



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**

**ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TEMA**

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

**“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS TEJIDOS A CROCHET PARA NIÑAS, EN LA  
CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”.**

**AUTOR: EMÉRITA BELÉN MÉNDEZ TOCAGÓN**

**DIRECTOR: ING. DIEGO FERNANDO RODRÍGUEZ YASELGA**

**Ibarra, Octubre 2018**

## RESUMEN EJECUTIVO

La ciudad de Otavalo es tradicionalmente textil o artesanal y emprendedora, por lo que se sustenta la creación de la microempresa de producción y comercialización de zapatos tejidos a crochet niñas. El estudio se inició con el diagnóstico situacional en el cual se determinó la oportunidad de negocio, destacando el valor agregado como base fundamental el KNOW HOW que es el alto conocimiento en la elaboración del calzado tejido a crochet, pues cabe destacar que no cualquier persona posee las habilidades de tejer a crochet. Del estudio de mercado se establece que la oferta de calzado tejido a crochet es de 1032 unidades para el año 2018, así también análisis de la demanda se determina que para el año 2018 es de 3013 unidades de calzado tejidos a crochet, y de la demanda insatisfecha es de 1981 unidades de calzado tejido a crochet anual. Del estudio técnico se establece que la mejor opción de localización de la microempresa es en la ciudad de Otavalo, Parroquia El Jordán, en el sector de la Plaza de Ponchos en la calle Sucre y Salinas., debido a sus características técnicas. Del Estudio Económico – Financiero se determina las inversiones, precio de venta, punto de equilibrio y estados de resultados, estado de situación inicial y flujo de efectivo a fin de verificar su viabilidad en sus flujos positivos.

## ABSTRACT

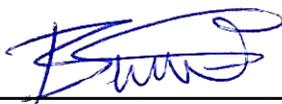
The city of Otavalo is traditionally textile, that is why the creation of the micro-enterprise of production and marketing of crochet-knit shoes for girls is a sustainable enterprise. The study began with a situational analysis to determine the business opportunity, highlighting the added value of “Know How” which is the knowledge regarding the manufacturing of crochet-knit footwear. From the market study it is established that the supply of crocheted footwear is of 1032 units for the year 2018, while the analysis of the demand determined that for the year 2018 are necessary 3013 units, resulting in an unsatisfied demand of 1981 units. The technical study states that the best option for locating the microenterprise is in the city of Otavalo, in El Jordán parish next to la Plaza de Ponchos in Sucre Street and Salinas. Due to its technical characteristics. From the Economic - Financial Study, the investments, sale price, break-even point and income statements, initial situation and cash flow are determined in order to verify their viability in their positive flows.

Victor Rodriguez  
171549679  
RWL



## AUTORÍA

Yo *Emérita Belén Méndez Tocagón*, portadora de C.I 100473167-3, declara ser autora de las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo titulado: “ ***CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS TEJIDOS A CROCHET PARA NIÑAS, EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA***”, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.



---

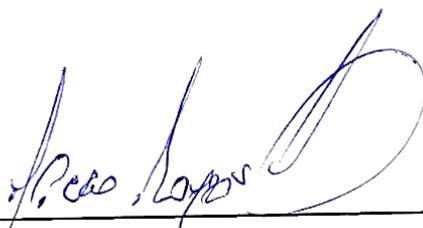
**Emérita Belén Méndez Tocagón**  
**C.C 1004731673**

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado, presentado por la egresada *EMERITA BELEN MENDEZ TOCAGON*, para optar por el título de **INGENIERA COMERCIAL.**, cuyo tema es: *CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS TEJIDOS A CROCHET PARA NIÑAS, EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.*

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 23 días del mes de Octubre de 2018.



---

Ing. Diego Rodríguez

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO**

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE  
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Emérita Belén Méndez Tocagón , con cédula de ciudadanía N° 100473167-3, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS TEJIDOS A CROCHET PARA NIÑAS, EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

En la ciudad de Ibarra a los 23 días del mes de Octubre de 2018.



---

**Emérita Belén Méndez Tocagón**  
C.I 100473167-3

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

**IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>Cédula de Ciudadanía:</b>	100473167-3		
<b>Apellidos y Nombres:</b>	Méndez Tocagón Emérita Belén		
<b>Dirección:</b>	Comunidad Mariscal Sucre, Parroquia Gonzales Suarez, Cantón Otavalo.		
<b>Email:</b>	belencita.sagitario@hotmail.com		
<b>Teléfono fijo:</b>	0969334478	<b>Teléfono móvil:</b>	0969334478
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>Título:</b>	"CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ZAPATOS TEJIDOS A CROCHET EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA".		
<b>Autor:</b>	Méndez Tocagón Emérita Belén		
<b>Fecha:</b>	2018-10-23		
<b>SOLO PARA TRABAJO DE GRADO</b>			
<b>Programa:</b>	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>		
<b>Título por el que opta:</b>	Ingeniera Comercial		
<b>Asesor/Director</b>	Ing. Diego Rodríguez. Msc.		

## AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Emérita Belén Méndez Tocagón, portador de la cédula de ciudadanía Nro. 100473167-3, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 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 el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de declaración por parte de terceros.

Ibarra, a los 23 días del mes de Octubre del 2018.



---

**Emérita Belén Méndez Tocagón**  
C.C. 100473167-3  
**AUTOR**

## **DEDICATORIA**

*A Dios, por darme la oportunidad de estar con vida para poder obtener mi título universitario y estar conmigo en mi diario vivir, por iluminar mi mente y darme fuerzas para seguir luchando y porque a lo largo de mi trayectoria estudiantil puso en mi camino a personas que han sido mi guía y apoyo en cada proceso, actividad y obstáculo.*

*Este trabajo está dedicado para las personas más importantes en mi vida, mis queridos y amados padres quienes han sido mi fuente de inspiración y lucha; a mi madre Inés y mi padre José Antonio; quienes con sus consejos, apoyo y amor incondicional en cada uno de mis proyectos he logrado alcanzar un sueño no solo mío, sino también de ellos.*

*A mi amado novio, confidente, amigo y futuro esposo Patricio Curillo, que me ha brindado un amor del bueno, a quien le debo mi vida entera por dedicarme su tiempo, atención y comprensión quien con sus consejos y aporte de sus conocimientos pude realizar este proyecto, por enseñarme que la constancia trae resultados positivos.*

*Para mis hermanas y hermanos sin excepción alguna; por estar hay dándome palabras de aliento haciendo que mis días sean alegres y mostrarme que vale la pena luchar, sobre todo saber que están y estarán en los momentos de luz o tristeza.*

*Por último dedicado también para mi princesa, mi sobrina querida que con su ternura y cariño me ha motivado para seguir adelante.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*Ver finalizado una etapa más de mi vida, hace que sienta un rotundo agradecimiento a todas aquellas personas que estuvieron a lo largo de mi trayectoria como estudiante, por lo cual quiero agradecer:*

*Primeramente, a Dios, por escucharme y guiarme por el camino correcto, por derramar su bendición sobre mí a través de sabiduría y humildad.*

*A mis padres por ser mi apoyo e inspiración, sobre todo mi madre por ser una mujer humilde y carismática.*

*Un agradecimiento enorme para mi novio y futuro esposo por haber estado en mis momentos de logros y fracasos brindándome su amor incondicional, apoyándome siempre.*

*A mi familia todos en general por ser mi motor fundamental y apoyo.*

*Mil gracias a todos mis maestros que me capacitaron con sus conocimientos y experiencias para ser una persona de bien en la vida profesional y humana; para poder desenvolverme en cualquier ámbito.*

*También quiero agradecer a mis excompañeros y compañeras por haber estado conmigo en este proceso y haberme ayudado cuando lo necesite.*

## PRESENTACIÓN

Para el desarrollo del presente emprendimiento de creación de una **“Microempresa de producción y comercialización de zapatos tejidos a crochet para niñas, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura”**, se realizará un análisis de todos los elementos que contempla un emprendimiento como tal , iniciando por la recopilación de los antecedentes en torno al tema de estudio y así poder determinar un diagnostico situacional que permitirá conocer la situación actual de las microempresas de tejidos a crochet o tejidos artesanales.

El estudio de mercado que nos permitirá determinar datos importantes entorno al mercado como, población, oferta, demanda y establecer estrategias de marketing.

En el estudio técnico se determinará la localización, la distribución de la planta para poder definir las necesidades del personal y su funcionamiento, así también conocer la capacidad de producción para saber cuánto puede producir la microempresa en un tiempo determinado.

El estudio económico permitirá saber si es viable o aceptable implantar el emprendimiento basado en estados financieros como: el balance general, estado de resultados, flujo de efectivo mes a mes; así también permitirá saber cuántas unidades se deberá producir para obtener un punto de equilibrio.

En el sexto capítulo se verá reflejada la organización administrativa y funcional de la microempresa, así como los objetivos de la misma y por último un análisis detenido sobre los principales impactos y sus efectos en la creación de la microempresa.

## ***INDICE GENERAL***

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA .....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA.....	vii
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA .....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD .....	viii
<i>DEDICATORIA</i> .....	ix
<i>AGRADECIMIENTOS</i> .....	x
PRESENTACIÓN .....	xi
CAPITULO I.....	1
1. Diagnostico situacional .....	1
1.1. Antecedentes .....	1
1.2. Objetivos del diagnóstico.....	3
1.3. Variables e indicadores.....	3
1.4. Matriz de Relación Diagnóstico .....	5
1.5. Mecánica operativa .....	6
1.6. Operacionalización de Variables .....	7
1.7. Matriz de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos .....	12
1.8. Determinación de la oportunidad de negocio .....	13

CAPÍTULO II.....	15
2. MARCO TEÓRICO.....	15
2.1. Administración.....	15
2.2. Empresa.....	15
2.2.1. Clasificación de la empresa .....	16
2.2.2. Misión .....	17
2.2.3. Visión.....	17
2.3. Microempresa.....	17
2.4. Proyecto.....	19
2.5. Calzado.....	19
2.6. Tejer .....	19
2.7. Crochet .....	20
2.10. Producción .....	21
2.11. Comercialización .....	21
CAPITULO III.....	22
3. ESTUDIO DE MERCADO .....	22
3.1. Introducción .....	22
3.2. Identificación del producto .....	23
3.3. Objetivos .....	25
3.3.1. Objetivo general.....	25
3.3.2. Objetivos específicos .....	25
3.4. Matriz de relación de mercado .....	27
3.5. Operacionalización de variables.....	28
3.5.1. Identificación de la población y cálculo de la muestra .....	28

3.5.2.	Oferta .....	44
	Demanda .....	45
3.5.3.	Marketing mix.....	49
4.	ESTUDIO TÉCNICO .....	52
4.1.	Objetivo general.....	52
4.2.	Localización del emprendimiento.....	52
4.3.	Ubicación de la Planta .....	56
4.4.	Flujograma del proceso.....	62
4.5.	Presupuesto técnico.....	65
4.6.	Inversión fija.....	66
4.7.	Inversión diferida.....	68
4.8.	Capital de Trabajo.....	68
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	71
5.2.	Objetivos.....	71
5.1.	5.4 Presupuesto de Ingresos.....	72
5.2.	Punto de equilibrio.....	79
5.3.	Costos.....	79
6.	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	81
6.1.	Nombre del Negocio.....	81

6.2.	Eslogan.....	81
6.3.	Misión .....	82
6.4.	Visión.....	82
6.5.	Principios .....	82
6.6.	Valores .....	83
6.7.	Políticas.....	84
6.8.	Organigrama Estructural.....	84
6.9.	Niveles Administrativos.....	85
6.10.	Manual de Funciones .....	86
6.11.	Constitución Legal .....	88
7.	IMPACTOS.....	89
7.1.	Impacto económico.....	89
7.2.	Impacto Ambiental.....	91
7.3.	Impacto social .....	92
7.4.	Impacto General.....	93
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....		94

## ***TABLA DE CONTENIDOS***

<b>Tabla 1.</b> Población por Género. ....	7
<b>Tabla 2.</b> Población Según el Rango de edad del Cantón Otavalo.....	7
<b>Tabla 3.</b> Matriz AOR. ....	12
<b>Tabla 4.</b> Censo de población ciudad de Otavalo.....	28
<b>Tabla 5.</b> Proyección de la población al 2017. ....	29
<b>Tabla 6.</b> Población Según el Rango de edad del Cantón Otavalo.....	29
<b>Tabla 7.</b> Porcentaje de género de la población. ....	32
<b>Tabla 8.</b> Edad de la población.....	33
<b>Tabla 9.</b> Estado civil de la población. ....	34
<b>Tabla 10.</b> Datos de niñas menores de edad. ....	35
<b>Tabla 11.</b> Frecuencia de compra .....	36
<b>Tabla 12.</b> Presupuesto de compra .....	37
<b>Tabla 13.</b> Características y preferencias de zapatos.....	38
<b>Tabla 14.</b> Características de diseño.....	39
<b>Tabla 15.</b> Medios para conocer o adquirir el producto. ....	40
<b>Tabla 16.</b> Lugar de compra habitual. ....	41
<b>Tabla 17.</b> Formas de Pago.....	42

<b>Tabla 18.</b> Disponibilidad de Compra. ....	43
<b>Tabla 19.</b> Local de calzado artesanal. ....	44
<b>Tabla 20.</b> Volumen de ventas.....	44
<b>Tabla 21.</b> Disposición de comprar calzado. ....	46
<b>Tabla 22.</b> Frecuencia de compra. ....	47
<b>Tabla 23.</b> Demanda por periodos. ....	47
<b>Tabla 24.</b> Demanda insatisfecha. ....	48
<b>Tabla 25.</b> Medios para conocer el producto.....	49
<b>Tabla 26.</b> Espacio físico total.....	60
<b>Tabla 27.</b> Produccion de calzado a crochet.....	65
<b>Tabla 28.</b> Capacidad operativa.....	65
<b>Tabla 29.</b> Resumen de la capacidad operativa .....	66
<b>Tabla 30.</b> Muebles y Enseres. ....	67
<b>Tabla 31.</b> Equipo de cómputo. ....	67
<i>Tabla 32.</i> <i>Materiales de producción.</i> ....	67
<i>Tabla 33.</i> <i>Equipo de oficina.</i> ....	67
<i>Tabla 34.</i> <i>Gastos de Constitución y Organización.</i> .....	68
<i>Tabla 35.</i> <i>Requerimiento de mano de obra.</i> ....	69

<b>Tabla 36.</b> Gastos Administrativos.....	74
<b>Tabla 37.</b> Depreciación de activos.....	75
<b>Tabla 38.</b> Tabla de amortización.....	76
<b>Tabla 39.</b> Estado de Resultados.....	77
<b>Tabla 40.</b> Presupuesto de caja.....	78
<b>Tabla 41.</b> Comportamiento del costo.....	79
<b>Tabla 42.</b> Determinación del costo.....	80
<b>Tabla 43.</b> Manual de funciones-Administrador.....	86
<b>Tabla 44.</b> Manual de funciones-jefe de ventas.....	86
<b>Tabla 45.</b> Manual de funciones-obrera 1.....	87
<b>Tabla 46.</b> Valoración de Impactos.....	89
<i>Tabla 47. Impacto económico.....</i>	89
<i>Tabla 48. Impacto ambiental.....</i>	91
<b>Tabla 49.</b> Impacto social.....	92
<i>Tabla 50. Impacto general.....</i>	93
<b>Tabla 51.</b> Ficha de observación.....	100
<b>Tabla 52.</b> Entrevista.....	101

## TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Límites y ubicación de la ciudad de Otavalo.....	2
Ilustración 2. Clasificación de la empresa. ....	17
Ilustración 3. Zapatos tejidos a Crochet.....	23
Ilustración 4. Zapato tipo sandalia. ....	24
Ilustración 5. Porcentaje de género de la población. ....	32
Ilustración 6. Edad de la población.....	33
Ilustración 7.Estado civil de la población. ....	34
Ilustración 8.Datos de niñas menores de edad .....	35
Ilustración 9. Frecuencia de compra .....	36
Ilustración 10. Presupuesto de compra. ....	37
Ilustración 11. Características y preferencias de zapatos. ....	38
Ilustración 12.Características de diseño.....	39
Ilustración 13.Medios para conocer o adquirir el producto. ....	40
Ilustración 14. Lugar de compra habitual. ....	41
Ilustración 15. Formas de Pago.....	42
Ilustración 16. Disponibilidad de Compra. ....	43
Ilustración 17. Mapa del Cantón Otavalo. ....	54

Ilustración 18. Ubicación y calles del cantón Otavalo.....	55
Ilustración 19. Croquis de Ubicación del emprendimiento. ....	55
Ilustración 20. Distribución de espacio físico.....	58
Ilustración 21. Área administrativa y de venta. ....	60
Ilustración 22. Área de exhibición.....	61
Ilustración 23. Bodega. ....	61
Ilustración 24. Proceso de elaboración de calzado tejido. ....	63
Ilustración 25. Logotipo de la microempresa. ....	81
Ilustración 26. Organigrama de la microempresa. ....	85
Ilustración 27. Niveles administrativos. ....	85

## **CAPITULO I**

### **1. Diagnostico situacional**

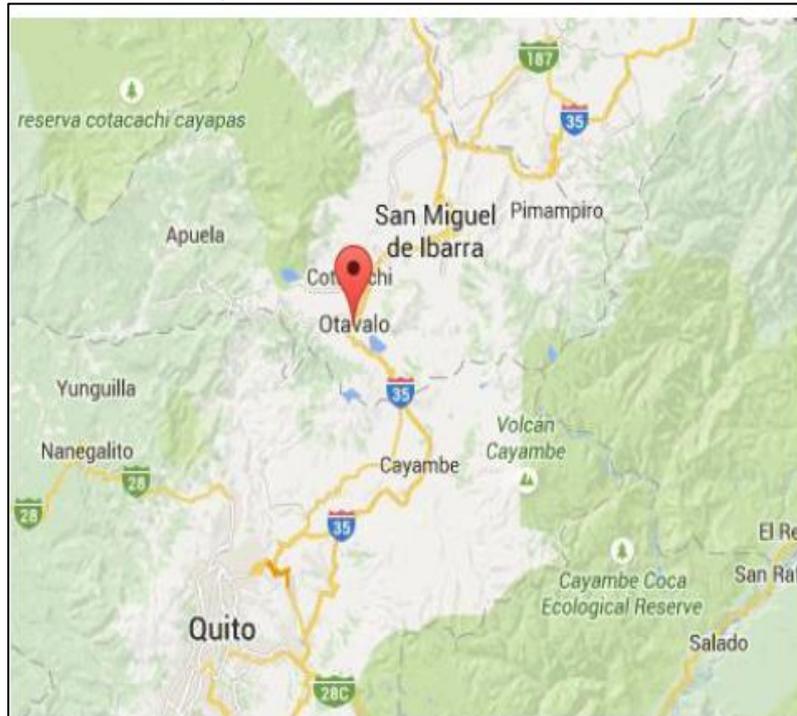
#### **1.1. Antecedentes**

Otavaló es llamada "Capital Intercultural del Ecuador" por su riqueza cultural e histórica, y por ser el lugar de origen del pueblo quichua de los otavalos, famosos por su habilidad textil y comercial, características que han dado lugar al mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica, llamado "La Plaza de Ponchos".

