres | 440 | 10% | 44 | 4 |
| Equipo de oficina | 30 | 10% | 3 | 0.25 |
| Equipos de computación | 480 | 33% | 158 | 13 |
| TOTAL | \$ 1,180 | | \$ 228 | \$ 29 |

| Detalle | Valor \$ | % Depreciación Anual | Depreciación Anual \$ | Depreciación Mensual \$ |
|--|-----------------|-------------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| Amortización gastos de constitución | 345 | 20% | 69 | 6 |
| TOTAL | | | | 6 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

5.9 Proyección de costos y gastos totales

La proyección de costos y gastos totales corresponde a todo lo que incurre en costos y gastos totales en el año, en donde para su cálculo se considera, además, el gasto de las depreciaciones generadas de los activos fijos:

Tabla 42. Proyecciones de costos y gastos

| Detalle | Al Mes | Al Año |
|---|-----------------|------------------|
| Materia prima directa | 5,125 | 61,502 |
| Mano de Obra Directa | 493 | 5,920 |
| CIF (servicios básicos, MPI) | 710 | 8,525 |
| Materiales de Oficina | 9 | 110 |
| Arrendamiento del Local | 280 | 3,360 |
| Readecuación para la Infraestructura Física del local | 22 | 268 |
| Gastos comercialización y Ventas | 393 | 5920 |
| Gasto Publicidad | 19 | 228 |
| Gasto Depreciación | 19 | 228 |
| COSTOS Y GASTOS TOTALES | \$ 7,172 | \$ 86,061 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

5.10 Estado de resultados

Mediante el estado de resultados se detalla la utilidad operacional y la utilidad neta que se genera en em emprendimiento durante un año.

Tabla 43. Estado de resultados

| Detalle | Al Mes | Al Año |
|------------------------------------|-----------------|------------------|
| Ventas | \$7,504 | \$ 90,046 |
| (-) Costos de Producción | 6,329 | 75,947 |
| Materia Prima | 5,125 | 61,502 |
| Mano de Obra | 493 | 5,920 |
| CIF | 710 | 8,525 |
| Utilidad Bruta | \$ 1,175 | \$ 14,099 |
| (-) Gastos Administrativos | 302 | 3,628 |
| Gasto de arrendamiento | 280 | 3,360 |
| Gasto readecuaciones | 22 | 268 |
| (-) Gastos Operacionales | 493 | 5,920 |
| Gastos de ventas | 493 | 5,920 |
| Utilidad Operacional | \$ 379 | \$ 4,551 |
| Gasto Depreciación | 19 | 228 |
| Amortización Gastos Constitución | 6 | 69 |
| Utilidad antes de PT | \$ 354 | \$ 4,254 |
| (-) 15% Participación Trabajadores | 53 | 638 |
| Utilidad Neta | \$ 301 | \$ 3,616 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

5.11 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio muestra lo mínimo que se debe producir para cubrir los costos y gastos generados.

- **Punto de equilibrio en dólares y unidades:**

Tabla 44. Punto de equilibrio en dólares y unidades

| Detalle | % | Dólares | m2 |
|------------------------|----------|----------------|-----------|
| Pisos de 7mm de grosor | 53% | 45,470 | 3,001 |
| Pisos de 8mm de grosor | 47% | 40,322 | 2,661 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

El punto de equilibrio es de 85,792\$ en el año, que representan 5,662m2 de pisos flotantes, de los cuales el 53% corresponde a pisos de 7mm cuya cantidad es 3,001 m2, y el 47% corresponde a pisos de 8mm de grosor cuya cantidad es 2,661 m2 como se demuestra en el siguiente estado de resultados:

Tabla 45. Estado de resultados del punto de equilibrio

| Detalle | Al Mes | Al Año |
|------------------------------------|---------------|---------------|
| VENTAS | 7,149 | 85,792 |
| (-) Costos de Producción | 6,329 | 75,947 |
| Materia Prima | 5,125 | 61,502 |
| Mano de Obra | 493 | 5,920 |
| CIF | 710 | 8,525 |
| Utilidad Bruta | 820 | 9,845 |
| (-) Gastos Administrativos | 302 | 3,628 |
| Gasto de arrendamiento | 280 | 3,360 |
| Gasto readecuaciones | 22 | 268 |
| (-) Gastos Operacionales | 493 | 5,920 |
| Gastos de ventas | 493 | 5,920 |
| Utilidad Operacional | 24 | 297 |
| Gasto Depreciación | 19 | 228 |
| Amortización Gastos Constitución | 6 | 69 |
| Utilidad antes de PT | 0 | 0 |
| (-) 15% Participación Trabajadores | 0 | 0 |
| Utilidad Neta | 0 | 0 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- **CONCLUSIONES DE ESTUDIO FINANCIERO**

- La inversión total requerida para poner en marcha el emprendimiento es de 7202 USD, la misma que se financiara con recursos propios ya que no supera lo presupuestado y no existe la necesidad de poder acceder a un crédito.
- El capital de trabajo para el funcionamiento normal de la microempresa es de 5679 USD, la misma que se requerirá para tres meses.
- El estado de resultados refleja una utilidad neta de 301 USD mensuales, y una utilidad anual de 3616 USD
- De acuerdo al punto de equilibrio se deben generar ingresos de 85792 USD al año que representan 5662 m2 anuales entre pisos de 7mm y 8mm de grosor. Este es el valor mínimo requerido para no obtener ni pérdidas ni ganancias.