San Luis de Otavaló, es una ciudad de la provincia de Imbabura, cantón situado en la región norte del Ecuador, con una superficie de 507 km<sup>2</sup> (50,747 hectáreas). Tiene 11 parroquias: 2 urbanas y 9 rurales. La ciudad de Otavaló se encuentra ubicada en el callejón interandino a 110 kilómetros de la capital, Quito, y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra. Según el último censo del 2010 la población de la ciudad de Otavaló es de 104.874 habitantes de los cuales un total de 52.121 y con un porcentaje del 51,90% de la población total pertenecen a mujeres de todas las edades así también, el 50.466 a hombres.

Posee un clima templado y cálido con temperaturas que oscilan entre los 14° a 23° grados. (POT, 2015)

**Ilustración 1.** Límites y ubicación de la ciudad de Otavalo.



*Fuente:* Google maps.  
*Elaborado por:* La autora

Otavalo ha sido declarada como “Capital intercultural de Ecuador” por ser una ciudad con enorme potencial en varios aspectos y poseedor de un encanto paisajístico, riqueza cultural, historia y desarrollo comercial. Además de ser un hogar de la etnia indígena kichwa de los Otavalos, famosos por su habilidad textil y comercial, características que han dado lugar al mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica por atraer a los turistas nacionales como extranjeros que acuden a este lugar en busca de prendas elaboradas artesanalmente por ciudadanos del cantón sean estos; sacos, ponchos, sombreros, zapatos y otros accesorios de vestido tejidos ; además es reconocida internacionalmente, especialmente por sus ferias semanales en la Plaza de Ponchos.

A pesar de la buena acogida que ha tenido este producto durante varios años a través de las ferias realizadas en esta ciudad, en la actualidad su aceptación se ha visto mermada debido a la falta de innovación de los artesanos para ofrecer productos novedosos, de diferentes diseños y calidad.

## **1.2. Objetivos del diagnóstico**

Realizar un diagnóstico situacional para identificar los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riegos en torno a la creación de una microempresa de producción y comercialización de zapatos tejidos a crochet para niñas en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

### **1.2.1. Específicos**

- Determinar los factores demográficos del área donde se va implantar el emprendimiento.
- Identificar el sistema de comercialización con el que cuentan las microempresas de tejidos artesanales en la ciudad de Otavalo.
- Determinar el tipo de sistema Administrativo que utilizan las microempresas de tejidos artesanales en la ciudad de Otavalo
- Analizar los aspectos legales y políticos para la creación de un emprendimiento.

## **1.3. Variables e indicadores.**

Para el presente emprendimiento se ha determinado las siguientes variables e indicadores.

### **Variables**

- Factores demográficos
- Sistema de comercialización.
- Sistema administrativo.

- Aspectos legales y políticos.

## **Indicadores**

### **Factores demográficos.**

- Población hombres y mujeres
- Población económicamente activa
- Edades

### **Sistema de Comercialización.**

- Sistema de Comercialización
- Proveedores
- Canales de distribución
- Competencia
- Clientes

### **Sistema administrativo.**

- Estructura Organizacional
- Métodos de Reclutamiento y selección de Personal
- Capacitación al personal
- Tipos de Contratos.

### **Aspectos legales y políticos.**

- Requisitos municipales
- Ley de Servicio de Rentas Internas
- Incentivos gubernamentales.

#### 1.4. Matriz de Relación Diagnóstico

OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	VARIABLE	INDICADOR	TECNICAS	INFORMANTE
<b>Determinar los factores demográficos del área donde se va implantar el emprendimiento.</b>	Factores demográficos	Población hombres y mujeres Población económicamente activa Edades	Documental	Plan de Ordenamiento Territorial Cantón Otavalo INEC
<b>Identificar el sistema de comercialización con el que cuentan las microempresas de tejidos artesanales en la ciudad de Otavalo.</b>	Sistema de Comercialización	Proveedores Canales de Distribución Competencia Clientes	Entrevista	Propietario del local dedicado a tejer artesanalmente de la ciudad de Otavalo
<b>Determinar el tipo de sistema administrativo que utilizan las microempresas de tejidos artesanales en la ciudad de Otavalo.</b>	Sistema Administrativo	Estructura organizacional Métodos de Reclutamiento y selección de personal Capacitación al personal Tipos de Contratos	Entrevista	Propietario del local dedicado a tejer artesanalmente de la ciudad de Otavalo
<b>Analizar los aspectos legales y políticos de la ciudad de Otavalo.</b>	Aspectos legales y Políticos	Requisitos municipales Ley de Servicio de Rentas Internas Incentivos Gubernamentales	Documental	GAD Otavalo

*Fuente: Investigación secundaria y primaria.*

## **1.5. Mecánica operativa**

### **1.5.1. Información primaria**

Para el análisis de la información se utilizó los siguientes instrumentos:

#### **Entrevistas**

La entrevista se aplicó a los artesanos dedicados a realizar tejidos artesanales de calzado en la ciudad de Otavalo con el propósito de conocer la situación actual de su negocio entorno a los proveedores, clientes, sistema de distribución, competencias; así como también del sistema administrativo en aspectos de reclutamiento y selección del personal, tipos de contrato, capacitación y estructura orgánica para su posterior análisis.

### **1.5.2. Información Secundaria**

La presente investigación se lo realizó a través de referencias bibliográficas con el objetivo de corroborar las investigaciones referentes al proyecto y ampliar el contenido de la información del problema de Investigación, marco teórico y propuesta.

#### **Google académico**

Herramienta básica para obtener información necesaria como: páginas electrónicas, libros digitales, revistas, artículos científicos.

#### **Libros**

Instrumento utilizado para recopilar información sobre temas específicos adherentes al tema de investigación tales como: conceptos, definiciones, entre otros.

## 1.6. Operacionalización de Variables

### Factores Demográficos

#### Población

Según datos del último censo de población y vivienda del año 2010, el cantón Otavalo cuenta con 104.874 habitantes, el cual se divide en sector urbano con 39.354 habitantes por otro lado tenemos mayor población en el sector rural con 65.520 habitantes.

Es de importancia para el proyecto conocer la población otavaleña donde se va a implantar la microempresa, y poder identificar la población meta al cual destinar el producto a ofrecer.

*Tabla 1. Población por Género.*

<b>POBLACION POR GENERO</b>			
<b>CANTÓN</b>	<b>GENERO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
<b>OTAVALO</b>	HOMBRE	50.444	48.10%
	MUJER	52.121	51.9%
	<b>TOTAL</b>	<b>104.874</b>	<b>100%</b>

*Fuente. Censo INEC 2010.*

*Elaborado por: La autora*

#### Población de Niñas

Según datos proporcionados por el Distrito de salud Otavalo-Antonio Ante

*Tabla 2. Población Según el Rango de edad del Cantón Otavalo.*

<b>Edad</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total (%)</b>
< 1	1.129	20.99%
1-5	4.251	79.01%
Total	5.380	100.00%

*Fuente: Distrito de Salud Otavalo-Antonio Ante 2017.*

*Elaborado por: La autora*

Es necesario conocer la población de niñas menores de edad de la ciudad de Otavalo porque el proyecto está dirigido a este mercado meta, misma que comprende edades de entre 0 a 5 años; de los cuales, con un total de 1.129, que representa el 20.99% son edades de 0 a 1 año, el otro 79.01% con un total de 4.251 representa edades de 1 a 5 años.

De esto se concluye que la población de niñas de entre 0 a 5 años, es de un total de 5.380 según datos proporcionados por el Distrito de salud Otavalo-Antonio Ante.

## **Sistema de comercializacion**

### **Proveedores**

Los proveedores que posibilitarán un abastecimiento óptimo para el proyecto que en su momento se establecerá las negociaciones respectivas, se detallan a continuación: Los posibles proveedores están localizados en la ciudad de Otavalo es decir en el mismo sector donde se pretende poner en funcionamiento el proyecto.

- Importadora ASATEX.
- Hilos lanas y Algo más.
- Artesanías SUSAN
- Supermercado la MÍA

Estos proveerán de materiales de aseo, materia prima, materiales para la producción y otros.

## **Canales de distribución**

Según la entrevista realizada al local Bazar JF del Sr. José Fuentes se pudo conocer que la manera en que distribuye sus productos es de directamente del productor al consumidor y no existe intermediarios. **Anexo 2.**

## **Competencia**

El competidor directo del proyecto será el local comercial del Sr. José Fuentes propietario de Bazar JF, ubicado en la ciudad de Otavalo, Antonio José de Sucre y Juan de Salinas-Esquina. Este local es el único que produce calzados tejidos artesanalmente con lana e hilo en diferentes colores y diseños; así también ofrece calzado de tipo sandalia elaborado a base de cuero. **Anexo 2.**

## **Clientes.**

Según la entrevista realizada al propietario del Local Bazar JF se pudo conocer que los clientes frecuentes son padres y madres de familia quienes acuden con sus hijos a comprar el calzado; así también turistas extranjeros que asisten al lugar por encontrarse ubicado en una zona de mucha afluencia de turistas. **Ver anexo 2.**

## **Sistema Administrativo**

Según la entrevista, realizada al propietario del local de Bazar JF, el Sr. José Fuentes manifestó lo siguiente:

## **Estructura Organizacional**

Por ser un negocio pequeño, no hay necesidad de contratar más personal para que se encargue del aspecto administrativo, por lo que de su organización se encargan dos

personas, el propietario que se encarga de abastecimiento de materia prima, pago de arriendo, servicios básicos y otros; la otra persona realiza la función de ventas, coordinación, diseño de calzados y pago de mano de obra. **Ver Anexo 2.**

### **Métodos de reclutamiento y selección de Personal**

Para reclutar y seleccionar al personal que ejercerá la función de tejedora no se realiza ningún proceso, debido a que no existe necesidad de hacerlo. El único requisito que debe cumplir es la experiencia en tejidos a crochet. **Ver anexo 2.**

### **Capacitación al personal**

Al contar con personas con experiencia, en cualquier tipo de tejido sean estos a crochet, palillo, o agujetas; no existe necesidad de capacitación. Para su elaboración se envían a las tejedoras el tipo de diseño, color, medidas a elaborar y los realizan en el tiempo establecido. En caso de desconocimiento de alguna puntada del crochet, se encargan de enseñarles, mismo que no se requiere de mucho tiempo. **Ver anexo 2.**

### **Tipos de Contrato**

En cuanto a los contratos cabe mencionar lo siguiente de acuerdo a la entrevista realizada al local de negocio artesanal se determinó que cuenta con 2 tejedoras, mismas que se encargan de entregar el producto dependiendo de la cantidad demandada, esto lo realizan en sus propios hogares por lo que no hay necesidad de permanecer en el local. Se realizan acuerdos mutuos con la microempresa y tejedora. **Ver anexo 2.**

## **Aspectos Legales y Políticos.**

Para la creación del emprendimiento se requiere que se cumplan con los siguientes requisitos

- Formulario de patente municipal.
- Copias de CI y certificado de votación del propietario
- Copia del RUC
- Copia de la declaración del impuesto a la renta.
- Copia del permiso de cuerpo de Bomberos de Otavalo

Los Artesanos, productores, comerciantes nacionales y extranjeros adicionales a los requisitos anteriores deben presentar:

- Certificado de afiliación a un gremio artesanal.

## **Apoyo de Gobierno**

Las nuevas microempresas que inicien su actividad económica a partir de la vigencia de la Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la dolarización y modernización de la gestión financiera, gozaran de exoneración del impuesto a la renta durante 3 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 a sus procesos productivos, de conformidad con los límites y condiciones que para el efecto establezca el reglamento de esta ley.

Este incentivo por parte del gobierno potencia a las microempresas, la economía popular y solidaria, esto permite ahorrar gastos durante los 3 primeros años ejercicio

fiscal, debido a que con esta ley se exonera el pago de impuesto a la renta, por lo cual para emprender un negocio lo cual es una ventaja.

### **Apoyo a pequeños microempresarios.**

El Gobierno Descentralizado del Municipio de Otavalo, a través de su gestión encaminada hacia en Buen Vivir, organiza ferias y exposiciones en donde pequeños productores, microempresarios puedan con dar a conocer los productos que se elaboran en el sector al público y dinamizar la Economía del Sector.

### **1.7. Matriz de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos**

La matriz AOOR, permite identificar factores internos y externos de una empresa o negocio en funcionamiento para el análisis de sus variables y determinar la oportunidad de negocio.

*Tabla 3. Matriz AOOR.*

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
✓ Proveedores.	✓ Negocios en operación.
✓ Know How ✓ Gobierno.	✓ Cultura del cliente. ✓ Productos sustitutos.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
✓ Afluencia de turistas nacionales y extranjeros.	✓ Plagio de los productos.
✓ Ferias artesanales que se realizan en la Ciudad de Otavalo.	✓ Contracción de la demanda

*Fuente: Investigación secundaria.*

*Elaborado por: La autora.*

## **1.8. Determinación de la oportunidad de negocio**

Después de realizar el diagnóstico en torno a la creación de una “Microempresa de Producción y Comercialización de zapatos tejidos a crochet para niñas, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura”, se identificó que existen necesidades y oportunidades de Inversión.

A pesar de que el calzado tejido a crochet ya se comercializa en el mercado, la propuesta del nuevo emprendimiento será el know How aplicado a la innovación, nuevos diseños y mejora permanente de la calidad, lo que le dará viabilidad al emprendimiento.

Dentro del mercado se ofertan diferentes tipos de calzado realizados industrialmente con distintos materiales, diseños y colores. Con el presente emprendimiento a través de una permanente capacitación, actualización de moda y tendencia; pero sobre todo manteniendo la actividad artesanal se garantizara la sostenibilidad del negocio.

Además por otro lado al ser una ciudad reconocida por sus artesanías la municipalidad conjuntamente con otras organizaciones, realizan ferias y exposiciones para dar a conocer los productos que se realizan en la zona, oportunidad que dará brecha abierta a promocionar el producto.

Existe afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros especialmente los fines de semana y feriados por lo que el lugar es estratégico ya que es un área turística y comercial conocida por propios y extraños quienes atraídos por productos artesanales acuden en su mayoría a visitar o adquirir un producto en este tipo de locales.

Las nuevas microempresas que inicien su actividad económica gozaran de exoneración del impuesto a la renta durante 3 años contados a partir del primer ejercicio fiscal, esto significa una gran oportunidad de negocio, de acuerdo a *Ley Orgánica para la reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la dolarización y modernización de la gestión financiera* vigente a partir del año 2018.

Después de analizar las necesidades y oportunidades de inversión, se concluye que es viable la creación de un emprendimiento de producción y comercialización de zapatos tejidos a crochet para niñas, en la ciudad de Otavalo.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

Según (Tafur Portilla & Izaguirre Sotomayor, 2016), se refiere a un aspecto importante de los fundamentos de la investigación, integrada por un conjunto de conocimientos en los cuales se apoya un estudio que se propone hacer.

En este capítulo se incluyen conceptos básicos sobre aspectos, administrativos, comercialización, financieros entre otros; mismos que faciliten la comprensión a lectores del presente emprendimiento.

#### 2.1. Administración

Según (Robbins & Coulter, 2014), coordinación y supervisión de las actividades laborales de otras personas de tal manera que se realicen de forma eficiente y eficaz.

(Hernández, 2014)Según Conjunto de todas las operaciones que se desarrollan en la empresa y que se distribuyen en seis grupos: técnicas, comerciales, financieras, registro, (contabilidad), seguridad y elementos administrativos. (P.31).

Bajo este contexto se concluye que la administración es un proceso integrado de varias actividades que se desarrollan en la empresa para lo lograr objetivos y metas de manera eficaz y eficiente.

#### 2.2. Empresa

Según (Thompson, promonegocios.net, 2017), la empresa "es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos"; una empresa es una organización o una institución que se dedica a actividades o

persigue fines económicos o comerciales y además una unidad económico-social que se integra por elementos humanos, técnicos y materiales.

(Lacalle, 2014) Manifiesta que la empresa es un agente que organiza con eficiencia el empleo de los factores productivos (tierra, trabajo, y capital) con el objetivo de producir los bienes y servicios necesarios demandados por el mercado. (P.8).

Se define empresa a una unidad económica y productiva que, mediante la utilización de recursos, financieros, humanos, tecnológicos y materiales, transforman la materia prima en productos terminados con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

### **2.2.1. Clasificación de la empresa**

Según (Jacome & king, 2013), dentro de la clasificación de las empresas se considera las siguientes:

**Pequeñas empresas:** Su capital, ingresos y número de trabajadores son reducidos, de hecho, no trabajan más de 20 personas.

**Microempresas:** Con un capital, número de trabajadores e ingresos en cuantías personales, de hecho, no hay más de 10 personas entre empleados y trabajadores.

**Famiempresas:** En que la familia es el motor del negocio. Son empresas familiares.

La ilustración 1, muestra una clasificación de acuerdo al tamaño o magnitud de la empresa.

<b>Grande:</b>	• V: \$5'000.001 en adelante. P: 200 en adelante.
<b>Mediana "B":</b>	• V: \$2'000.001 a \$5'000.000. P: 100 a 199.
<b>Mediana "A"</b>	• V: \$1'000.001 a \$2'000.000. P: 50 a 99.
<b>Pequeña:</b>	• V: \$ \$100.001 a \$1'000.000. P: 10 a 49
<b>Microempresa:</b>	• V: < a \$100.000. P: 1 a 9.

*Ilustración 2. Clasificación de la empresa.*  
**Fuente:** <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>.

### **2.2.2. Misión**

Según (Lusthaus , Marie, Gary, Carden, & Montalván , 2002) La misión es un punto de partida de la actividad de la empresa cuya definición tiene mucho que ver con el negocio.

Expresa la razón social de la empresa y su objetivo principal, es decir la razón de ser de una microempresa.

### **2.2.3. Visión**

Según (Lusthaus , Marie, Gary, Carden, & Montalván , 2002) La visión de una organización define el tipo de mundo al cual desea contribuir.

La visión es un objetivo a largo plazo que tiene la microempresa, de acuerdo a las expectativas y aspiraciones.

## **2.3. Microempresa**

Una "microempresa" es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado

por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante fuente de ingresos para el hogar. (Flores Uribe, 2015).

Se define a la microempresa o pequeña empresa como toda unidad económica que la puede constituir una persona natural o jurídica con un límite mínimo de hasta de 10 empleados, cuya finalidad es generar ganancia o utilidad mediante la elaboración de un producto o prestación de algún servicio con el fin de generar utilidad o ganancia por el bien común.

“Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación. (Monteros Echeverria, 2005).

Una microempresa es una unidad económica que mediante el uso de recursos económicos, humanos y tecnológicos ofrecen bienes o servicios al mercado. Para establecer el precio de venta se debe tomar en cuentas costos de producción y gastos luego de haber obtenido una diferencia o subtotal sumar un margen de utilidad y así poder obtener flujos de ingresos positivos.

## **2.4. Proyecto**

Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, lo cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas encaminadas a satisfacer las necesidades de la sociedad. (Urbina, Evaluacion de Proyectos, 2013).

Un proyecto surge de una idea para poder dar solución a un problema existente, a través de planes y estrategias plasmadas en un documento, con el fin de encontrar una solución o satisfacer necesidades.

## **2.5. Calzado**

El término calzado se utiliza para designar a todo aquel elemento que pueda ser utilizado para vestir y proteger los pies no sólo de las inclemencias del frío, sino también para protegerlo de la suciedad, de las posibles lastimaduras y, además, para embellecerlo y darle estilo. (EcuRed, 2018).

Es una indumentaria utilizada por los seres humanos para proteger los pies de posibles enfermedades, para protección del frío, calor y otros.

## **2.6. Tejer**

(Bembibre, 2010) El término tejido es utilizado para designar aquellas piezas de material que son confeccionadas a partir del entrecruzamiento de hilos o lanas y que cumplen una función de abrigo o protección del cuerpo humano.

Un tejido es la estructura que resulta de entrelazar hilos de cualquier material, sin importar el sistema empleado. Para realizar un tejido se puede emplear dos técnicas tejido con agujas, y el ganchillo, que se efectúa con una aguja de ganchillo.

## **2.7. Crochet**

El crochet es una variedad de tejido tan versátil que desde la antigüedad se usó para dar forma a un sinnúmero de piezas mediante la utilización de un ganchillo y dar forma abrigos, mantas, recipientes, bolsas, objetos de decoración, etc. (Cynthia, 2017)

Es un material metálico, que tiene forma de ganchillo; utilizado para elaborar prendas, accesorios tejidos mediante la técnica de tejido manualmente.

Tipos:

- Regulares e irregulares
- Redondos y cuadrados
- Rectangulares y ovalados
- Hexagonales y triangulares
- Calados o tupidos
- Planos o con volumen.

Tejer a crochet es una forma de tejido que mediante la utilización de un ganchillo se puede elaborar diferentes prendas de vestir.

## **2.10. Producción**

La producción es el estudio de las técnicas de gestión empleadas para conseguir la mayor diferencia entre el valor agregado y el costo incorporado consecuencia de la transformación de recursos en productos finales. (López, 2015.)

Es un área de gran importancia dentro de la operación de las organizaciones y su objetivo es proveer los conocimientos relacionados con la utilización efectiva de los factores de producción en las actividades de las industrias manufactureras y de servicios, en los cuales el objeto principal es aprovechar eficazmente los recursos para obtener mejores beneficios.

Es una persona que se dedica a elaborar productos artesanales o manuales para terceras personas o comercializarlo por cuenta propia.

## **2.11. Comercialización**

Según (Espindola, 2014) es un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, empresas y grupos sociales, es decir son las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios.

Son todas las actividades que realizan un vendedor o comerciante con la finalidad de comercializar un bien o servicio.

## **CAPITULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Introducción**

En la ciudad de Otavalo existe un alto índice de artesanos que producen y comercializan productos realizados artesanal o industrialmente, por lo que este medio textil se ha convertido en uno de los espacios más turísticos y visitados por turistas tanto nacionales o extranjeros; además de ser un lugar donde acuden muchos agentes de compra de productos textiles, sean estos para revenderlos o exportar.

Con todo lo expuesto se pudo comprobar que la ciudad de Otavalo es un gran sector turístico y comercial por lo cual es un lugar propicio para emprender un negocio, debido al gran reconocimiento textil que existe en esta zona, siendo de suma importancia realizar un estudio de mercado como una herramienta para obtener información sobre factores como la demanda, la oferta, precio, gusto de los consumidores, y otros elementos que permitan determinar si es viable la implantación de un emprendimiento de producción y comercialización de zapatos tejidos a crochet para niñas en la ciudad de Otavalo.

En el transcurso del desarrollo del presente estudio se irá visualizando acerca de si la producción y comercialización de zapatos tejidos a crochet para niñas tendrá la aceptación deseada y cuáles serán los demandantes, los niveles de compra y otros factores determinantes para establecer las mejores opciones de desarrollo del emprendimiento.

### **3.2. Identificación del producto**

La microempresa tendrá como objetivo la producción y comercialización de zapatos tejidos a crochet para niñas.

#### **3.2.1. Calzado tejido a crochet**

Este producto está elaborado de manera artesanal, mediante la utilización de mano de obra directa sin industrializarlos, haciendo uso de un objeto llamado crochet o ganchillo que es un material utilizado para tejer diseños o puntadas con hilo.

Por otra parte el tipo de puntada a utilizar para el tejido del calzado dependerá del diseño, mismo que será renovado y actualizado de acuerdo a la temporada, tendencia o moda.

*Ilustración 3. Zapatos tejidos a Crochet.*



*Elaborado por: La autora.*

*Ilustración 4. Zapato tipo sandalia.*



*Elaborado por: La autora*

### **3.2.2. Mercado**

El mercado de este producto es niñas menores de edad que se encuentren dentro de un rango de 0 a 5 años, que se localizan en la ciudad de Otavalo, mismas que se encuentran distribuidas en las parroquias rurales; San Pablo, Gonzáles Suárez, San Rafael de la Laguna, Eugenio Espejo, Miguel Egas Cabezas, Iluman, San José de Quichinche, Selva Alegre, San Pedro de Pataquí y las parroquias urbanas San Luis y el Jordán.

Según Datos proporcionados por del Distrito de Salud Otavalo- Antonio Ante, La población de niñas en la ciudad de Otavalo es de aproximadamente de 5.380, siendo este el mercado meta.

Las niñas acuden con sus madres o padres de familia a comprar este tipo de producto debido a que son menores de edad y son sus padres quienes están en capacidad de adquisición.

### **3.3. Objetivos**

#### **3.3.1. Objetivo general**

Realizar un estudio de mercado que permita determinar, la oferta, la demanda, precio, el mercado meta y establecer estrategias de acuerdo a la situación actual del mercado para la producción y comercialización de zapatos tejidos a crochet para niñas, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

#### **3.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar la oferta existente de zapatos tejidos a crochet para niñas en la ciudad de Otavalo.
- Determinar la demanda de clientes que estarían en capacidad de adquirir zapatos tejidos a crochet para niñas en la ciudad de Otavalo.
- Identificar los indicadores del Marketing mix para proponer estrategias de mercado.

#### **Variables e indicadores de diagnostico**

Para el presente emprendimiento se han determinado las siguientes variables e indicadores.

##### **Variables**

- Oferta
- Demanda

- Marketing mix

## **Indicadores**

### **Oferta**

- Locales de Comercialización.
- Tiempo
- Cantidad de calzado
- Tipo de calzado
- Precio

### **Demanda**

- Sector
- Lugar de compra
- Cantidad
- Preferencia
- Factor de compra
- Nivel de aceptación.

### **Marketing mix**

- Precio
- Plaza
- Publicidad

### 3.4. Matriz de relación de mercado

OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TECNICAS
Identificar la oferta existente de zapatos tejidos a crochet para niñas en la ciudad de Otavalo.	Oferta	Locales de Comercialización. Cantidad de calzado Precio	Primaria	Entrevista Encuestas
Determinar la demanda de clientes que estarían en capacidad de adquirir zapatos tejidos a crochet para niñas en la ciudad de Otavalo.	Demanda	Naturaleza del cliente. Cantidad Precio Nivel de aceptación. Lugar de Compra	Primaria Secundaria	Plan de Ordenamiento Territorial de Otavalo. Encuestas
Identificar los indicadores del Marketing mix para proponer estrategias de mercado.	Marketing mix	Producto Precio Plaza Publicidad	Primaria	Entrevista

*Fuente:* Primaria y secundaria.

*Elaborado por:* La autora

### 3.5. Operacionalización de variables

#### 3.5.1. Identificación de la población y cálculo de la muestra

El mercado meta al cual estará dirigido el producto es a la población de niñas menores de edad de entre 0 a 5 años de la ciudad de Otavalo, entendiéndose aquello como mercado meta, los cuales acudirán en compañía de padres y madres de familia.

#### Identificación de la población

Para el presente estudio se utilizará información obtenida del último censo de población del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2010 de la ciudad de Otavalo y sus respectivas parroquias.

*Tabla 4. Censo de población ciudad de Otavalo.*

	HOMBRE	MUJER
<b>OTAVALO (PARROQUIAS)</b>	25.274	27.479
DR. MIGUEL EGAS CABEZAS	2.344	2.539
EUGENIO ESPEJO (CALPAQUI)	3.499	3.858
GONZALEZ SUAREZ	2.753	2.877
PATAQUI	128	141
SAN JOSE DE QUICHINCHE	4.142	4.334
SAN JUAN DE ILUMAN	4.186	4.398
SAN PABLO	4.701	5.200
SAN RAFAEL	2.561	2.860
SELVA ALEGRE	858	742
<b>POBLACIÓN TOTAL</b>		52.121

*Fuente: INEC 2010.*

*Elaborado por: La Autora*

Para el año 2010 según del INEC, en la ciudad de Otavalo existen alrededor de 52.121 habitantes mujeres.

## Proyección de la Población total

Para obtener la población meta de niñas menores de edad al año 2017, se proyectara dicha población de mujeres desde el año 2010 a 2017 de acuerdo a la tasa de crecimiento poblacional que es el 1,98% según el INEC 2010.

*Tabla 5. Proyección de la población al 2017.*

AÑO	POBLACIÓN	TASA DE CRECIMIENTO (1,98%)
2.010	52.121	
2.011	53152,9958	
2.012	54205,4251	
2.013	55278,6925	
2.014	56373,2106	
2.015	57489,4002	
2.016	58627,6903	
2.017	59788,5186	

*Fuente: INEC 2010.*

*Elaborado por: La Autora*

Para el año 2017 existe una población total de mujeres de 59.788,52 personas.

## Población de niñas.

*Tabla 6. Población Según el Rango de edad del Cantón Otavalo.*

Edad	Mujer	Total (%)
1	1.129	20.99%
1-5	4.251	79.01%
Total	5.380	100.00%

*Fuente: Distrito de Salud 10d02 Otavalo-Antonio Ante 2017.*

Es necesario conocer la Población de niñas menores de edad de la ciudad de Otavalo porque el proyecto está dirigido a este mercado meta, sobre todo los de la edad comprendida de entre 0 a 5 años, un 20.99% corresponde a niñas de 0 a 1 año, el otro 79.01% representa a niñas de 1 a 5 años.

Del total de la población proyectada es decir de 59.788,52 habitantes mujeres el 9% corresponden a niña de edad de entre 0 a 5 años.

### ***Población meta***

Según datos Proporcionados por el Distrito 10d02 Otavalo- Antonio Ante del año 2017 el 9% corresponde a niñas menores de edad de entre 0 a 5 años.

#### **Datos:**

**PT**= Población total mujeres de la ciudad de Otavalo.

**%**= Porcentaje de niñas menores de edad de 0 a 5 años.

#### **• Calculo**

La población meta de niñas menores de 0 a 5 años es de 5.380

$\begin{aligned} \mathbf{PM} &= \mathbf{PT} * \% \\ \mathbf{PM} &= 59788,5186 * 9\% \\ \mathbf{PM} &= 5380 \end{aligned}$
---

### **FÓRMULA DE CÁLCULO DE LA MUESTRA**

#### ***Ecuación 1***

$$\mathbf{n} = \frac{N^2 \cdot z^2 \cdot \sigma^2}{(N-1)\epsilon^2 + z^2 \cdot \sigma^2}$$

Donde:

**n** = el tamaño de la muestra.

**N** = tamaño de la población.

$\sigma$  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

$Z$  = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

$e$  = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

#### **Calculo de muestra de la población de niñas**

$$n = \frac{5.380(1.96)^2(0.5)^2}{(5.380-1)0.05^2+(0.5)^2(1.96)^2} = 358$$

Se determinó que se tomaran a 358 niñas como muestra para realizar la encuesta y poder determinar la demanda, misma que se realizara a las madres y padres de familia.

## Tabulación y análisis de la información de la encuesta.

### DATOS GENERALES

#### GÉNERO

Masculino.....

Femenino.....

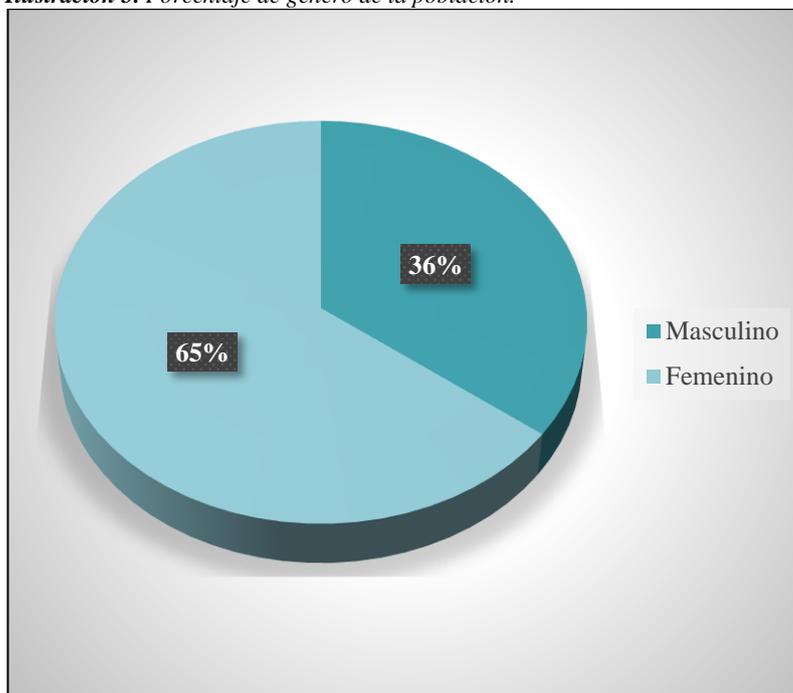
*Tabla 7. Porcentaje de género de la población.*

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	128	36%
Femenino	230	65%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora.*

*Ilustración 5. Porcentaje de género de la población.*



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora.*

**Análisis:** De la población estudiada se observa que un total de 65% es del género femenino; mientras que el 36% son masculinos. Es decir, el mayor porcentaje corresponde a madres de Familia.

## EDAD

20 a 24 ( )      25 a 29 ( )      30 a 34 ( )      35 a 39 ( )      40 en adelante ( )

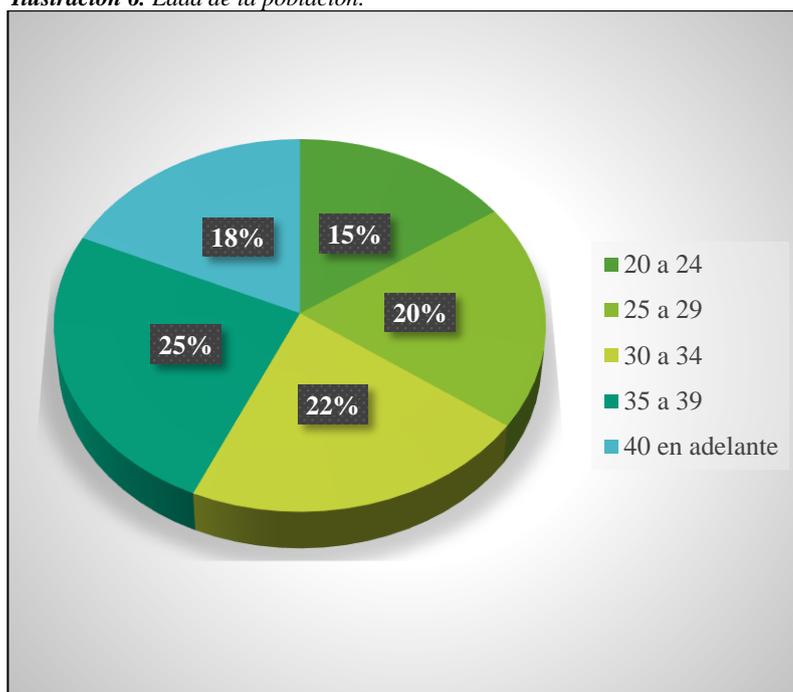
**Tabla 8.** *Edad de la población.*

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 a 24	55	15%
25 a 29	70	20%
30 a 34	78	22%
35 a 39	90	25%
40 en adelante	65	18%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta.

*Elaborado por:* La autora.

**Ilustración 6.** *Edad de la población.*



*Fuente:* Encuesta.

*Elaborado por:* La autora.

**Análisis:** Se puede evidenciar que del total de la población encuestada el 25% se encuentran en un rango de edad de entre 35 a 39 años, el 22% son de edad de 30 a 39 años, el 20% alcanzan una edad de entre 25 a 29 años de edad, en un 18% bordean los 40 en adelante y finalmente el 15% están en la edad de 20 a 24 años; esto significa que hay una población joven de madres y padres de familia.

## ESTADO CIVIL:

Casado ( )      Soltero/a ( )      Divorciado/a ( )      Unión Libre ( )      Otros ( )

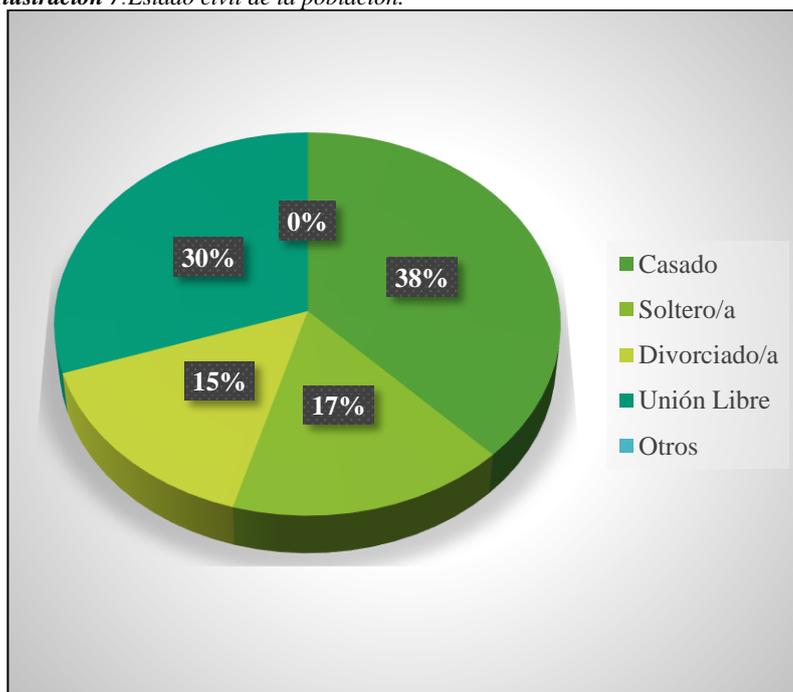
*Tabla 9. Estado civil de la población.*

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casado	135	38%
Soltero/a	60	17%
Divorciado/a	55	15%
Unión Libre	108	30%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora.*

*Ilustración 7. Estado civil de la población.*



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora.*

**Análisis:** De la Población de madres y padres de familia un 38% corresponde al estado civil de casados/as, un 30% mantienen una relación de unión libre, el 17% se mantienen solteros/as, el 15% afirma que se divorciaron. Se concluye que la mayor parte de la población de madres y padres de familia es de estado civil casados/as.