CAPÍTULO VI

6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 Introducción

En el siguiente capítulo se determina la estructura organizacional de la microempresa de manera técnica, definiendo las características de cómo se va a organizar los recursos de la microempresa.

6.2 Objetivo general

- Crear la estructura organizativa para la administración de los recursos humanos, económicos y financieros en la implementación del emprendimiento.

6.3 Objetivos específicos

- Establecer misión, visión y valores de la microempresa
- Establecer la estructura organizacional con la que funcionara la microempresa
- Implementar la matriz de competencias de los empleados de la microempresa
- Determinar dentro del marco legal los requisitos para el funcionamiento de la microempresa

6.4 Razón social

El local que se va a incorporar se llamara “PISO – LUJOS”, dedicado a la comercialización e instalación de pisos flotantes.

6.5 Misión

Se propone como organización, “Comercializar e instalar pisos flotantes, ofreciendo productos y acabados de calidad con servicio personalizado que satisfaga las necesidades de los clientes.”

6.6 Visión

Para el año 2022, “ser un referente provincial en la comercialización e instalación de pisos flotantes, mediante una constante innovación y variedad de productos que consigan llegar al mercado y satisfacer las necesidades de los clientes”

6.7 Logotipo

Ilustración 30. Imagotipo



6.8 Valores

- Responsabilidad
- Honestidad
- Ética moral
- Respeto

6.9 Políticas empresariales

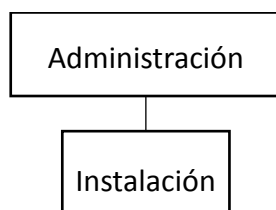
- Brindar a nuestros clientes pisos flotantes de calidad
- Contar con talento humano competente
- Mejorar continuamente el servicio de colocación de pisos
- Brindar un trabajo favorable a los trabajadores bajo las leyes actuales.

6.10 Organización de la microempresa

Para la microempresa ya que se trata de un emprendimiento se contará con dos trabajadores, que desempeñaran las actividades tanto administrativas como operarias de la empresa.

6.11 Estructura orgánica de la microempresa

Ilustración 31. Estructura orgánica de la empresa



Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

6.12 Manual de funciones

- **Administrador**

| |
|--|
| Identificación del cargo: Administrador |
| <p>Objetivo:</p> <p>Establecer un liderazgo de manera que controle y evalúe las actividades de trabajo de manera que mantengan la imagen empresarial.</p> |
| <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente la microempresa • Administrar recursos de la microempresa • Toma de decisiones • Evaluar los resultados operacionales, administrativos y financieros • Atender las obligaciones tributarias • Atención al cliente |
| <p>Requerimientos:</p> <p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en administración o afines <p>Conocimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración, ventas, marketing, atención al cliente |
| <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad administrativa • Capacidad de interrelacionarse con las personas • Actitud negociadora <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad, honestidad, ética moral, respeto |

- **Operario instalador**

| |
|--|
| Identificación del cargo: Operario instalador |
| <p>Objetivo:</p> <p>Instalar los pisos flotantes de manera que logre la satisfacción del cliente y brinde una buena imagen de la microempresa</p> |
| <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manipulación de herramientas • Cumplir actividades de instalación de pisos flotantes. • Atención al cliente |
| <p>Requerimientos:</p> <p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller <p>Conocimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en pisos flotantes, atención al cliente y manipulación de herramientas. • Computación básica <p>Experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo de un año en la instalación de pisos flotantes |
| <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad en la instalación de pisos flotantes • Responsabilidad en los trabajos que realice • Capacidad de resolver problemas que se le presente durante la instalación <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad, honestidad, ética moral, respeto |

6.13 Marco legal

6.13.1 Requisitos para la creación de una microempresa individual

- **Requisitos para la obtención de la patente municipal**

Según el gobierno autónomo descentralizado del cantón Ibarra (2018), los requisitos para la obtención de la patente son:

- Copia del Ruc o RISE actualizado
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación
- Copia del comprobante de pago del impuesto predial donde funciona la actividad económica.
- Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos.
- En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cédula y certificado de votación.

- **Requisitos para permiso de bomberos**

Según el cuerpo de bomberos de la ciudad de Otavalo (2018), los requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento de locales comerciales son los siguientes:

- Entregar una Copia del RUC o RISE para solicitar la inspección en la oficina de Prevención del Cuerpo de Bomberos del Cantón Otavalo.
- Verificación del cumplimiento de las medidas de seguridad contra incendios del local, realizada por personal del CBCO.
- Si cumple con las medidas de seguridad contra incendios conforme a la actividad económica y las características del establecimiento, el inspector entregará al momento el informe general con el que debe presentarse en las oficinas del CBCO, para tramitar el Permiso de funcionamiento y adjuntar la siguiente documentación.
- Copia de Cédula y Papeleta de Votación.