## P1. ¿Usted tiene niñas o menores de edad de 0 a 5 años en su hogar?

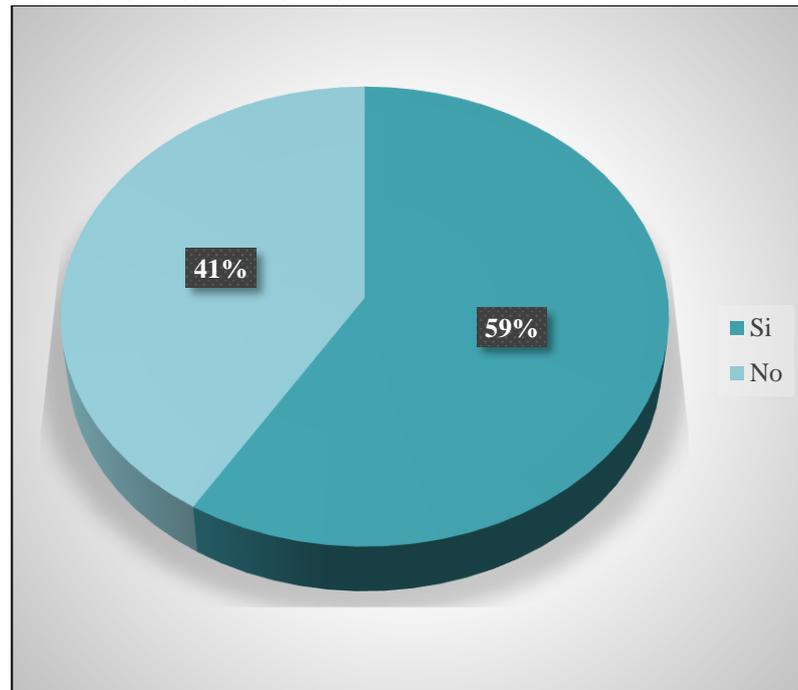
Tabla 10. Datos de niñas menores de edad.

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	210	59%
No	148	41%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora.

Ilustración 8. Datos de niñas menores de edad



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

**Análisis:** El 59% de la población respondieron que tienen niñas menores de edad en su hogar y el otro 41% manifestaron que no tienen niñas menores en su hogar. Esto es positivo ya que en su gran mayoría poseen un menor de edad en sus hogares.

**P2. ¿Con que frecuencia acude usted a comprar zapatos para los menores de edad y otras prendas de Vestir?**

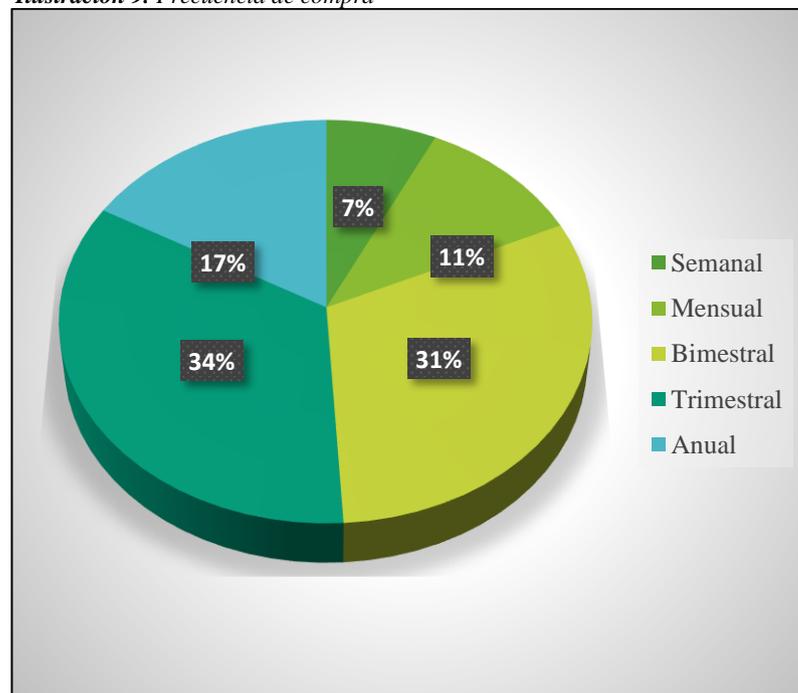
*Tabla 11. Frecuencia de compra*

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	15	7%
Mensual	23	11%
Bimestral	65	31%
Trimestral	72	34%
Anual	35	17%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora.*

*Ilustración 9. Frecuencia de compra*



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora.*

**Análisis:** De la población encuestada el 34% compra sus zapatos para niñas cada tres meses, por otro lado, el 31% lo adquiere cada 2 meses, el 17% cada año, el 11% mensualmente y solo el 7% lo hace semanalmente. Por consiguiente, se concluye que la mayoría de población adquiere en los zapatos para niñas cada tres meses.

**P3. ¿Cuánto es el presupuesto que mensualmente asigna usted para la compra de zapatos para los menores de edad?**

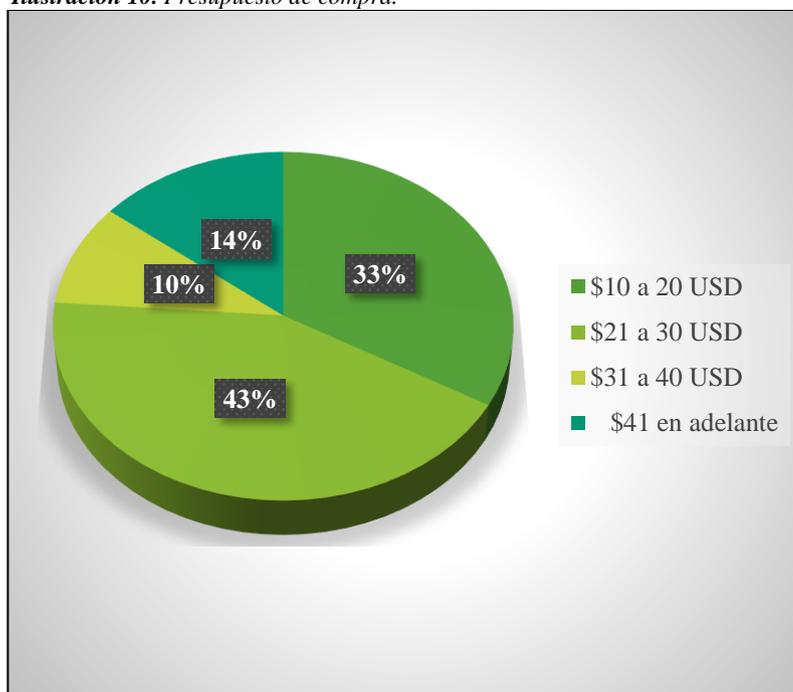
*Tabla 12. Presupuesto de compra*

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$10 a 20 USD	70	33%
\$21 a 30 USD	90	43%
\$31 a 40 USD	20	10%
\$41 en adelante	30	14%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora.*

*Ilustración 10. Presupuesto de compra.*



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora.*

**Análisis:** De acuerdo a los datos obtenidos de la población, el 43% destina de entre \$ 21 a \$ 30 dólares para la compra de zapatos para sus hijos menores, de entre \$ 10 a \$ 20 dólares lo destinan un total de 33%, otro porcentaje del 14% de la población presupuesta para la compra de zapatos de 41 dólares en adelante, y un 10% destina de entre 31 a 40 dólares para comprar zapatos para menores de edad.

#### P4. Cuáles son las preferencias o características que debe poseer los zapatos de niñas.

Señale las opciones a su elección.

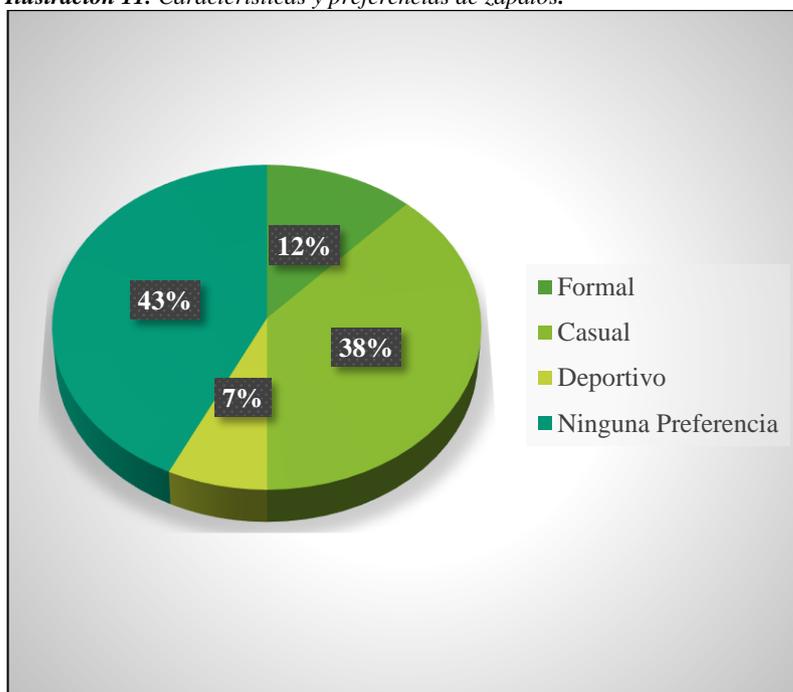
Tabla 13. Características y preferencias de zapatos.

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Formal	25	12%
Casual	80	38%
Deportivo	15	7%
Ninguna Preferencia	90	43%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

Ilustración 11. Características y preferencias de zapatos.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

**Análisis:** La población encuestada en un 43% afirma que no tienen ninguna preferencia a la hora de adquirir calzado este podría ser de cualquier estilo, el 38% prefieren los zapatos casuales, el 12% prefiere los zapatos formales y el 7% opta por el calzado deportivo. En conclusión, la población no tiene ninguna preferencia por algún estilo en especial para los menores de edad.

**Tabla 14.**Características de diseño.

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tejido	65	31%
Estampado	30	14%
Cuero	60	29%
Combinación de Colores	40	19%
Ninguna preferencia	15	7%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

**Ilustración 12.**Características de diseño.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

**Análisis:** Según el censo realizado a las madres y padres de familia, indicaron que el 31% tienen preferencia hacia el tejido, el 29% considera que la característica que debe ser de cuero, el 19% consideran que deben tener una combinación de colores y el 14% manifiestan que el calzado para niñas deben ser de estampado; y el 7% no tiene ninguna preferencia. Se puede concluir que hay una cantidad moderada de personas que prefieren algún tipo de tejido.

## P5. Cuál cree usted que es el mejor medio para conocer o adquirir el producto.

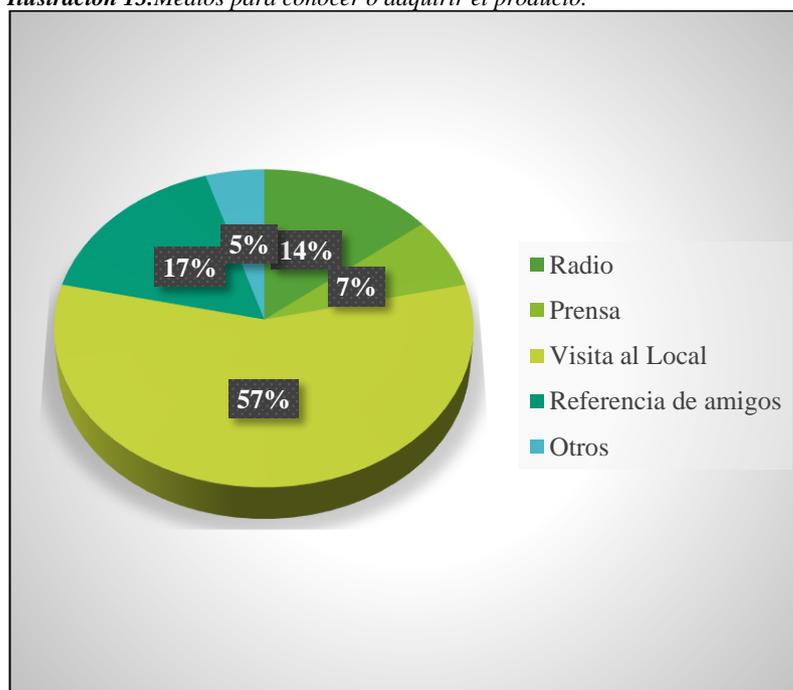
Tabla 15. Medios para conocer o adquirir el producto.

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	30	14%
Prensa	15	7%
Visita al Local	120	57%
Referencia de amigos	35	17%
Otros	10	5%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

Ilustración 13. Medios para conocer o adquirir el producto.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

**Análisis:** De acuerdo a la encuesta realizada a la población de padres y madres de familia el 57% respondieron que el mejor medio para conocer un producto es haciendo una visita local, el 17% mediante referencia de amigos, el 14% considera que otro medio de comunicación es la radio, el 7% a través de la prensa y el 5% por otros medios.

## P6. ¿A qué lugar específico usted recurre para comprar zapatos?

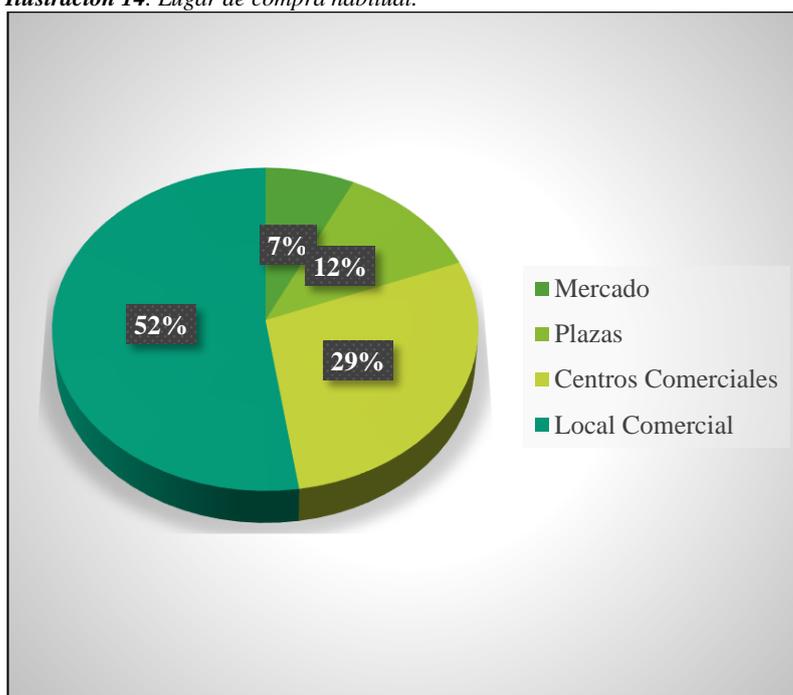
*Tabla 16. Lugar de compra habitual.*

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercado	15	7%
Plazas	25	12%
Centros Comerciales	60	29%
Local Comercial	110	52%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora.*

*Ilustración 14. Lugar de compra habitual.*



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora*

**Análisis:** De acuerdo a las encuestas realizadas se puede visualizar que el 52% de las madres o padres de familia compran zapatos para niñas en locales comerciales, un 29 % compran en centros comerciales, el 12% lo adquieren en plazas y un 7 % en mercados. Por tanto, se puede observar que el cliente tiene más tendencia en realizar sus compras en los locales comerciales directamente.

**P7. ¿Cuál es la forma de pago que más utiliza al momento de realizar una compra?**

Efectivo ( )      Tarjeta de crédito ( )      Cheque a la vista ( )      A crédito ( )

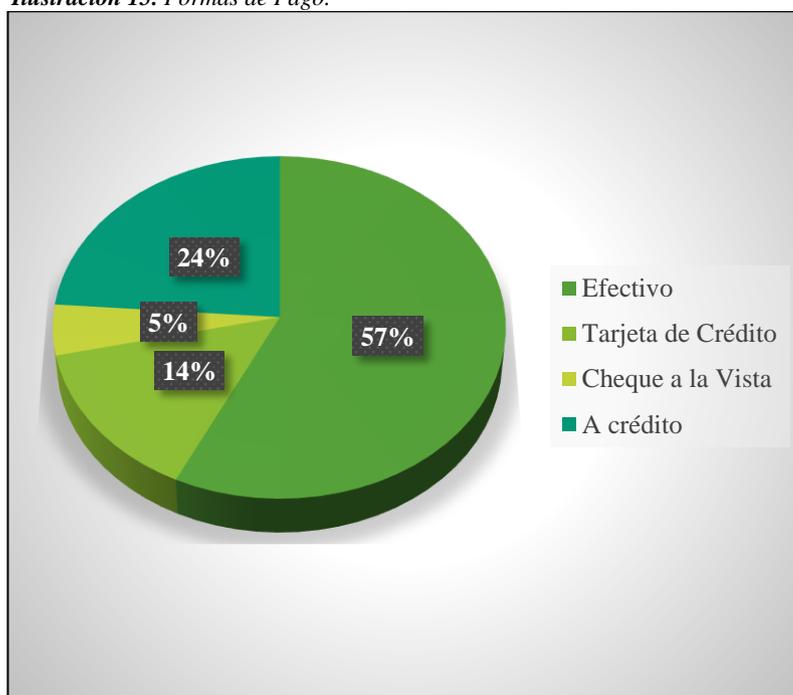
*Tabla 17. Formas de Pago*

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo	120	45%
Tarjeta de crédito	30	17%
Cheque a la vista	10	5%
A crédito	50	33%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora.*

*Ilustración 15. Formas de Pago.*



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora*

**Análisis:** Se determina que el 57% de la población realiza pagos en efectivo a la hora de comprar, el 24% solventa sus gastos a crédito, el 14% utiliza tarjetas de crédito como medios de pago y un 5% cheques a la vista. Esto significa que la población en su gran mayoría a la hora de comprar hace pagos en efectivo.