- Copia del Impuesto predial del año en curso
- Permiso de Bomberos del año anterior.
- Para locales comerciales que van a sacar el permiso por primera vez deben adjuntar el Permiso de Uso de Suelo emitido por el GAD Municipal del Cantón Otavalo.
- **Requisitos para obtención del RUC**

Según el servicio de rentas internas (2017), los requisitos para sacar por primera vez el RUC son los siguientes:

- Cedula (original y copia)
- Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono)
- Factura de telefonía fija o móvil, internet o televisión pagada
- Notas de crédito o débito emitidas por servicios básicos
- Contrato de factura o arrendamiento
- Contrato de comodato
- Certificado del registro de la propiedad
- Escritura de compra venta del inmueble
- Documento emitido por la entidad pública en el que conste la dirección
- Patente municipal
- Permiso de bomberos
- Certificaciones de uso de locales u oficinas.

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS

7.1 Introducción

En el presente capítulo se presenta un análisis técnico de los impactos que se generaran al momento de ejecutarse el proyecto, para lo cual se determinaron ámbitos a involucrarse en el desarrollo del análisis como lo económico, social y ambiental.

7.2 Objetivo general

- Identificar los principales impactos que genera el proyecto en los aspectos económicos, social y ambiental del emprendimiento.

7.3 Objetivos específicos

- Evaluar mediante ponderaciones los indicadores de los impactos económicos, sociales y ambientales del emprendimiento
- Analizar los impactos económicos, sociales y ambientales del emprendimiento
- Determinar el nivel de impacto general del emprendimiento

7.4 Matriz de valoración de impactos

Las ponderaciones con las que se calificara a los impactos generados:

Tabla 46 Matriz de valoración de impactos.

| Puntaje | Significado |
|----------------|----------------------------|
| -3 | Negativo en nivel alto |
| -2 | Negativo en el nivel medio |
| -1 | Negativo en el nivel bajo |
| 0 | Ni negativo ni positivo |
| 1 | Positivo en el nivel bajo |
| 2 | Positivo en el nivel medio |

| | |
|---|---------------------------|
| 3 | Positivo en el nivel alto |
|---|---------------------------|

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

- **Fórmula para la valoración del impacto:**

$$\frac{\sum \text{nivel de impacto}}{\text{Numero de indicadores}}$$

7.5 Impacto económico

Tabla 47. Impacto económico

| Nivel de impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Total |
|----------------------|----|----|----|---|---|---|---|----------|
| Inversión | | | | | | 2 | | 2 |
| Nivel de ingresos | | | | | | | 3 | 3 |
| Efecto multiplicador | | | | | | 2 | | 2 |
| TOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 3 | 7 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Impacto económico = $7 / 4$

Impacto económico = 1.75

El resultado del impacto es de 1.75, que significa que es positivo en nivel medio

Análisis:

- **Inversión**

El propietario de la microempresa de comercialización e instalación de pisos flotantes, recibirá ingresos al poner en marcha el emprendimiento lo que permitirá mejorar su actividad económica y financiera.

- **Nivel de ingresos**

Al brindar empleo en la microempresa, el empleado tendrá su respectivo sueldo mas todos sus beneficios de conformidad a la ley vigente en el país.

- **Efecto multiplicador**

Al crear una nueva microempresa promueve a la dinamicidad de la economía local, generando así un efecto multiplicador, que no solo beneficia al propietario de la empresa sino también a los involucrados con la misma en este caso al empleado que al recibir ingresos económicos pueda aportar a la dinamicidad de la economía local.

7.6 Impacto social

Tabla 48. Impacto Social

| Nivel de impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Total |
|----------------------|----|----|----|---|---|---|---|-------|
| Empleo | | | | | | | 3 | 3 |
| Calidad de vida | | | | | | 2 | | 2 |
| Estabilidad familiar | | | | | | 2 | | 2 |
| TOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 3 | 7 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Impacto social = $7 / 3$

Impacto social = 2,33

El resultado del impacto es de 2,33, que significa que es positivo en nivel medio

Análisis:

- **Empleo**

La creación de la microempresa generara empleo, aportando a la disminución del desempleo en el cantón Otavalo. Además, con los beneficios de ley el empleado y sus familias tienen la posibilidad de acceder al seguro hospitalario del IESS.

- **Calidad de vida**

Desde el punto de vista social, con la obtención de empleo se genera ingresos que mejoran la calidad de vida del empleado y permite que cubra sus necesidades básicas y mejorar su zona de confort.

- **Estabilidad familiar**

La microempresa brindara estabilidad laboral a su empleado generando seguridad familiar gracias a un trabajo seguro.

7.7 Impacto ambiental

Tabla 49. Impacto Ambiental

| Nivel de impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Total |
|-------------------------|----|----|----|---|---|---|---|-------|
| Desechos solidos | | | -1 | | | | | -1 |
| Ruido | | | | | | 2 | | 2 |
| Contaminación ambiental | | | | | 1 | | | 1 |
| TOTAL | 0 | 0 | -1 | 0 | 1 | 2 | | 3 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Impacto ambiental = 3/ 3

Impacto ambiental = 0

El resultado del impacto es de 0, que significa que no es ni positivo ni negativo

Análisis:

- **Desechos solidos**

La microempresa tendrá un buen manejo de sus desechos sólidos a la hora de los cortes para la instalación de los pisos flotantes, esto con la finalidad de no afectar al medio ambiente.

- **Ruido**

La microempresa al no trabajar con máquinas industriales sino solo con herramientas, el ruido generado será mínimo aportando al bien estar de los empleados y del medio ambiente.

- **Contaminación ambiental**

Todos los materiales que componen el piso flotante son fabricados de manera ecológica, gracias a avanzadas tecnologías de producción es posible transferir el buen equilibrio ecológico de los productos de madera a los pisos flotantes.

7.8 Impacto general

Tabla 50. Impacto general

| Nivel de impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Total |
|-------------------|----|----|----|---|---|------|---|-------------|
| Impacto económico | | | | | | 1.75 | | 1.75 |
| Impacto social | | | | | | 1.33 | | 2.33 |
| Impacto ambiental | | | | 0 | | | | 0 |
| TOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4,33 | 0 | 4,33 |

Elaborado por: Jhonatan Santiago Mera Herrera

Impacto económico = 4,08/ 3

Impacto económico = 1,36

El resultado del impacto es de 1,44, que significa que es positivo en nivel bajo

Análisis:

Como resultado del análisis de los impactos, el impacto general que genera el emprendimiento tiene una ponderación de 1 que significa que se encuentra en un nivel positivo bajo. A pesar de ser un impacto bajo, es positivo lo que hace que el emprendimiento de comercialización e instalación de pisos flotantes sea viable.

8 CONCLUSIONES

- En el desarrollo del diagnóstico situacional se pudo determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, además se consideró que existen aliados y oportunidades de gran aporte para la implementación de una empresa de comercialización e instalación de pisos flotantes.
- El capítulo del marco teórico en base a fuentes bibliográficas nos permitió esclarecer los conceptos que se desarrolló en el emprendimiento, además de fortalecer los conocimientos, permitió desarrollar de mejor manera los siguientes capítulos.
- Mediante la investigación de mercado se pudo conocer el mercado de los pisos flotantes en la ciudad de Otavalo, identificando la demanda, oferta, precios y comercialización, además se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha de pisos flotantes que el emprendimiento puede cubrir.
- En el estudio técnico, se estableció la macro y micro localización, se determinó la mejor ubicación donde se implementó el emprendimiento, además de determinar el tamaño del proyecto y las inversiones requeridas para el adecuado funcionamiento del proyecto.
- En el desarrollo del estudio financiero se pudo determinar la factibilidad del emprendimiento a un año mediante el presupuesto de ingresos y el presupuesto de costos y gastos, determinando la utilidad neta además se conoció el punto de equilibrio del mismo.
- En la estructura organizacional se logró establecer la razón social, misión, visión y valores de la microempresa, además un manual de funciones adecuado que cumpla con los requerimientos de la empresa y se pueda lograr los objetivos y metas de la misma.
- La creación de la microempresa de comercialización e instalación de pisos flotantes mediante el análisis de los aspectos económicos, sociales y ambientales genero impactos de nivel medio positivo con lo que demostró la viabilidad del emprendimiento.

9 RECOMENDACIONES

- Realizar un diagnóstico situacional con toda la información necesaria para el desarrollo del emprendimiento con el fin de conocer las principales oportunidades y aliados que existen para la creación de la microempresa.
- Tomar referencias bibliográficas actualizadas con el propósito de que la investigación contribuya la información adecuada para el desarrollo del emprendimiento.
- Hacer un buen uso de las técnicas de investigación primaria, como la encuesta y entrevistas para poder realizar y sustentar una información mas cercana a la realidad durante el desarrollo del estudio de mercado en el emprendimiento.
- Realizar el desarrollo de las inversiones que se requiere en el emprendimiento de manera que cumpla con lo que necesita la empresa de acuerdo a su tamaño y capacidad.
- Elaborar un estudio financiero detallado con el fin de que se pueda interpretar cada uno de los resultados obtenidos en el desarrollo del emprendimiento
- Realizar la estructura del emprendimiento acorde al número de trabajadores y capacidad de la misma, tomando en cuenta los aspectos legales que permita garantizar el funcionamiento de la microempresa
- Fortalecer los impactos positivos del emprendimiento y contrarrestar los impactos negativos del mismo con el fin de garantizar la sostenibilidad y la vida útil de la microempresa.