### P8. ¿Estaría Dispuesto a Comprar Zapatos para niñas tejidas artesanalmente?

Si ( )

No ( )

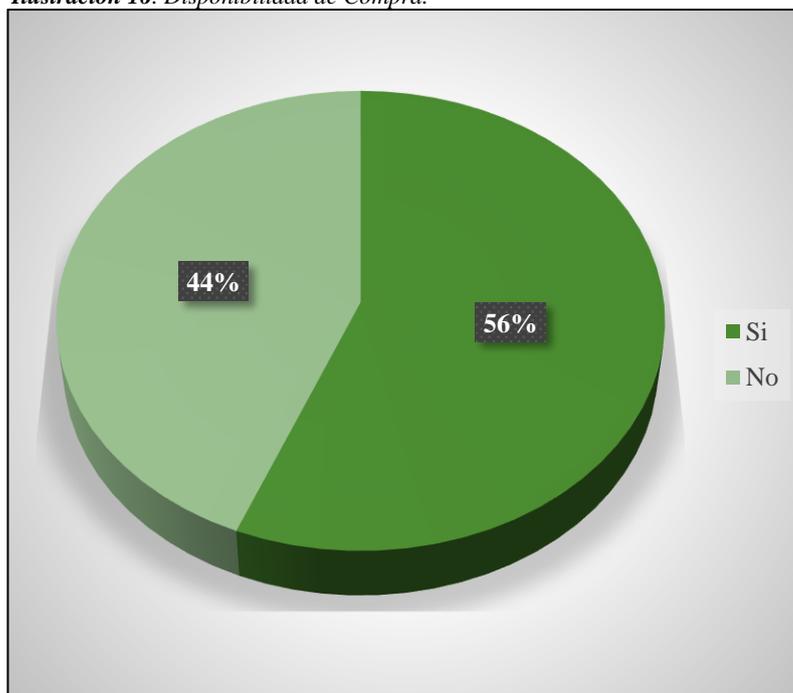
*Tabla 18. Disponibilidad de Compra.*

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	118	56%
No	92	44%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora.*

*Ilustración 16. Disponibilidad de Compra.*



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora*

**Análisis:** De los datos obtenidos se observa que el 56% de la población estaría dispuesto a comprar zapatos tejidos artesanalmente, por otro lado, no hubo aceptación del 44% de la población. La microempresa productora y comercializadora de zapatos tejidos a crochet para niñas si tendría aceptación ya que hay una clara evidencia de aceptación del producto.

### 3.5.2. Oferta

La oferta de calzados tejidos artesanalmente se comercializa en un local ubicado en la ciudad de Otavalo.

*Tabla 19. Local de calzado artesanal.*

<b>NOMBRE</b>	<b>PROPIETARIO</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
<b>BAZAR JF.</b>	Sr. José Fuentes	Antonio José de Sucre (esquina).

*Fuente: Investigación directa-Entrevista*

*Autor: Propia.*

Mediante una investigación directa realizada a los locales que elaboran productos artesanalmente, se pudo verificar que existe un solo local que produce calzado tejido artesanalmente a crochet. Además se pudo constatar que no tienen variedad de zapatos tejidos ya que también elabora zapatos de tipo sandalia en cuero.

#### **Oferta actual**

Al analizar la oferta actual del volumen de ventas en calzados tejidos a crochet de acuerdo a la entrevista realizada al propietario del local que comercializan este tipo de productos en la ciudad de Otavalo manifestó lo siguiente:

*Tabla 20. Volumen de ventas.*

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		
	<b>SEMANTAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Obrera 1	10	43	516
Obrera 2	10	43	516
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>86</b>	<b>1032</b>

*Fuente: Entrevista*

*Elaborado por: La Autora.*

Según datos obtenidos de la entrevista se puede observar que existe una oferta actual de 1032 pares de zapatos tejidos a crochet anualmente.

## **Precio de la Oferta**

A través de la entrevista realizada al propietario del local Bazar JF., se pudo recopilar información referente al precio del producto; miso que lo establece en base a elementos como materia prima, mano de obra, materiales; tal es así que el par de zapatos tejidos lo venden entre 10 a 18 dólares.

## **Demanda**

### **Naturaleza del Cliente**

Las características de los clientes de los zapatos tejidos a crochet son las niñas de edad comprendida de entre 0 a 5 años que se encuentran localizadas en la ciudad de Otavalo que está conformado por las parroquias rurales; San Pablo, Gonzales Suarez, San Rafael de la Laguna, Eugenio Espejo, Miguel Egas Cabezas, Iluman, Selva Alegre, San Pedro de Pataquí y las parroquias urbanas San Luis y el Jordán.

Las niñas de esta edad aun no tienen capacidad de compra o tomar alguna decisión es por ello que es necesario que para comprar el producto, estarán en compañía de sus padres, madres o algún familiar.

### **Demanda actual**

La demanda actual de calzados tejidos a crochet para niñas se obtuvo considerando la encuesta realizada a los padres y madres de familia, en los cuales se establece la siguiente pregunta:

## ¿Estaría Dispuesto a Comprar Zapatos para niñas tejidas artesanalmente?

Si ( )

No ( )

*Tabla 21. Disposición de comprar calzado.*

Disposición de Comprar zapatos tejidos artesanalmente		
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	118	56%
No	92	44%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La Autora*

### Cálculo de la demanda

#### Datos:

5.380= Población total niñas.

56%= Porcentaje de disponibilidad de comprar calzado.

$$\text{Demanda} = 5.380 * 56\% = 3.013 \text{ pares de calzado anual.}$$

De acuerdo a la siguiente pregunta realizada en la encuesta se pudo determinar la demanda por periodos de tiempo.

**¿Con que frecuencia acude usted a comprar zapatos para los menores de edad y otras prendas de Vestir?**

*Tabla 22. Frecuencia de compra.*

<b>Frecuencia de Compra de zapatos</b>		
<b>OPCIONES DE RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Semanal	15	7%
Mensual	23	11%
Bimestral	65	10%
Trimestral	72	59%
Anual	35	13%
TOTAL	210	100%

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La Autora*

**Datos:**

**D=** Demanda anual de calzado.

**D=**3013.

**%=** Porcentajes de compra.

*Tabla 23. Demanda por periodos.*

<b>Frecuencia de Compra de zapatos</b>		
<b>OPCIONES DE RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>CANTIDAD DEMANDADA</b>
Semanal	7%	211
Mensual	11%	331
Bimestral	10%	934
Trimestral	59%	1.025
Anual	13%	512
TOTAL	100%	3.013

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La Autora*

## Balance de la Oferta y la Demanda

### Demanda Insatisfecha

Una vez determinadas la oferta y la demanda se procederá a calcular la demanda insatisfecha que tiene los zapatos tejidos a crochet para niñas en la ciudad de Otavalo.

*Tabla 24. Demanda insatisfecha.*

	DEMANDA INSATISFECHA		
AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
1	1032	3013	1981

*Fuente: Entrevista y Encuesta.*

*Elaborado por: La autora.*

Así se tiene que existe una demanda insatisfecha de 1981 pares de calzado.

$$DI = \text{Demanda} - \text{Oferta}$$

$$DI = 3013 - 1032 = 1981 \text{ u.}$$

### Precio

Según los datos de la encuesta realizada a los padres y madres de familia, el precio que estaría dispuestos a pagar es de 21 a 30 dólares, dato que se debe considerar para el cálculo y análisis de costos e ingresos.

### Lugar de Compra

De acuerdo a la recopilación y análisis de los datos arrojados de la encuesta aplicada a las madres y padres de familia con respecto a cuál sería el mejor medio para poder conocer o adquirir el producto mencionaron lo siguiente:

*Tabla 25. Medios para conocer el producto.*

<b>Medios para conocer el producto.</b>		
<b>OPCIONES DE RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Radio	30	14%
Prensa	15	7%
Visita al Local	120	57%
Referencia de amigos	35	17%
Otros	10	5%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La Autora.*

Se puede observar que el 57% de la población prefiere hacer visitas al local para poder conocer el producto y apreciarlo directamente.

### **3.5.3. Marketing mix**

#### **Estrategias de mercado**

#### **Estrategias del producto**

- **Diseño:** Una de las estrategias importantes a aplicar al producto será diseñar modelos o puntadas creativas de acuerdo a la temporada.

El detalle y el acabado en los artículos que se elaboren será la distinción mediante un seguimiento de la moda con el uso del internet, así como los muestrarios traídos cuando se asisten a ferias artesanales locales y de otras ciudades.

Se producirá zapatos de diferente estilo, sea estas sandalias, formales, botines entre otros en coloridos diseños.

- **Empaque:** Se utilizará un empaque amigable con el medio ambiente, llamativo y creativo.

### **Estrategias de precio**

El precio que se fijará para los productos elaborados estarán sujetos a cambios conformen fluctúen los costos de insumos y materiales utilizados en la elaboración de los mismos.

### **Estrategias de comercialización**

El sistema de comercialización de la microempresa se la realizara de manera directa, es decir, se venderá el producto directamente a los consumidores a través de un local comercial.

- Mediante la página web de **Facebook “ZAPATOS CROCHET”** donde se encontrara datos de ubicación y teléfonos de contacto.
- También pueden hacer llamadas telefónicas y reservar el pedido.
- Es importante la atención al cliente, instalaciones adecuadas con la respectiva iluminación, ubicación de productos y graficas publicitarias.

### **Estrategia de publicidad**

La publicidad es la forma de promocionar y presentar los productos que se destinan para la venta, en este caso la publicidad no será tan amplia, es decir será de poca

inversión y misma que estará más enfocada en hacer conocer esta propuesta ante las personas interesadas por comprar calzados elaborados con acabados del arte crochet

- Se realizará la publicidad en las redes sociales, es decir por la web tales como: Facebook, WhatsApp, y páginas web, ya que el internet es el medio de publicidad de hoy en día, y se debe estar a la vanguardia de la tecnología, en estas páginas web se dará a conocer el nombre de la microempresa, slogan, productos, descuentos entre otros.

- Se participará en ferias donde exponen diferentes productores, por este medio la microempresa podrá exponer la calidad y variedad de los productos de acuerdo a la materia prima y diseños.

- Se analizaría las temporadas más altas en ventas y se realizaría promociones por la compra de un par de zapatos el otro lo puede adquirir a mitad de precio.

## **4. ESTUDIO TÉCNICO**

En el estudio se determina elementos como: la macro y micro localización, las instalaciones y su capacidad de producción, el equipamiento, su utilización y distribución, la ingeniería del proceso, personal necesario, con el propósito de establecer las condiciones óptimas que permitan que la **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS TEJIDOS A CROCHET PARA NIÑAS, EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”** sea viable y realizable.

### **4.1. Objetivo general**

Elaborar el estudio técnico del emprendimiento, tomando como punto de referencia el requerimiento económico para el equipamiento de la microempresa, su infraestructura, el análisis de los procesos de comercialización.

#### **4.1.1. Objetivos específicos.**

- Establecer la localización.
- Determinar el tamaño.
- Diseñar la infra estructura.
- Fijar las inversiones necesarias para la implantación e inicio de las operaciones de comercialización.

### **4.2. Localización del emprendimiento.**

La ubicación de un emprendimiento determina en gran medida los posibles clientes, la duración del mismo y el éxito de un lugar apropiado. Dentro de la localización se identifica dos elementos la macrolocalización y la microlocalización.

La propuesta de macro y micro localización está orientada al mercado meta que son las niñas menores de edad residentes de la ciudad de Otavalo y sus respectivas parroquias tanto urbanas como rurales y también los turistas que concurren a la plaza de ponchos.

#### **4.2.1. Macro localización del Proyecto.**

Este emprendimiento estará ubicado en la República del Ecuador, provincia Imbabura, cantón Otavalo a 110 kilómetros de la capital Quito y 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra.

#### **Límites cantonales:**

- **Norte:** Limita con los cantones de Cotacachi, Ibarra y Antonio Ante.
- **Este:** Cantón Ibarra y cantón Cayambe (Provincia de Pichincha)
- **Sur:** cantón Quito (Provincia de Pichincha)
- **Oeste:** Cantón Quito y Cantón Cotacachi
- **Superficie:** 528 Km<sup>2</sup> ( Otavalo ).
- **Idioma oficial:** castellano y kichwa
- **Moneda:** Dólar Norteamericano USD.
- **Religión:** Existe libertad de cultos, pero la religión católica es la predominante.
- **Temperatura:** Promedio de 14 °C
- **Altitud y Clima:** Existe diferencias latitudinales representativas que oscilan desde los 1.100m.s.n.m. En la zona de Selva Alegre hasta los 4.700 m.s.n.m. en el Cerro Imbabura su clima es templado.

- **Población:** Existen 90.188 habitantes (43.368 hombres y 46.820 mujeres). El 44,3% de la población total está asentada en el sector urbano y 55,7 % en el sector rural. Según el INEC 2010.

*Ilustración 17. Mapa del Cantón Otavalo.*



*Fuente: Google maps.  
Elaborado por: La autora*

La ciudad de Otavalo se encuentra localizada al norte de la provincia de Imbabura, limitando al norte con el cantón de Cotacachi y Atuntaqui; al sur con el cantón Pedro Moncayo.

#### 4.2.2. Microlocalización del Emprendimiento.

*Ilustración 18. Ubicación y calles del cantón Otavalo.*



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La autora*

El emprendimiento se localizará en la ciudad de Otavalo, Parroquia El Jordán, en el sector de la Plaza de Ponchos en la calle Sucre y Salinas.

#### 4.2.3. Croquis de Ubicación.

*Ilustración 19. Croquis de Ubicación del emprendimiento.*



*Fuente: Google maps.*

*Elaborado por: La autora.*

#### **4.2.4. Factores por los cuales de ubica en ese lugar.**

Esta localización del local comercial, le dará una proyección hacia todas las arterias principales que existen dentro de la ciudad de Otavalo, facilitando que todos los interesados minoristas hasta los mayoristas puedan divisarlo.

Se optó por este lugar debido a la gran afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros; igualmente una cantidad de comerciantes que visitan este sitio por la diversidad de productos artesanales.

Además, cabe destacar que este lugar es estratégico para este emprendimiento ya que es un sitio muy comercial por la cantidad de artesanías y la industria textil, cuenta con todos los servicios básicos para emprender una microempresa.

En la ciudad de Otavalo se encuentra variedad de locales que comercializan hilos, lanas, crochet y otros, en diferentes colores y tipos para tejidos artesanales, siendo así que es un importante factor porque esto constituye las materias primas y materiales para elaborar el producto que para el emprendimiento serán los proveedores.

#### **4.3. Ubicación de la Planta**

La elaboración de los zapatos tejidos a crochet artesanalmente se lo realizará en la ciudad de Otavalo, en la parroquia el Jordán, en las calles Sucre y Salinas diagonal a la Plaza de Ponchos. La extensión del local es de 10 m<sup>2</sup>, cuenta con todos los servicios básicos: alcantarillado, agua, energía eléctrica, teléfono y vías de acceso de primer orden.

#### **4.3.1. Distribución de espacios de la infraestructura.**

##### **Infraestructura**

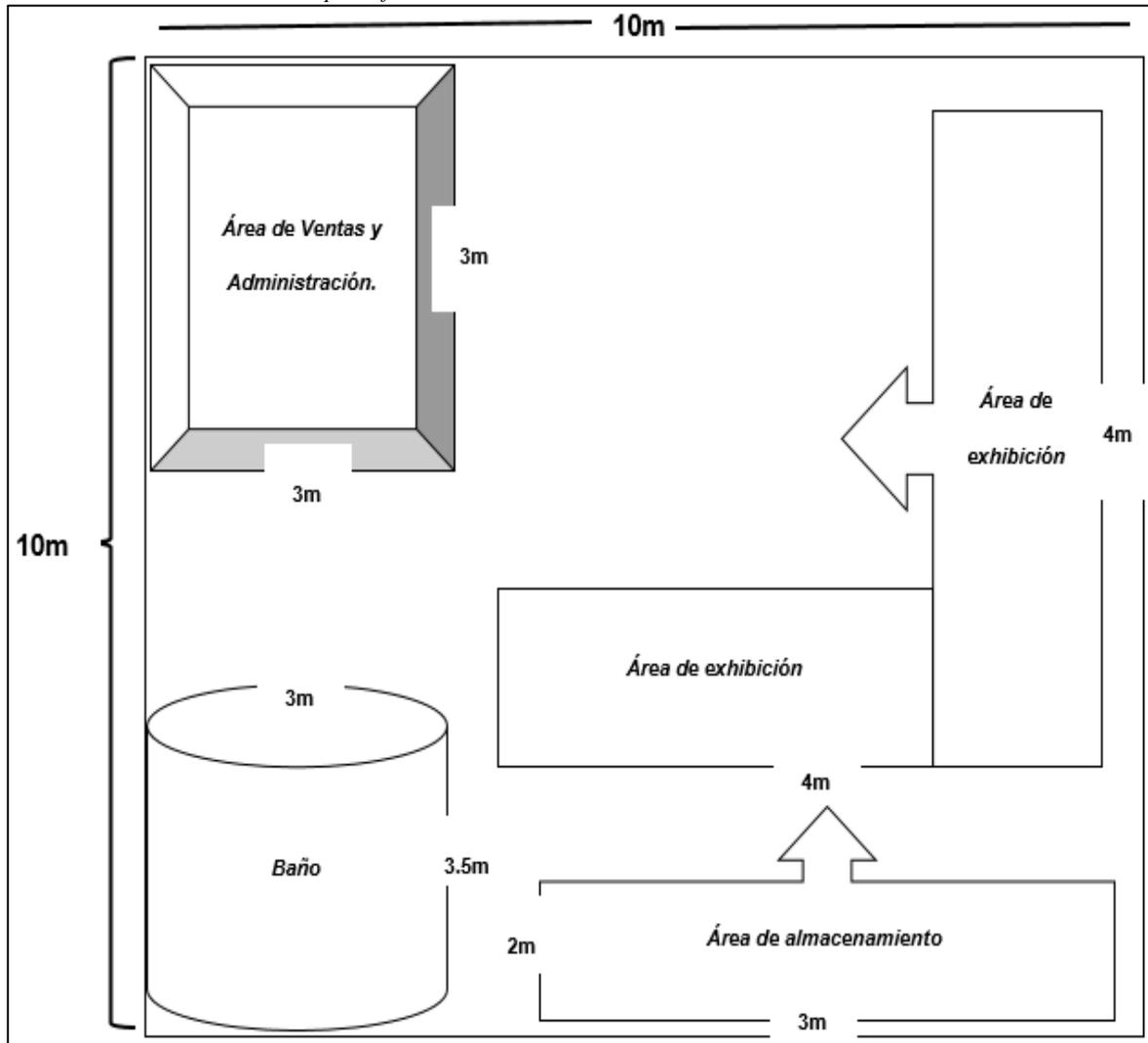
La infraestructura contempla los espacios destinados para las diferentes áreas que requiere la microempresa, como son: administrativa, producción y ventas. El emprendimiento se iniciará en una superficie de 10 mts<sup>2</sup>, dividida en distintas áreas: de ventas, administrativa, producción y bodega. Además, se ha considerado el número de personas que van a laborar en este emprendimiento.

##### **Diseño de las instalaciones**

Los espacios estarán distribuidos en área de exhibición, ventas y almacenamiento.

La utilización de las áreas queda detallada a continuación:

Ilustración 20. Distribución de espacio físico.



Fuente: Secundaria.

Elaborado por: La Autora.

Cabe mencionar que el tejido del calzado lo hacen 2 personas que brindan el servicio de tejido y pueden trabajar en sus casas y por ende no se requiere de un área de producción.

El diseño de las instalaciones está acorde con los procesos, administrativos, venta y comercialización de la ropa tejida a mano determinando áreas de venta y administración bodega y exhibición de los productos elaborados.