10 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ambientacion, E. (10 de 7 de 2018). *estiloambientacion.com.ar*. Obtenido de [estiloambientacion.com.ar: http://estiloambientacion.com.ar/a/pisosflotantes/](http://estiloambientacion.com.ar/a/pisosflotantes/)
- Arboleda, G. (2013). *Proyectos; Identificación, formulación, evaluación y gerencia*. México: Alfaomega.
- Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Block, S., Hirt, G., & Danielsen, B. (2013). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Mc Graw Hill Education.
- bomberos, c. d. (2018). *bomberosotavalo.gob.ec*. Obtenido de [www.bomberosotavalo.gob.ec: http://www.bomberosotavalo.gob.ec/services/inspecciones/](http://www.bomberosotavalo.gob.ec/services/inspecciones/)
- Comercio. (16 de 7 de 2018). *www.elcomercio.com*. Obtenido de [www.elcomercio.com: http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuatorianos-cifras-pobreza-inec-2018.html](http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuatorianos-cifras-pobreza-inec-2018.html)
- Cooper, S. (1 de 6 de 2015). *grandviewreserch.com*. Obtenido de [grandviewreserch.com: https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/wood-and-laminate-flooring-market](https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/wood-and-laminate-flooring-market)
- Córdoba, M. (2015). *Formulación y evaluación de Proyectos*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Den Bergue, E. (2012). *Diseño y gerencia su propia empresa proyectandola a los TLC*. Bogotá: Ecoe ediciones .
- Ecuador, B. c. (2017). *bce.fin.ec*. Obtenido de [www.bce.fin.ec: https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia](https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia)
- GAD. (8 de 7 de 2018). *www.otavalo.gob.ec*. Obtenido de [www.otavalo.gob.ec: http://www.otavalo.gob.ec/otavalo/situacion-geografica.html](http://www.otavalo.gob.ec/otavalo/situacion-geografica.html)
- Grover, P. (2007). *Fundamentos de manufactura moderna*. Mexico: Mc Graw Gill.
- Ibarra, G. (2018). *www.ibarra.gob.ec*. Obtenido de [ibarra.gob.ec: https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/gobierno/gestion-tributaria/1214-informacion-de-la-patente-municipal](https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/gobierno/gestion-tributaria/1214-informacion-de-la-patente-municipal)
- INEC, i. n. (2010). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de [www.ecuadorencifras.gob.ec: http://www.ecuadorencifras.gob.ec//censo-nacional-economico/](http://www.ecuadorencifras.gob.ec//censo-nacional-economico/)
- labsunwood. (30 de 03 de 2015). *www.labsunwood.com*. Obtenido de [labsunwood.com: https://labsunwood.wordpress.com/page/3/](https://labsunwood.wordpress.com/page/3/)
- Luna Gonzales, A. (2014). *Administración Estratégica*. Mexico: grupo editorial Patria.
- Mendoza, C., & Ortiz, O. (2016). *Contabilidad Financiera para Contaduría y Administración*. Barranquilla: ECOE Ediciones.
- Mesa, M. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Morales, A., & Alcocer, F. (2014). *Administración Financiera*. Mexico: Patria.

- Morales, A., Morales, A., & Alcocer, R. (2014). *Administración financiera*. México: Patria.
- Núñez, L. (2015). *Finanzas I*. Mexico: Vértice.
- otavalo, c. d. (2017). *empresas segun sus actividades economicas*. otavalo .
- PDOT, o. (2014). *www.sni.gob.ec*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000500001_DOCUMENTO%20FINAL%20PDOT%20OTAVALO_15-03-2015_19-55-15.pdf
- Prieto, C. (2014). *Emprendimiento: Conceptos y plan de negocios*. Bogotá: Trillas.
- Rojas, D. (2013). *La Biblia del Marketing*. Barcelona: Lexus Editores.
- Sánchez, E. (2010). *Administración de Empresas: Un enfoque Interdisciplinar*. España: Paraninfo.
- solidaria, I. n. (2014). *inclusion.gob.ec*. Obtenido de www.inclusion.gob.ec:https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/ley_economia_popular_solidaria.pdf
- SRI. (2017). *sri.gob.ec*. Obtenido de [www.sri.gob.ec:http://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-para-tramites](http://www.sri.gob.ec:www.sri.gob.ec:http://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-para-tramites)
- SRI. (2017). *www.sri.gob.ec*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ley-organica-para-la-reactivacion-de-la-economia-y-fortalecimiento>
- SRI. (9 de 12 de 2017). *www.sri.gob.ec*. Obtenido de www.sri.gob.ec:file:///C:/Users/EROVER-PC/Downloads/Art.%2010%20Deducciones.pdf
- studylib. (2016). *www.estudylib.es*. Obtenido de www.estudylib.es:https://studylib.es/doc/4862596/definici%C3%B3n-de-la-calidad-ac3-ac4.-los-pisos-flotantes-se-...
- telecomunicaciones, M. d. (martes de 2 de 2015). *telecomunicaciones.gob.ec*. Obtenido de www.telecomunicaciones.gob.ec:https://www.telecomunicaciones.gob.ec/91-de-ecuatorianos-utiliza-las-redes-sociales-en-su-telefono-inteligente/
- Telegrafo. (17 de 7 de 2018). *www.eltelegrafo.com*. Obtenido de www.eltelegrafo.com:www.eltelegrafo.com:https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/riesgo-pais-ecuador-richard-martinez
- Topfloor. (7 de 7 de 2018). *www.topfloor.com*. Obtenido de www.topfloor.com:www.topfloor.com:http://www.topfloor.com.ar/pisos-flotantes
- TopFlor. (8 de 7 de 2018). *www.topflor.com.ar*. Obtenido de www.topflor.com.ar:www.topflor.com.ar:http://www.topfloor.com.ar/nota/los+pisos+flotantes+y+el+medio+ambiente_10
- Torres, Z., & Helí, T. (2014). *Administración de Proyectos*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Uribe, J. A. (2015). *Proyectos de inversión para las pyme*. Bogotá: Ecoe.
- Valls Arnaus, m. (2016). *Redes Sociales, herramienta de gestion empresarial*. Buenos Aires, Argentina: Ugerman Editor.

11 ANEXOS

11.1 Anexo 1: Precio piso flotante

OFERTA PISO FLOTANTE

ALEMÁN 6 mm | TECNOLOGÍA ALEMANA 8 mm

DESDE **13,50** M²

INSTALADO CON BARREDERAS

www.experpisos.com
 info@experpisos.com
 0995764846 • 0982549421
 2295826 • 2293226

Av. de La Prensa N70-10 y Ezequiel Márquez (Sector El Condado) Quito, Ecuador

11.2 Anexo 2: Precio porcelanato

PROMOCIÓN PORCELANATO

\$13,50 hasta agotar stock

PLAYMA
 Imagen & Calidad

Por su compra reciba GRATIS un obsequio

2806664 / 2805267 | 0992740539

11.3 Anexo 3: Precio cerámica



PROMOCIÓN CERÁMICA

DESDE
\$ 7⁰⁰
M2

Antideslizante
Tamaño: 31 x 31 cm

Somos distribuidores
PLAYMA
Imagen & Calidad

ECUACERAMICA

2806664 / 2805267 0992740539

The advertisement features a background image of a modern interior with light-colored ceramic tiles. In the foreground, several large, light-colored square tiles are displayed, each with a small blue and white label. A large red circular graphic with a yellow scalloped edge contains the price information. The background also shows a stack of wooden planks, a framed picture, and a person sitting at a desk.

11.4 Anexo 4: Encuesta



Universidad Técnica del Norte

Facultad en ciencias Administrativas y Económicas

ENCUESTA

12. ¿Dispone usted de piso flotante en su casa?

| | | |
|----|-----|-----|
| Sí | 108 | 30% |
| No | 250 | 70% |

13. ¿Cuál de los siguientes beneficios de los pisos flotantes conoce usted?

| | | |
|----------------------------------|-----|-----|
| Antialérgico | 1 | 0% |
| Evita el frío del suelo | 75 | 21% |
| Fácil limpieza | 154 | 43% |
| Mejora confort y calidad de vida | 28 | 8% |
| Ninguno | 100 | 28% |

14. En caso utilizar pisos flotantes, en una escala del 1 al 5 califique el servicio brindado al momento de la instalación de su piso, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.

| | | |
|--------|----|-----|
| Uno | 0 | 0% |
| Dos | 12 | 11% |
| Tres | 28 | 26% |
| Cuatro | 55 | 51% |
| Cinco | 13 | 12% |

15. Si usted no utiliza pisos flotantes, ¿estaría dispuesto a implementar este producto en su hogar?

| | | |
|----|-----|-----|
| Sí | 185 | 74% |
| No | 65 | 26% |

16. ¿Cada que tiempo decide usted cambiar pisos en su hogar?

| | | |
|----------------------|-----|-----|
| cada 10 años | 105 | 42% |
| cada 15 años | 62 | 25% |
| cada 20 años | 43 | 17% |
| diferentes ocasiones | 40 | 16% |

17. ¿Cuántos metros cuadrados de piso flotante usted estaría dispuesto a adquirir? Tomando como referencia que una habitación normal tiene aproximadamente una medida de 15 m²

| | | |
|--------------------|-----|-----|
| 30 m ² | 65 | 26% |
| 60 m ² | 125 | 50% |
| 90 m ² | 50 | 20% |
| 120 m ² | 10 | 4% |

18. ¿Al momento de comprar pisos flotantes en donde lo hace?

| | | |
|--|-----|-----|
| Almacenes de pisos | 130 | 52% |
| Ferreterías | 70 | 28% |
| Locales comerciales que ofrezcan el producto | 50 | 20% |

19. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada metro instalado de piso flotante de 7mm de grosor?

| | | |
|---------|-----|-----|
| 13\$ | 85 | 34% |
| 14\$ | 130 | 52% |
| 14.50\$ | 35 | 14% |

20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada metro instalado de piso flotante de 8mm de grosor?

| | | |
|------|-----|-----|
| 15\$ | 95 | 38% |
| 16\$ | 138 | 55% |
| 17\$ | 17 | 7% |

21. ¿A través de qué medios de comunicación, le gustaría conocer acerca del producto?