El espacio físico total es de 10m<sup>2</sup>, en el cual está distribuido de la siguiente manera:

### **Área de almacenamiento**

- Madejos, ovillos e hilos.
- Tejidos terminados para la venta.
- Material para la elaboración de tejidos.
- Útiles de oficina.
- Implementos de limpieza y mantenimiento.

En esta área se encuentran materiales e insumos para la elaboración del calzado, y otros materiales para la limpieza y oficina; así también productos para la venta o exhibición.

### **Área de exhibición**

Es el área donde se exhibirán todos los calzados que se tienen a disposición de los clientes, aquí será la vitrina o estanterías de los diseños de calzado que estará expuesto para el al gusto y consideración de las personas motivadas e interesadas de calzado tejido a crochet.

### **Área de Ventas y Administración**

En esta área es donde el administrador del negocio podrá recibir a los clientes, recibir obras (calzado), realizar trámites y planificación de trabajo. En esta oficina se organiza, se planifica y se diseñan todas las actividades del negocio que se piensan cumplir, utilizando el internet para conocer las tendencias y las innovaciones en este arte del crochet.

**Tabla 26.** Espacio físico total.

<b>AREA</b>	<b>CANTIDAD</b>
Ventas y Adm.	3m2
Almacenamiento	3x2m
Exhibición	4m2
Baño	3x3,5m
<b>TOTAL</b>	<b>10m2</b>

**Fuente:** Investigación propia.

**Elaborado por:** La autora.

**Ilustración 21.** Área administrativa y de venta.



**Fuente:** Investigación secundaria.

**Elaborado por:** La autora

*Ilustración 22. Área de exhibición.*



*Fuente: Investigación secundaria.  
Elaborado. por: La autora*

*Ilustración 23. Bodega.*



*Fuente: Investigación secundaria.  
Elaborado. por: La autora*

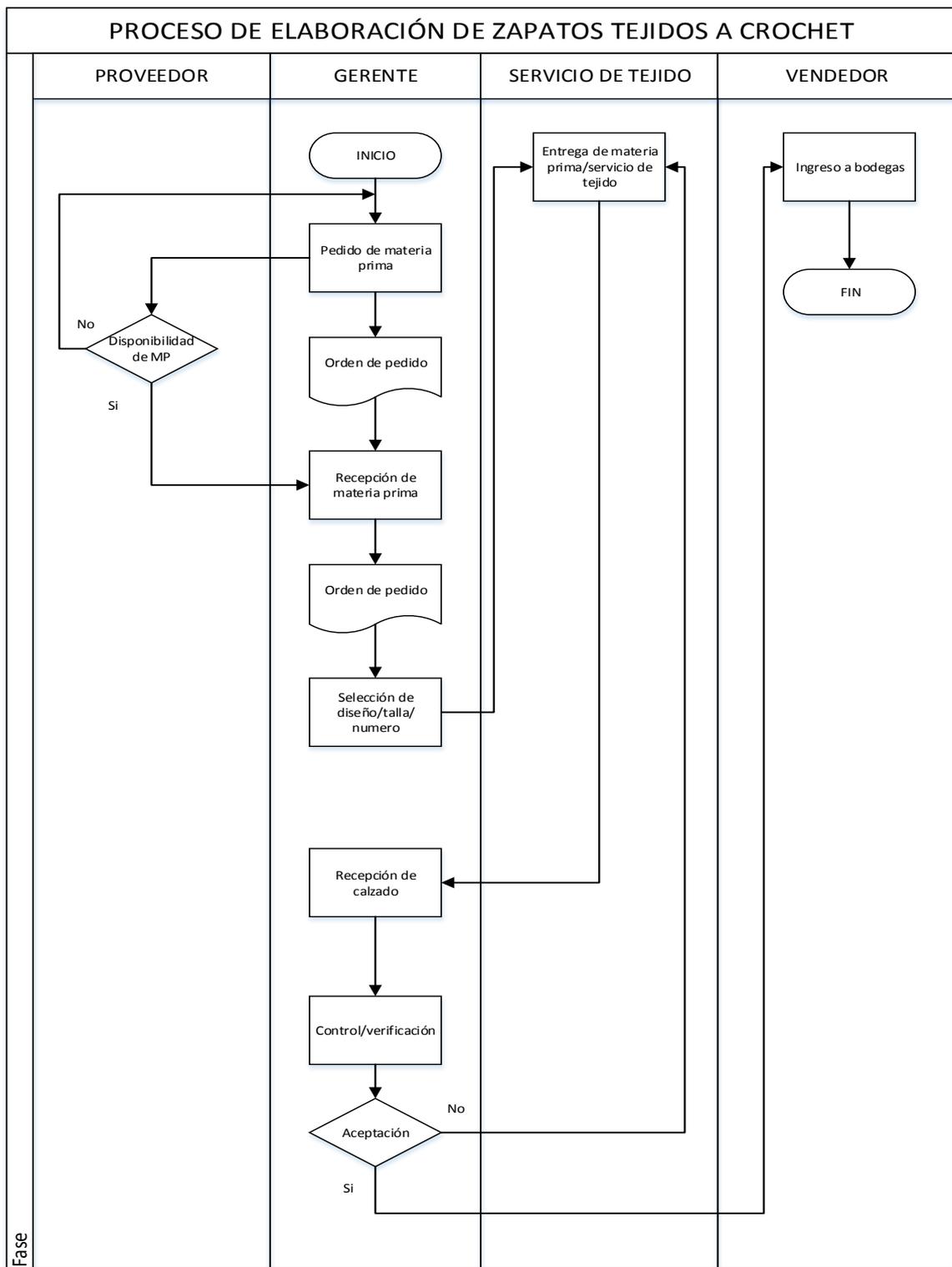
Para la instalación de la planta y área de bodega exhibición, administración y ventas se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- El área de bodega debe estar bien iluminada y con suficiente ventilación, con la finalidad de tener un ambiente agradable para las labores de control y verificación.
- La oficina se instalará en un lugar estratégico donde pueda tener la suficiente visibilidad y supervisión de las diferentes áreas, como también un acceso directo del cliente a ventas.
- Las instalaciones deberán tener una apariencia ordenada y bien distribuida, con la finalidad de brindar las comodidades necesarias en especial a los visitantes de las instalaciones.
- La presentación externa e internamente de la planta será la que permita establecer una imagen que perdure en la mente de los consumidores de la ciudad, así como también de los turistas que visitan.

#### **4.4. Flujograma del proceso**

En el siguiente flujograma se describe el proceso para elaboración de calzado tejidas a crochet.

Ilustración 24. Proceso de elaboración de calzado tejido.



Fuente: Investigación secundaria.  
 Elaborado por: La autora.

## **Recepción de materia prima**

Se realiza el pedido de la materia prima para la producción de calzado tejido a crochet o tejida a mano según orden de trabajo para la confección diseños en color y talla, para luego receptor la materia prima en bodega, clasificar y ordenar

## **Transformación de materia**

Para iniciar con la elaboración según orden de trabajo se clasifica la materia prima para elaborar un modelo que será seleccionado según la calidad, luego se detalla colores y tallas para ser entregados las personas que tejerán y elaboraran el calzado con las especificaciones de la orden de trabajo

## **Control**

Para tener un control y presentar un producto que cumpla con las especificaciones se revisa la entrega de las prendas de las tejedoras si cumplen con lo requerido pasarán al siguiente proceso si no cumplen con las medias o terminados correctos será devuelto para su corrección a las tejedoras.

## **Terminados de las Prendas**

En este proceso se da el terminado de la prenda colocando las etiquetas luego de un lavado para quitar las posibles manchas que se realiza durante el tejido así también eliminar cualquier hilo o costura innecesaria y la colocación de algún botón, lazo u otro adorno y pasan por otro filtro de control para ser empaquetados y ser ingresado a bodega, para posteriormente percharlos en las vitrinas.

#### 4.5. Presupuesto técnico

##### Valoración de las inversiones.

Para el cálculo de la capacidad operativa se considerará lo siguiente: 24 días al mes, jornadas de trabajo de 8 horas diarias, la capacidad operativa es el rendimiento del talento humano que se requieren para la elaboración del producto.

De acuerdo a la entrevista realizada al sr. José Fuentes, propietario de Bazar JF, se pudo obtener los siguientes datos relacionados a la producción de calzado.

*Tabla 27. Producción de calzado a crochet*

DETALLE	HORAS/T	CANTIDAD
Obrera 1	1,50	1 par
Obrera 2	1,50	1 par

*Fuente: Entrevista*

*Elaborado por: La autora.*

Una obrera elabora 1 par de calzado en 1,50 que equivale a 1 hora y 30 minutos aproximadamente.

**Capacidad operativa** = Jornada diaria /Tiempo de elaboración  
=  $8/1,50 = 5$  pares diarios por obrera.

*Tabla 28. Capacidad operativa*

DETALLE	JORNADA LABORAL	TIEMPO/UNIDAD	CANT. DIARIO	CANT. SEMANAL	CANT. MENSUAL
Obrera 1	8	1,5	5	30	120
Obrera 2	8	1,5	5	30	120

*Fuente: Propia.*

*Elaborado por: La autora.*

En una jornada laboral de 8 horas diarias, un obrero elabora 5 pares de zapatos en un tiempo de 1 hora y 30 minutos, con un tiempo de descanso de 10 minutos por cada par que realiza.

En consecuencia se tiene el siguiente cuadro resumen de la capacidad instalada.

*Tabla 29. Resumen de la capacidad operativa*

<b>U. Diario</b>	<b>U. Semanal</b>	<b>U. Mensual</b>	<b>U. Anual</b>
<b>5</b>	30	120	1440
<b>5</b>	30	120	1440
<b>TOTAL</b>	60	240	2880

*Fuente: Entrevista*

*Elaborado por: La autora.*

Para el cálculo se tomó en cuenta, los 6 días laborales a la semana, las 4 semanas mensuales; además, tomando en cuenta los 52 días de fines de semana y 11 feriados que da un total de 302 días del año.

La microempresa estará en capacidad de producir 2880 pares de calzado anual. Esto significa que la microempresa está en capacidad de cubrir la demanda insatisfecha.

#### **4.6. Inversión fija.**

A fin de poder producir calzado tejido a crochet se requiere la adquisición de Mobiliario y equipos necesarios para la producción, los mismos que se detallan a continuación:

**Tabla 30. Muebles y Enseres.**

<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escritorio	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Archivador vertical	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Espejo	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Sillas Giratorias	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Mesas/ Tipo Cojín	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Estantería	3	\$ 60,00	\$ 180,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 570,00</b>

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: La autora.*

**Tabla 31. Equipo de cómputo.**

<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Computadora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora	1	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 600,00</b>

*Elaborado por: La autora.*

**Tabla 32. Materiales de producción.**

<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Crochet	5	\$ 2,00	\$ 10,00
Tijera	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Agujas	5	\$ 0,10	\$ 0,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 15,00</b>

*Elaborado por: La autora.*

**Tabla 33. Equipo de oficina.**

<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Calculadora	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Teléfonos	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Esferos	3	\$ 0,40	\$ 1,20
Archivadores	2	\$ 1,50	\$ 3,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 69,20</b>

*Elaborado por: La autora.*

**TOTAL  
INVERSION  
FIJA**

**\$1.254,20**

La inversión fija o inversión inicial del emprendimiento es de: **1.254,20 dólares.**

#### **4.7. Inversión diferida.**

*Tabla 34. Gastos de Constitución y Organización.*

<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Gastos de constitución total			\$ 50,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 50,00</b>

*Elaborado por: La autora.*

*Fuente: Propia.*

El gasto de constitución y organización es indispensable para el emprendimiento por lo que es considerado un gasto diferido que se recuperara a largo plazo, es un rubro que se debe pagar por la constitución del emprendimiento.

#### **4.8. Capital de Trabajo.**

Dentro de este rubro se detallan los gastos administrativos, gastos de comercialización y gastos de ventas.

**Gastos Administrativos:** Costos y gastos en los se incurrirán para la instalación y funcionamiento de la oficina administrativa de la asociación.

- **Arriendo:** Para la puesta en marcha del proyecto se ve en la necesidad de arrendar un local comercial a un valor de **80,00** mensuales.

- **Sueldo:** Para la administración del local comercial se hará la contratación de un administrador/a; a los cuales se les pagará la remuneración correspondiente a **375,00** iniciales, este valor variara de acuerdo al progreso de la empresa.

*Tabla 35. Requerimiento de mano de obra.*

ÁREA	MANO OBRA	DE	ACTIVIDAD	REMUNERACIÓN UNIFICADA	TOTAL
Administrativa		1	Venta Administrativo.	\$ 375,00	\$375,00
Producción		2	Tejer	\$ 240,00	\$480,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$855,00</b>

*Elaborado por: La autora.*

**NOTA:** Por ser un trabajo donde no se requiere la presencia del obrero en la empresa, lo pueden realizar en sus hogares. Cabe recalcar que las obreras trabajarán bajo modalidad de contrato a destajo, en donde se realizará un acuerdo mutuo con la microempresa, en la que se establecerá la cantidad a entregar sea este semanal, mensual dependiendo de la demanda.

- **c.) Servicios Básicos:** Comprende energía eléctrica y teléfono, agua e internet que serán consumidos en el local.
- **d.) Suministros de Oficina:** Para el desarrollo de las actividades en la administración se necesitaran algunos implementos de oficina.

### **Resumen de gastos administrativos.**

*Tabla 36. Gasto Administrativo*

Descripción	Gasto Mensual	Gasto Anual
Arriendo	\$ 80,00	\$ 960,00
Sueldo Administrativo	\$ 375,00	\$ 4500,00
Servicios Básicos	\$ 60,00	\$ 720,00
Suministro de Oficina	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 525.00</b>	<b>\$ 6300,00</b>

*Elaborado por: La autora.*

- **Gasto Ventas**

a.) **Gasto Publicidad:** Para dar a conocer sobre la comercialización del producto realizara una cuña publicitaria, hojas volantes, entre otros el cual tendrá un costo total de \$ 40,00.

### **Inversión Total**

La inversión total del proyecto está compuesta por las inversiones fijas, inversiones diferidas y capital de trabajo, lo cual se detalla a continuación:

*Tabla 38. Inversión Total*

<b>Descripción</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>% Participación</b>
Inversión Fija	\$1.254,20	39%
Inversión Diferida	\$ 50,00	2%
Capital de Trabajo	\$1.875,40	59%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.179,60</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: La autora.*

### **Financiamiento**

El financiamiento se obtendrá por recursos propios y externos. Para el externo se acudiría a la institución financiera como es el Ban Ecuador quienes otorgan un crédito enfocado a este tipo de negocios a un 11,50% de interés, del cual para el capital de trabajo se financiara en un 60% y el otro 40% mediante recursos propios.

*Tabla 39: Financiamiento*

<b>Financiamiento</b>	<b>Valor</b>	<b>% Participación</b>
Capital Propio	\$ 1.271,84	40,00%
Entidad Financiera	\$ 1.907,76	60,00%
Total	\$ 3.179,60	100,00%

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: La Autora*

## **5. ESTUDIO FINANCIERO**

### **5.1 Introducción**

En el presente capítulo presenta los aspectos financieros operativos para el uso eficiente de los recursos disponibles dentro de 1 año, para la producción zapatos tejidos a crochet, el cual analizará todos los rubros económicos, además planteará escenarios tales como estado financiero, balance general, presupuesto de caja, estado de resultados que permitan determinar la viabilidad de la implantación e implementación de este emprendimiento; y el respectivo punto de Equilibrio.

### **5.2. Objetivos**

#### **5.2.1 Objetivo General**

Realizar un estudio financiero con la finalidad de conocer la viabilidad económica y financiera del proyecto ya mencionado.

#### **5.2.2. Objetivos específicos**

- Elaborar un Estado de Situación Financiera Inicial.
- Establecer la proyección de los gastos e Ingresos.
- Realizar un Estado de Resultados Integrales.
- Realizar un estado de Flujo de Caja.
- Conocer el Punto de Equilibrio.

### **5.3. Estado de Situación Financiera Inicial**

El presente estado como su nombre lo indica refleja la situación financiera con la que la microempresa pondrá en marcha sus operaciones.

## ESTADO DE SITUACION INICIAL

*Tabla 40. Estado de Situación inicial*

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>A. Corrientes</b>		<b>P. Corriente</b>	
Efectivo y Equivalentes		Cuentas por Pagar	\$ 0,00
Caja	\$ 1.875,40	<b>Total pasivo corriente</b>	<b>\$ 0,00</b>
Cuentas por Cobrar	\$ 0,00	<b>P. Largo plazo</b>	
<b>Total activos corrientes</b>	<b>\$ 1.875,40</b>	Préstamo Bancario	\$ 1.907,76
A. Fijos		<b>Total p. Largo plazo</b>	<b>\$ 1.907,76</b>
Muebles y Enseres	\$ 570,00	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 1.907,76</b>
Equipo de Cómputo	\$ 600,00		
Materiales de Producción	\$ 15,00		
Equipo de Oficina	\$ 69,20		
<b>Total activos fijos</b>	<b>\$1.254,20</b>	<b>PATRIMONIO</b>	
<b>A. Diferidos</b>		Capital social	\$ 1.271,84
Gastos de Constitución	\$ 50,00	Utilidad	\$ 0,00
<b>Total activos diferidos</b>	<b>\$ 50,00</b>	<b>Total patrimonio</b>	<b>\$ 1.271,84</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 3.179,60</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 3.179,60</b>

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Las Autoras*

Como se puede apreciar este proyecto de emprendimiento inicia sus actividades con un valor total de activos de \$ 2.459,60 Pasivos de \$ 1.475,76 y con un patrimonio de \$ 983,84.

### 5.1. 5.4 Presupuesto de Ingresos

Para el presupuesto de ingresos se tomará en cuenta la cantidad de unidades de acuerdo a la capacidad instalada del proyecto las unidades/par; del cual mensualmente es 240 unidades mismas que corresponden a posibles ventas que varían de acuerdo a la temporada, navidad, día de las madres entre otras ocasiones especiales, así también se tomará en cuenta el precio de venta.

*Tabla 42. .Presupuesto de Ingresos-calzado.*

MESES	CANTIDAD	PRECIO/UNIDAD	TOTAL \$
ENERO	240	\$ 12,12	\$ 2.909,40
FEBRERO	240	\$ 12,12	\$ 2.909,40
MARZO	240	\$ 12,12	\$ 2.909,40
ABRIL	241	\$ 12,12	\$ 2.921,52
MAYO	261	\$ 12,12	\$ 3.163,97
JUNIO	261	\$ 12,12	\$ 3.163,97
JULIO	240	\$ 12,12	\$ 2.909,40
AGOSTO	240	\$ 12,12	\$ 2.909,40
SEPTIEMBRE	240	\$ 12,12	\$ 2.909,40
OCTUBRE	260	\$ 12,12	\$ 3.151,85
NOVIEMBRE	260	\$ 12,12	\$ 3.151,85
DICIEMBRE	290	\$ 12,12	\$ 3.515,53
<b>TOTAL</b>	<b>3.013</b>		<b>\$ 36.525,11</b>

*Elaborado por: La autora.*

Se prevé un total de \$ **36.525,11**dólares en ventas en un año.

### **Presupuesto de compras**

Para el presupuesto de compras se considera los costos incurridos para su producción, es decir al costo de producción, para el cual se tomara en cuenta el costo unitario.

MES	CANTIDAD	COSTO.UNIDAD	TOTAL \$
ENERO	240	\$ 8,10	\$ 1.943,68
FEBRERO	240	\$ 8,10	\$ 1.943,68
MARZO	240	\$ 8,10	\$ 1.943,68
ABRIL	241	\$ 8,10	\$ 1.951,78
MAYO	261	\$ 8,10	\$ 2.113,75
JUNIO	261	\$ 8,10	\$ 2.113,75
JULIO	240	\$ 8,10	\$ 1.943,68
AGOSTO	240	\$ 8,10	\$ 1.943,68
SEPTIEMBRE	240	\$ 8,10	\$ 1.943,68
OCTUBRE	260	\$ 8,10	\$ 2.105,66
NOVIEMBRE	260	\$ 8,10	\$ 2.105,66
DICIEMBRE	290	\$ 8,10	\$ 2.348,62
<b>TOTAL</b>	<b>3.013</b>		<b>\$ 24.401,32</b>

*Elaborado por: La autora*

Se estima un presupuesto de compras o producción de \$ 24.401,32 al cabo de un año.

### **Presupuesto de Gastos**

De la misma manera se realiza un presupuesto de gastos para un periodo de 1 año.

### **Gasto administrativo**

A continuación se detalla los gastos administrativos que se incurrirán para el normal funcionamiento del proyecto.

*Tabla 36. Gastos Administrativos.*

<b>Detalle</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Sueldo	\$ 375,00	\$ 4.500,00
Arriendo Local	\$ 80,00	\$ 960,00
Servicios Básicos	\$ 40,00	\$ 480,00
Suministros de Oficina	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>Total</b>	<b>\$ 505,00</b>	<b>\$ 6.060,00</b>

*Elaborado por: La autora*

### **Depreciación**

El tiempo de uso y desgaste real de estos activos fijos es incierto, por tanto su revalorización sería poco fiable al momento de proyectarlo, razón por lo cual se considera práctico aplicar los porcentajes de depreciación que señala el Servicio de Rentas Internas para calcular el valor de la depreciación. Se considera el 10% de Valor residual para todos los siguientes activos fijo. La depreciación del equipo de Cómputo se realiza para tres años de vida útil, con un valor residual del 10% de su costo. Se aplica el Método de Depreciación de Línea Recta.

*Tabla 37. Depreciación de activos.*

Activo	Valor	Valor Residual	Tiempo de Deprec.	Deprec. Mensual	Dep.Acumulada
1 Computador	\$ 500,00	\$ 50,00	3	\$ 150,00	\$ 1.800,00
1 Impresora	\$ 100,00	\$ 10,00	3	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 60,00</b>		<b>\$ 180,00</b>	<b>\$ 2.160,00</b>

*Elaborado por: La autora.*

## Gasto Ventas

- **Gasto Publicidad**

Se realizará la publicidad para dar a conocer y promocionar el producto.

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Volantes	\$ 5,00	\$ 60,00
Radio	\$ 20,00	\$ 240,00
Prensa	\$ 15,00	\$ 180,00
<b>Total</b>	<b>\$ 40,00</b>	<b>\$ 4.80,00</b>

## Gasto Financiero

Para el desarrollo del proyecto se considera necesario obtener financiamiento a través de una entidad financiera como es BAN ECUADOR el cual cubrirá el 60% de la inversión, que corresponde a un valor de \$ 1.046,52, a un plazo de 1 año con una tasa de interés del 11,50%, con pagos mensuales.

**Tabla 81:** Datos del Préstamo

<b>Datos del Préstamo</b>	
Préstamo	\$ 1.907,76
Plazo	1 año
Tasa Efectiva	11,50%
Frecuencia de Pago	Mensual
Nro. De Cuotas	2

*Fuente:* Investigación Directa

*Elaborado por:* La autora.

**Tabla 38.**Tabla de amortización.

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
	<b>BAN ECUADOR</b>			
	<b>Fecha</b>	<b>Cuota</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>
<b>1</b>	1/2/2018	\$169,06	\$18,28	\$150,77
<b>2</b>	2/3/2018	\$169,06	\$16,84	\$152,22
<b>3</b>	1/4/2018	\$169,06	\$15,38	\$153,68
<b>4</b>	1/5/2018	\$169,06	\$13,91	\$155,15
<b>5</b>	31/5/2018	\$169,06	\$12,42	\$156,64
<b>6</b>	30/6/2018	\$169,06	\$10,92	\$158,14
<b>7</b>	30/7/2018	\$169,06	\$9,40	\$159,65
<b>8</b>	29/8/2018	\$169,06	\$7,87	\$161,18
<b>9</b>	28/9/2018	\$169,06	\$6,33	\$162,73
<b>10</b>	28/10/2018	\$169,06	\$4,77	\$164,29
<b>11</b>	27/11/2018	\$169,06	\$3,19	\$165,86
<b>12</b>	27/12/2018	\$169,06	\$1,60	\$167,45
			\$120,92	\$1.907,76

*Elaborado por:* La autora.

### **5.1.1. Estado de Resultados**

En el presente estados de resultados se puede visualizar flujos positivos, después de cancelar obligaciones y cubrir gastos. Además, cabe recalcar que la microempresa está exento del pago del impuesto a la renta durante 3 años, según la ley de incentivos publicado por el Servicio de Rentas Internas vigente al 2018

**Tabla 39. Estado de Resultados.**

<b>CUENTAS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIE MBRE</b>	<b>OCTUBR E</b>	<b>NOVIEM BRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>
<b>Ingresos</b>												
Ventas	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 2.921,52	\$ 3.163,97	\$ 3.163,97	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 3.151,85	\$ 3.151,85	\$ 3.515,53
<b>TOTAL</b>	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 2.921,52	\$ 3.163,97	\$ 3.163,97	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 3.151,85	\$ 3.151,85	\$ 3.515,53
<b>COSTO V.</b>	\$ 1.943,68	\$ 1.943,68	\$ 1.943,68	\$ 1.951,78	\$ 2.113,75	\$ 2.113,75	\$ 1.943,68	\$ 1.943,68	\$ 1.943,68	\$ 2.105,66	\$ 2.105,66	\$ 2.348,62
<b>Gastos de Op.</b>												
Gastos Administrativos y de constitu.	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00
Gastos Ventas	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
<b>Total Gastos Operacionales</b>	\$ 565,00	\$ 565,00	\$ 565,00	\$ 565,00	\$ 565,00	\$ 565,00	\$ 565,00	\$ 565,00	\$ 565,00	\$ 565,00	\$ 565,00	\$ 565,00
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	\$ 400,72	\$ 400,72	\$ 400,72	\$ 404,74	\$ 485,22	\$ 485,22	\$ 400,72	\$ 400,72	\$ 400,72	\$ 481,20	\$ 481,20	\$ 601,91
<b>Gasto Financiero</b>												
(-) Intereses	\$ 18,28	\$ 16,84	\$ 15,38	\$ 13,91	\$ 12,42	\$ 10,92	\$ 9,40	\$ 7,87	\$ 6,33	\$ 4,77	\$ 3,19	\$ 1,60
<b>Total Gasto Financiero</b>	\$ 18,28	\$ 16,84	\$ 15,38	\$ 13,91	\$ 12,42	\$ 10,92	\$ 9,40	\$ 7,87	\$ 6,33	\$ 4,77	\$ 3,19	\$ 1,60
<b>(=) Utilidad antes de participación trabajadores</b>	\$ 382,44	\$ 383,88	\$ 385,34	\$ 390,84	\$ 472,80	\$ 474,30	\$ 391,32	\$ 392,85	\$ 394,39	\$ 476,43	\$ 478,00	\$ 600,31
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 57,37	\$ 57,58	\$ 57,80	\$ 58,63	\$ 70,92	\$ 71,15	\$ 58,70	\$ 58,93	\$ 59,16	\$ 71,46	\$ 71,70	\$ 90,05
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	\$ 325,07	\$ 326,30	\$ 327,54	\$ 332,21	\$ 401,88	\$ 403,16	\$ 332,62	\$ 333,92	\$ 335,23	\$ 404,96	\$ 406,30	\$ 510,26
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 71,52	\$ 71,79	\$ 72,06	\$ 73,09	\$ 88,41	\$ 88,69	\$ 73,18	\$ 73,46	\$ 73,75	\$ 89,09	\$ 89,39	\$ 112,26
<b>(=) Utilidad Neta</b>	\$ 253,56	\$ 254,51	\$ 255,48	\$ 259,12	\$ 313,47	\$ 314,46	\$ 259,44	\$ 260,46	\$ 261,48	\$ 315,87	\$ 316,91	\$ 398,00

*Elaborado por: La autora.*

### 5.1.2. Presupuesto de Caja.

El presupuesto de caja es una herramienta en el cual se muestra el pronóstico o previsiones de las futuras salidas y entradas de efectivo de una empresa.

*Tabla 40. Presupuesto de caja.*

CUENTAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MY	JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC
<b>PRES. VENTAS</b>	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 2.921,52	\$ 3.163,97	\$ 3.163,97	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 3.151,85	\$ 3.151,85	\$ 3.515,53
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.909,40</b>	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 3.163,97	\$ 3.163,97	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 2.909,40	\$ 3.151,85	\$ 3.151,85	\$ 3.515,53
<b>SALIDAS DE EFECTIVO</b>												
<b>COSTO DE VENTAS</b>	\$ 1.943,68	\$ 1.943,68	\$ 1.943,68	\$ 1.951,78	\$ 2.113,75	\$ 2.113,75	\$ 1.943,68	\$ 1.943,68	\$ 1.943,68	\$ 2.105,66	\$ 2.105,66	\$ 2.348,62
<b>Volante</b>	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
<b>Radio</b>	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
<b>Prensa</b>	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
<b>Servicios básicos</b>	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
<b>Sueldos</b>	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00
<b>Útiles de oficina</b>	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
<b>Arriendo</b>	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
<b>Intereses</b>	\$ 18,28	\$ 16,84	\$ 15,38	\$ 13,91	\$ 12,42	\$ 10,92	\$ 9,40	\$ 7,87	\$ 6,33	\$ 61,25	\$ 60,31	\$ 59,37
<b>Capital</b>	\$ 150,77	\$ 152,22	\$ 153,68	\$ 155,15	\$ 156,64	\$ 158,14	\$ 159,65	\$ 161,18	\$ 162,73	\$ 164,29	\$ 165,86	\$ 167,45
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.677,74</b>	<b>\$ 2.677,74</b>	<b>\$ 2.677,74</b>	<b>\$ 2.685,84</b>	<b>\$ 2.847,81</b>	<b>\$ 2.847,81</b>	<b>\$ 2.677,74</b>	<b>\$ 2.677,74</b>	<b>\$ 2.677,74</b>	<b>\$ 2.896,19</b>	<b>\$ 2.896,83</b>	<b>\$ 3.140,43</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ 231,66</b>	<b>\$ 231,66</b>	<b>\$ 231,66</b>	<b>\$ 223,56</b>	<b>\$ 316,16</b>	<b>\$ 316,16</b>	<b>\$ 231,66</b>	<b>\$ 231,66</b>	<b>\$ 231,66</b>	<b>\$ 255,66</b>	<b>\$ 255,02</b>	<b>\$ 375,09</b>

*Elaborador por: La autora.*

## 5.2. Punto de equilibrio.

Es el estado de equilibrio entre ingresos y egresos; es decir es el nivel donde los ingresos se igualan a los egresos por lo tanto no muestran ni ganancia ni perdida; además es el origen donde se está próximo a lograr la rentabilidad.

*Tabla 41. Comportamiento del costo.*

CUENTAS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Materia prima directa		\$ 3.945,60	\$ 3945,6
Mano de obra directa		\$ 5.760,00	\$ 5760,00
Costos indirectos de fabricación		\$ 6.019,20	\$ 6019,20
Gastos de administración y Constitución	\$ 6.300,00		\$ 6300,00
Gastos de Venta y financiero	\$ 480,00		\$ 480,00
Depreciación	\$ 2160,00		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8940,00</b>	<b>\$ 15724,80</b>	<b>\$ 22504,80</b>

*Elaborado por: La autora.*

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PE\$ = \frac{8940,00}{1 - \frac{15724,80}{40.664,62}}$$

$$PE\$ = \frac{8940,00}{0,569479736}$$

$$PE\$ = \$ 15.698,53$$

El punto de equilibrio es de \$ **15.698,53** dólares, es decir es el punto donde la microempresa no genera ni perdida ni ganancia.

$$PE.Q = \frac{CFT}{MC}$$

$$PE.Q = \frac{8940,00}{4,02}$$

$$PE.Q = 2223 \text{ unidades/par.}$$

Para el cual se deberá vender cerca de **2223** unidades.

## 5.3. Costos.

Para establecer el costo de ventas y precio de venta, se realizó una tarjeta estándar con todos los elementos del costo como la materia prima directa, mano de obra directa,

los CIF, además los gastos de ventas, administrativos y financieros. Se estableció un margen de utilidad de 33% .

**Tabla 42.** Determinación del costo

EMPRESA ZIHAN									
<b>CLIENTE</b>		<b>XX</b>	<b>ORDEN DE PRODUCCION</b>		<b>:1</b>				
<b>MODELO</b>		<b>Zapato Crochet</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>: 240</b>				
<b>PRESUPUESTO</b>		<b>:</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>		<b>: \$ 12,08</b>				
MATERIAS PRIMAS DIRECTA			MANO DE OBRA DIRECTA			COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION			
Fecha	Nota No	Valor	Fecha	No/horas	Valor	Fecha	Tasa	Parámetro	Valor
		328,80			480,00		0%	Producción	\$ 501,60
<i>Total</i>		<b>328,80</b>	<i>Total</i>		<b>480,00</b>	<i>Total</i>			<b>501,6</b>
RESUMEN					TOTAL		UNITARIO		
Materia prima directa					\$ 328,80		\$ 1,37		
Mano de obra directa					\$ 480,00		\$ 2,00		
Costos indirectos de fabricación					\$ 501,60		\$ 2,09		
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					<b>\$ 1.310,40</b>		<b>\$ 5,46</b>		
Gastos de administración y Constitución					\$ 575,00		\$ 2,40		
Gastos de Venta y financiero					\$ 58,28		\$ 0,24		
<b>COSTO TOTAL</b>					<b>\$ 1.943,68</b>		<b>\$ 8,10</b>		
<b>UTILIDAD</b>					<b>\$ 971,84</b>		<b>\$ 3,98</b>		
<b>PRECIO DE VENTA</b>					<b>\$ 2.915,52</b>		<b>\$ 12,08</b>		

Elaborador por: La autora.

$$PV = \frac{Pu}{(1 - MU)} = \$ 12,08 \text{ unidad/par}$$

## 6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

### 6.1. Nombre del Negocio

La microempresa se denominará ZIHAN zapatos a crochet ya que estará dedicada a producción de calzado para niñas.

*Ilustración 25. Logotipo de la microempresa.*



*Elaborado por: La autora.*

El nombre zihan, proviene de un nombre griego utilizado para niñas, se eligió este nombre por su aparente nombre de alguna marca y por ser muy llamativo.

En el logotipo se escogió los zapatos y los hilos ya que demuestran que el producto es tejido y el color rosa y rojizo porque representa al género femenino.

### 6.2. Eslogan.

El eslogan del producto será “Piecitos Calientes” ya que se ofrecerá confort y comodidad en los pies de las niñas.



### 6.3. Misión

“**Zihan**, es una microempresa que produce y comercializa calzado artesanal tejidos a crochet para niñas en excelente calidad, con coloridos e innovadores diseños, además de buscar siempre el mejoramiento y variedad acordes a la temporada para el gusto y satisfacción de los clientes”.

### 6.4. Visión

“Para el 2020 Zihan será una microempresa productora y comercializadora de calzado artesanal tejidos a crochet para niñas más reconocida a nivel nacional, especialmente en la Ciudad de Otavalo, por su excelente calidad, comodidad en precios y diseños proyectando hacia los mercados internacionales.

### 6.5. Principios

- **Cultura de la innovación**

Mantener los equipos y procesos actualizados con la tecnología más avanzada, para garantizar una continua producción e incremento en la productividad y competitividad de nuestras operaciones.

- **Responsabilidad social con la comunidad**

Integrar de modo permanente las actividades de la empresa con su entorno social; participar en las actividades y eventos e impulsar el desarrollo sustentable de la sociedad.

- **Desarrollo y bienestar del recurso humano**

Proporcionar una adecuada calidad de vida a nuestros trabajadores; velar por su seguridad física, social y emocional; brindarles los servicios que los valoren como personas; promover su crecimiento a través del entrenamiento y desarrollo profesional y social, estimular su autorrealización.

- **Compromiso en el servicio**

Destacarse por el elevado nivel de los servicios que se ofrecen en la microempresa.

## **6.6. Valores**

- **Puntualidad**

Cumplir con los compromisos y obligaciones en el tiempo acordado, valorando y respetando el tiempo de los demás.

- **Responsabilidad**

Asumir las consecuencias de lo que se hace o se deja de hacer en la microempresa y su entorno.

- **Equidad**

Otorgar a cada cual, dentro de la empresa, lo que le corresponde según criterios ciertos y razonables.

- **Respeto**

Desarrollar una conducta que considere en su justo valor los derechos fundamentales de nuestros semejantes y de nosotros mismos.

### **Creatividad**

Buscar, en forma permanente, nuevas formas de hacer las cosas, de modo que ello sea beneficioso para el trabajador, la microempresa, y la sociedad.