| | | |
|--------------------------------------|-----|-----|
| Radio | 43 | 17% |
| Redes sociales | 100 | 40% |
| Volantes | 30 | 12% |
| Recomendación de amigos o familiares | 77 | 31% |

22. ¿Con que tipo de promoción le gustaría beneficiarse?

| | | |
|----------------|-----|-----|
| Descuentos | 117 | 47% |
| Producto extra | 80 | 32% |
| Promociones | 53 | 21% |

11.5 Anexo 5

Entrevista

8. Nombre de la constructora
9. ¿Qué tipo de proyectos realiza la constructora?
10. ¿Cuál es la cantidad de casas elaboradas por la constructora en el presente año?
11. ¿Cuál es la cantidad de casas en proyección de construcción para el presente año?
12. ¿Cuántos metros cuadrados es el promedio de construcción de una casa para un conjunto habitacional?
13. ¿Cuál es la distribución promedio de la planta de una casa según su construcción?
14. ¿Qué tipo de materiales usa la constructora para el revestimiento de pisos flotantes en los conjuntos habitacionales?

11.6 Anexo 6

- **Entrevista 1:** Ferretería Bosna

1) Nombre de la empresa: Ferretería Bosna

2) ¿Qué marcas de pisos flotantes tiene a disposición y cuantas cajas aproximadamente vende usted mensualmente?: 60 cajas al mes aproximadamente, cada caja contiene 2.40m²

| Marca | Cajas por grosor | m ² por caja | Total en m ² |
|-----------------|------------------|-------------------------|-------------------------|
| Hardutsh | 40 cajas de 7mm | 2.40 m ² | 96 m ² |
| | 20 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 48 m ² |

3) ¿Tiene servicio de instalación?: Si

4) ¿Cuánto es el valor de instalación por metro cuadrado?: 1.50 \$ por cada metro cuadrado

5) ¿Cuál es el valor por cada metro cuadrado instalado de cada marca dependiendo su grosor?

| Marca | Grosor | Precio |
|-----------------|-------------|-------------------------------------|
| Hardutsh | Piso de 7mm | 16 \$ cada m ² instalado |
| | Piso de 8mm | 19 \$ cada m ² instalado |

11.7 Anexo 7

- **Entrevista 2:** Cortinas y pisos

- 1) Nombre de la empresa: Cortinas y pisos
- 2) ¿Qué marcas de pisos flotantes tiene a disposición y cuantas cajas aproximadamente vende usted mensualmente?: 65 cajas al mes, cada caja contiene 2.40 m²

| Marca | Cajas por grosor | m ² por caja | Total en m ² |
|-----------------|------------------|-------------------------|-------------------------|
| Max | 15 cajas de 7mm | 2.40 m ² | 36 m ² |
| | 5 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 12 m ² |
| Kronotex | 20 cajas de 7mm | 2.40 m ² | 48 m ² |
| | 10 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 24 m ² |
| Kassel | 10 cajas de 7mm | 2.40 m ² | 24 m ² |
| | 5 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 12 m ² |

- 3) ¿Tiene servicio de instalación?: Si
- 4) ¿Cuánto es el valor de instalación por metro cuadrado?: 1.25 \$ por cada metro cuadrado
- 5) ¿Cuál es el valor por cada metro cuadrado instalado de cada marca dependiendo su grosor?

| Marca | Grosor | Precio |
|-----------------|-------------|-------------------------------------|
| Max | piso de 7mm | 14 \$ cada m ² instalado |
| | piso de 8mm | 16 \$ cada m ² instalado |
| Kronotex | piso de 7mm | 14 \$ cada m ² instalado |
| | piso de 8mm | 16 \$ cada m ² instalado |
| Kassel | piso de 7mm | 15 \$ cada m ² instalado |
| | piso de 8mm | 17 \$ cada m ² instalado |

11.8 Anexo 8

- **Entrevista 3:** Mundo pisos

1) Nombre de la empresa: Mundo pisos

2) ¿Qué marcas de pisos flotantes tiene a disposición y cuantas cajas aproximadamente vende usted mensualmente?: 80 cajas al mes aproximadamente, cada caja contiene 2.40 m²

| Marca | Caja por grosor | m ² por caja | Total en m ² |
|-----------------|-----------------|-------------------------|-------------------------|
| Max | 15 cajas de 7mm | 2.40 m ² | 36 m ² |
| | 10 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 24 m ² |
| Kronotex | 20 cajas de 7mm | 2.40 m ² | 48 m ² |
| | 10 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 24 m ² |
| Kassel | 5 cajas de 7mm | 2.40 m ² | 12 m ² |
| | 5 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 12 m ² |
| Egger | 5 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 12 m ² |
| Hardutsh | 10 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 24 m ² |

3) ¿Tiene servicio de instalación?: Si

4) ¿Cuánto es el valor de instalación por metro cuadrado?: 1.50 \$ por cada metro cuadrado

5) ¿Cuál es el valor por cada metro cuadrado instalado de cada marca dependiendo su grosor?

| Marca | Grosor | Precio |
|-----------------|-------------|--|
| Max | caja de 7mm | 13.50 \$ cada m ² instalado |
| | caja de 8mm | 15.50 \$ cada m ² instalado |
| Kronotex | caja de 7mm | 14 \$ cada m ² instalado |
| | caja de 8mm | 16 \$ cada m ² instalado |
| Kassel | caja de 7mm | 13 \$ cada m ² instalado |
| | caja de 8mm | 15 \$ cada m ² instalado |
| Egger | caja de 8mm | 15 \$ cada m ² instalado |
| Hardutsh | caja de 8mm | 15 \$ cada m ² instalado |

11.9 Anexo 9

Entrevista 4: Alma pisos

- 1) Nombre de la empresa: Alma pisos
- 2) ¿Qué marcas de pisos flotantes tiene a disposición y cuantas cajas aproximadamente vende usted mensualmente?: 160 cajas al mes aproximadamente, cada caja contiene 2.40 m²

| Marca | Cajas por grosor | m ² por caja | Total en m ² |
|-----------------|------------------|-------------------------|-------------------------|
| Max | 15 cajas de 7mm | 2.40 m ² | 36 m ² |
| | 10 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 24 m ² |
| Kronotex | 40 cajas de 7mm | 2.40 m ² | 48 m ² |
| | 25 cajas de 8mm | 2.40m ² | 60 m ² |
| Kassel | 10 cajas de 7mm | 2.40 m ² | 24 m ² |
| | 5 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 12 m ² |
| Lustig | 15cajas de 7mm | 2.40 m ² | 36 m ² |
| | 5 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 12 m ² |
| Egger | 15 cajas de 7mm | 2.40 m ² | 36 m ² |
| | 5 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 12 m ² |
| Hardutsh | 15 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 36 m ² |

- 3) ¿Tiene servicio de instalación?: Si
- 4) ¿Cuánto es el valor de instalación por metro cuadrado?: 1 \$ por cada metro cuadrado
- 5) ¿Cuál es el valor por cada metro cuadrado instalado de cada marca dependiendo su grosor?

| Marca | Grosor | Precio |
|-----------------|-------------|--|
| Max | caja de 7mm | 14 \$ cada m ² instalado |
| | caja de 8mm | 16 \$ cada m ² instalado |
| Kronotex | caja de 7mm | 13 \$ cada m ² instalado |
| | caja de 8mm | 15 \$ cada m ² instalado |
| Kassel | caja de 7mm | 14 \$ cada m ² instalado |
| | caja de 8mm | 16.50 \$ cada m ² instalado |
| Lustig | caja de 7mm | 14\$ cada m ² instalado |
| | caja de 8mm | 16 \$ cada m ² instalado |
| Egger | caja de 7mm | 14\$ cada m ² instalado |
| | caja de 8mm | 16\$ cada m ² instalado |
| Hardutsh | caja de 8mm | 17\$ cada m ² instalado |

11.10 Anexo 10:

- **Entrevista 5:** Ferro centro

1) Nombre de la empresa: Ferro centro

2) ¿Qué marcas de pisos flotantes tiene a disposición y cuantas cajas aproximadamente vende usted mensualmente?: 30 cajas al mes aproximadamente, cada caja contiene 2.40 m².

| Marca | Cajas por grosor | m2 por caja | Total en m2 |
|-----------------|-------------------------|---------------------|--------------------|
| Kronotex | 10 cajas de 7mm | 2.40 m ² | 24 m ² |
| | 5 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 12 m ² |
| Kassel | 5 cajas de 7mm | 2.40 m ² | 12 m ² |
| | 5 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 12 m ² |
| | 5 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 12 m ² |
| Hardutsh | | | |

3) ¿Tiene servicio de instalación?: No

4) ¿Cuál es el valor por cada metro cuadrado de cada marca dependiendo su grosor?

| Marca | Grosor | Precio |
|-----------------|---------------|------------------------------|
| Kronotex | caja de 7mm | 12.60 \$ cada m ² |
| | caja de 8mm | 13.75 \$ cada m ² |
| Kassel | caja de 7mm | 12 \$ cada m ² |
| | caja de 8mm | 14 \$ cada m ² |
| Hardutsh | caja de 8mm | 14 \$ cada m ² |

11.11 Anexo 11

- **Entrevista 6:** Pintulac

1) Nombre de la empresa: Pintulac

2) ¿Qué marcas de pisos flotantes tiene a disposición y cuantas cajas aproximadamente vende usted mensualmente?: 30 cajas al mes aproximadamente, cada caja contiene 2.40 m²

| Marca | Caja por grosor | m ² por caja | Total en m ² |
|----------|-----------------|-------------------------|-------------------------|
| Hardutsh | 30 cajas de 8mm | 2.40 m ² | 72 m ² |

3) ¿Tiene servicio de instalación?: No

4) ¿Cuál es el valor por cada metro cuadrado de cada marca dependiendo su grosor?

| Marca | Grosor | Precio |
|----------|-------------|---------------------------|
| Hardutsh | caja de 8mm | 15 \$ cada m ² |