### **6.7. Políticas**

---

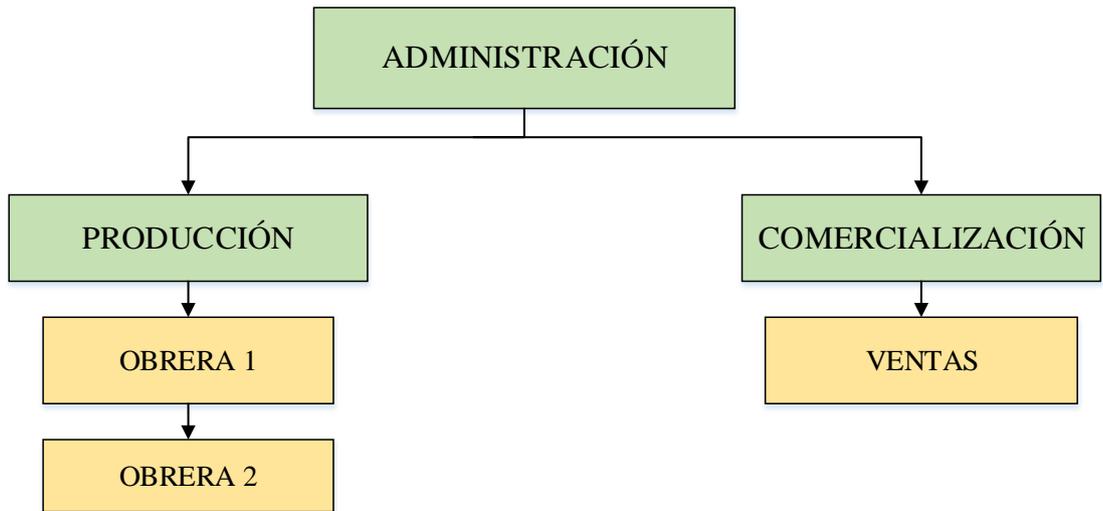
<b>POLITICAS</b>	Entrega oportuna de los productos a los clientes de la microempresa.
	Mantener la innovación en diseños y la creatividad en los productos.
	Monitorear los procesos productivos de los productos.
	Fomentar el compromiso en la empresa.

---

### **6.8. Organigrama Estructural**

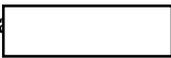
La estructura organizativa permite conocer las relaciones que existen entre los diversos puestos o cargos que existe dentro de la microempresa.

Ilustración 26. Organigrama de la microempresa.



Elaborado por: *La autora.*

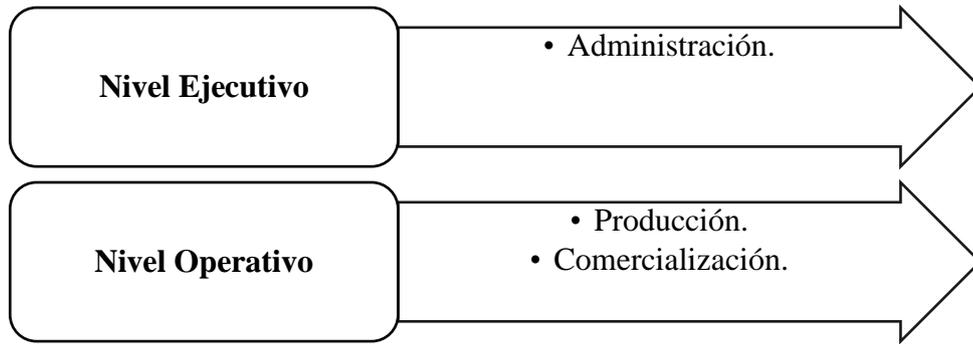
**Simbología**

- Línea de autoridad 
- Unidad Administrativa 

Las funciones y responsabilidades del personal que integrará la microempresa ZIHAN se detallan a continuación.

**6.9. Niveles Administrativos.**

Ilustración 27. Niveles administrativos.



Elaborado por: *La autora.*

## 6.10. Manual de Funciones

Tabla 43. Manual de funciones-Administrador

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Nombre del Puesto:</b> Administrador		Nº de empleados del puesto:1
		<b>Área:</b> Administrativa
<b>Supervisa a:</b> Jefe de Ventas y obreras		
<b>1.- Objetivo del Puesto:</b> Dirigir, representar dentro y fuera de la empresa		
<b>2.- Perfil</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de Toma de decisión y comunicación</li> <li>• Poseer excelentes relaciones humanas</li> <li>• Negociador</li> <li>• Responsabilidad y puntualidad.</li> <li>• Ser ágil y diligente</li> <li>• Capacidad de liderazgo</li> </ul>		
<b>3.- Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercer la presentación legal y judicial de la compañía.</li> <li>• Toma de decisiones y dirige el rumbo de la empresa hacia sus objetivos.</li> <li>• Planificar estratégicamente las actividades de la empresa, fija políticas y los objetivos de la organización para el largo y mediano plazo. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar los recursos económicos de la institución.</li> <li>• Mantener al día en el pago de obligaciones.</li> </ul> </li> </ul>		
<b>4.- Herramientas de Trabajo:</b> Computadora, material de oficina, escritorio		
<b>5.- Requisitos del Puesto:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios Superiores</li> <li>• Conocer sobre artesanías y tejidos.</li> <li>• Experiencia mínima 1 años en cargos similares</li> <li>• Formación en Ing. Comercial.</li> <li>• Capacitaciones y/o cursos en sobre gerencia de microempresas o temas similares.</li> <li>• Diseño.</li> </ul>		

*Elaborado por: La autora*

Tabla 44. Manual de funciones-jefe de ventas

*Elaborado por: La autora.*

*Tabla 45. Manual de funciones-obrera 1*

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>Nombre del Puesto:</b> Obrera	<b>N° de empleados del puesto:</b> 1	
	<b>Área:</b> Operativa	
<b>Supervisa a:</b> Ninguno		
<b>1.- Objetivo del Puesto:</b> Elaborar el Calzado		
<b>2.- Perfil</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad y puntualidad.</li> <li>• Ser ágil y diligente</li> <li>• Creativo.</li> </ul>		
<b>3.- Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquisición de Materia Prima.</li> <li>• Tejer.</li> <li>• Entrega de Producto Final.</li> </ul>		
<b>4.- Herramientas de Trabajo:</b> Crochet, hilos, tijeras y modelos o diseños.		
<b>5.- Requisitos del Puesto:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer sobre artesanías y tejidos.</li> <li>• Experiencia en tejidos con crochet.</li> </ul>		

*Elaborado por: La autora.*

## **6.11. Constitución Legal**

El presente emprendimiento será una microempresa unipersonal de responsabilidad limitada, ya que la conforma una sola persona, quien aporta con todo el capital propio y limitando su responsabilidad civil en el monto del capital que destino para ello. Según la superintendencia de compañías.

Para la creación del emprendimiento se requiere que se cumplan con los siguientes requisitos

- Formulario de patente municipal.
- Copias de CI y certificado de votación del propietario
- Copia del RUC
- Copia de la declaración del impuesto a la renta.
- Copia del permiso de cuerpo de Bomberos de Otavalo

Los Artesanos, productores, comerciantes nacionales y extranjeros adicionales a los requisitos anteriores deben presentar:

- Certificado de afiliación a un gremio artesanal.

## 7. IMPACTOS

En este capítulo se identifican los posibles impactos que se pueden generar en cada uno de los procesos o actividades a realizarse al crear la microempresa. Para el cual se utiliza el método de valoración de impactos, esta herramienta permite determinar la magnitud de la relación proyecto – ambiente.

**Tabla 46.** Valoración de Impactos.

NUMERO	VALORACION
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborador por:* La Autora

### 7.1. Impacto económico.

**Tabla 47.** Impacto económico.

INDICADORES	IMPACTO ECONOMICO						TOTAL
	3	2	1	0 -1	- 2	- 3	
Generación de Empleo		x					2
Aporte a la dinamización de la economía del sector.		x					2
Estabilidad económica para los miembros de la microempresa.	x						3
<b>TOTAL PARCIAL PROMEDIO</b>							<b>7</b> <b>3</b>

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborador por:* La Autora

$$\text{Impacto Económico} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{7}{3} = 3 \text{ Impacto alto Positivo.}$$

- **Generación de empleo**

Al brindar fuentes de trabajo en la microempresa se contribuye a que las familias tengan

Un sustento económico y laboral, lo cual contribuye a reducir la pobreza en el cantón Otavalo.

- **Aporte a la dinamización de la economía del sector**

Al crear una microempresa dentro del cantón se contribuye a la dinamización de la economía, ya que se genera ingresos y se contribuye con la matriz productiva, además de dar reconocimiento al cantón como un sector artesanal y textil.

- **Estabilidad económica para los miembros de la microempresa.**

Se brinda estabilidad económica no solo al propietario de la microempresa, sino también a los empleados, ya que perciben un sueldo.

## 7.2. Impacto Ambiental

Tabla 48. Impacto ambiental.

INDICADORES	IMPACTO AMBIENTAL						TOTAL	
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Desechos					x			-1
Contaminación al aire.	x							3
Contaminación de Ruido	x							3
<b>TOTAL, PARCIAL PROMEDIO</b>								<b>6</b> <b>3</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborador por: La Autora

$$\text{Impacto ambiental} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto ambiental} = \frac{6}{3} = 2 \text{ Impacto medio positivo.}$$

### Desechos

De acuerdo a la producción no se generará muchos desechos por lo que en la matriz lo calificamos como impacto bajo negativo, los desechos de materia prima como hilos se los puede reutilizar y así disminuir el impacto ambiental.

### Contaminación al aire

No afecta en ningún aspecto ya que no se utilizan ningún tipo de tecnología o maquinaria que genere contaminación, debido a que el producto se elabora artesanalmente.

### Contaminación de ruido

No existe gran impacto, para el proceso de producción se hace mediante mano de obra; es decir manualmente.

### 7.3. Impacto social

Tabla 49. Impacto social.

INDICADORES	IMPACTO SOCIAL							TOTAL
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Mejoramiento del nivel de vida.		x						2
Fomento a la producción y comercialización socio-organizativa.			x					1
Mejoramiento de trabajo en equipo.		x						2
<b>TOTAL, PARCIAL PROMEDIO</b>								<b>5</b> <b>3</b>

Elaborado por: La autora.

$$\text{Impacto social} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto social} = \frac{5}{3} = 2 \text{ Impacto medio positivo.}$$

Los factores socioeconómicos involucrados específicamente, de territorialidad como objetivo de tener territorios competitivos y propender el desarrollo local. Otro eje importante de impacto positivo es el desarrollo del sector textil.

El mejoramiento económico y de calidad de vida de las personas que laborará en la misma. Otro indicador importante social es el aseguramiento de puestos de trabajo, salarios y beneficios sociales que tienen el recurso humano de la microempresa.

## 7.4. Impacto General

Tabla 50. Impacto general.

INDICADORES	IMPACTO GENERAL							TOTAL
	3	2	1	0	1	2	3	
Impacto Económico.	X							3
Impacto Ambiental.		x						2
Impacto social.		x						2
<b>TOTAL PARCIAL PROM EDIO</b>								<b>7 3</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborador por: La Autora

$$\text{Impacto Económico} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{7}{3} = 2,3 \text{ impacto medio positivo.}$$

### Impacto General

De acuerdo a la investigación en cuadro de impacto general se observa que la creación de la microempresa genera un impacto positivo medio, es decir que no solo beneficiará a la Propietaria de la compañía, sino también a los trabajadores, clientes y los demás stakeholders, así mismo a la población del cantón Otavalo y sus alrededores en el sector económico y ambiental, ya que brinda fuentes de empleo, no afecta al medio ambiente, entre otros.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

El problema se establece considerando los niveles de falta de emprendimientos de zapatos a crochet tejidos artesanalmente específicamente en el cantón Otavalo que permita potencializar y desarrollar capacidades artesanales que generalmente están presentes en las mujeres. La falta de una visión integral de desarrollo y por tanto de esfuerzos en este ámbito no ha apuntado hacia un desarrollo sostenible que sintonice y armonice la dimensión económica con las otras dimensiones de desarrollo local como lo cultural, social y ambiental.

El mercado meta o destino de la microempresa de producción y comercialización de zapatos a crochet tejidos artesanalmente son las niñas de edad de entre 0 a 5 años que se localizan en las parroquias urbanas y rurales del cantón Otavalo. Para el cual existe una demanda de 3013 unidades para de calzado así también una oferta de 1032, dejando una brecha abierta de demanda insatisfecha de 1981 unidades par, cantidad que se espera suplir con la creación de la microempresa.

La localización de la microempresa de producción y comercialización zapatos a crochet tejidos artesanalmente es en la ciudad de Otavalo, junto a la plaza de ponchos, sitio turístico conocido a nivel nacional e internacional.

El área de los espacios físicos que se requiere para el funcionamiento de la microempresa es de 10m<sup>2</sup> de acuerdo a la capacidad instalada y operativa. La inversión que necesaria para la implementación de la empresa es de \$ 3.179,60

A través del estudio económico se pudo determinar que este proyecto de emprendimiento iniciara sus actividades con un total de activos de \$3.179,60, pasivos \$ 1.907,78 y patrimonio de \$ 1.271,85. El punto de equilibrio en el cual para poder estar en un estado donde no se genere ni pérdidas ni ganancias es vendiendo 2223 unidades y en dólares aproximadamente \$ 15.698,53

Se concluye que el proyecto es realizable ya que cumple con las expectativas propuestas. Es decir, queda demostrado que el proyecto en su funcionamiento es un negocio viable ya que muestra un flujo de efectivo anual con el cual se logra cubrir los gastos en inversiones.

Finalmente se puede decir que la creación de una microempresa de producción y comercialización de zapatos tejidos a crochet para niñas es rentable ya que los rubros de ventas y utilidad son atractivos.

Se estableció la filosofía empresarial y la estructura organización y funcional de manera que sustente un funcionamiento óptimo y productivo.

La empresa generará impactos positivos con un nivel “medio” positivo. Los impactos negativos se midieron considerando los aspectos que genera la empresa en los procesos de producción.

## RECOMENDACIONES

Crear la microempresa de producción y comercialización zapatos tejidos a crochet para niñas, cumpliendo todos los requisitos legales con la finalidad de garantizar su operatividad y brindando un emprendimiento asociativo al cantón Otavalo, que fortalezca al desarrollo micro artesanal textil del sector.

Realizar en forma continua análisis de mercado que les permita a los directivos de la microempresa considerar decisiones oportunas y sustentadas en estrategias de marketing, agrupando una serie de directrices básicas, con la finalidad de posicionarse en los segmentos de mercado meta.

Aplicar las estrategias de marketing mix que están de precio, producto plaza, promoción con la finalidad de posicionarse en el mercado meta, alcanzar niveles de satisfacción de sus clientes y fortalecer el volumen de ventas que tiene propuesto el proyecto. Mantener óptimas relaciones comerciales con los clientes y posibles distribuidores del producto.

Definir los procesos de producción, a través de la estructura y diagramación de procesos esquematizando las actividades y los criterios de desempeño aplicando métodos de planificación, control y mejora continua en las actividades básicas de línea dedicadas al diseño y fabricación de los productos. Los diseños de los zapatos estarán orientadas al bienestar del cliente, como parámetro de calidad.

## **Bibliografía**

- ✓ Besley Scott, B. E. (2016). *Finanzas Corporativas*. Mexico, D.F.: Cengage Learning Editores.
- ✓ Espindola, F. (2014). *Comercializacion Internacional*. Buenos Aires: Editorial Estudiantil S.A.
- ✓ Flores Uribe, J. A. (2015). *Plan de Negocio para pequeñas empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- ✓ García Colín , J. (2014). *Contabilidad de Costos*. Mexico, D.F.: McGraw-Hill.
- ✓ Hernández, Z. T. (2014). *Teoría general de la Administración* . Mexico: Patria.
- ✓ I. Nacional de Estadística y Censo. (2010). *Censo de Poblacion y Vivienda*. Otavalo.
- ✓ Instituto Nacional de Censo y Estadística. (s.f.). *2010*. Otavalo.
- ✓ JLacalle, G. (2014). *Operaciones administrativas de compraventa*. España: Editex.
- ✓ (2017). *Ley Orgánica para la reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la dolarización y modernización de la gestión financiera* .
- ✓ Lusthaus , C., Marie, A., Gary, A., Carden, F., & Montalván , G. (2002). *Evaluacion Organizacional, Marco para mejorar el desempeño*. Canada: Felipe Herrera.
- ✓ Martínez, I. P. (2014). El Precio. En I. P. Martínez, *El Precio*. (pág. 53).

- ✓ Rivero Zanatta, J. P. (2015). *Costos y Presupuestos*. Bogotá: Ediciones de la U.
- ✓ Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración*. México: PEARSON.
- ✓ Santoyo, A. R. (2013). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Guanajuato: Fundacion Universitaria Andaluza.
- ✓ Tafur Portilla, R., & Izaguirre Sotomayor, M. (2016). *Cómo hacer un proyecto de Investigación, uso de diagramas, matrices y mapas conceptuales*. Bogota: Alfaomega .
- ✓ Thompson, I. (2010). Qué es Promoción. *Marketing Intensivo*, 1.
- ✓ Tirado, D. M. (2013). *Fundamentos de Marketing*. UNE.
- ✓ Urbina, G. B. (2013). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Mc Graw-Hill Interamericana.
- ✓ Valverde, J. F. (2015). *Investigacion Comercial*. España: Paraninfo, SA.
- ✓ Zapata Sánchez, P. (2015). *Contabilidad de Costos, Herramienta para la toma de decisiones*. Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A.

## Linkografía

- ✓ Bembibre, C. (09 de Abril de 2010). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/?s=Tejido>
  
- ✓ Cyntia. (03 de Noviembre de 2017). *Tejer crochet*. Obtenido de Tejer crochet: <http://www.tejercrochet.com/que-es-el-crochet/>
  
- ✓ Jacome, H., & king, K. (16 de Agosto de 2013). *Industrias.gob.ec*. Obtenido de Industrias.gob.ec: [http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/ESTUDIOS\\_INDUSTRIALES\\_MIPYMES.pdf](http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/ESTUDIOS_INDUSTRIALES_MIPYMES.pdf)
  
- ✓ Thompson, I. (07 de Enero de 2017). *promonegocios.net*. Obtenido de promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>
  
- ✓ Ucha, F. (25 de Marzo de 2010). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: [www.definicionabc.com/?s=Infraestructura](http://www.definicionabc.com/?s=Infraestructura)

## 8. ANEXOS

*Tabla 51. Ficha de observación.*

<b>FICHA DE OBSERVACION</b>	
<b>FICHA</b>	Fecha y Duración: 20/11/2017 de 11am a 12:30pm
<b>ELABORA</b>	Belén Méndez
<b>LUGAR</b>	Otavaló, Plaza de Ponchos
<b>PALABRAS CLAVE</b>	Estado de los activos fijos utilizados, espacio físico, variedad de Productos, ubicación del local.
<b>LO OBSERVADO</b>	<b>REGISTRO ETNOGRAFICO</b>
Mala distribución de espacios.	Se puede visualizar mala distribución del espacio físico, el almacenamiento de materia prima o se encuentra en un lugar inapropiado. No existe diversidad de modelos y colores de calzados tejidos. Hay una clara evidencia de que el negocio está localizado en un lugar estratégico porque existe afluencia de personas que gustan de tejidos artesanales. No hay una definición clara de las funciones que deben realizar cada persona con la cuenta el negocio.
No existe diversidad de calzados tejidos.	
Lugar estratégico	
Mala organización	

9. *Fuente: Autora*

Tabla 52. Entrevista.

BAZAR JF	
<b>Fecha de realización:</b> / /	
<b>Información general</b>	
<b>Nombre:</b> José Fuentes	<b>Realizado por:</b> Belén Méndez
<b>Cargo:</b> Gerente / Propietario.	<b>Área:</b> Local.
<b>PREGUNTAS</b>	
<p><b>1.Cuál es su opinión de manera general sobre la infraestructura o espacio físico de su negocio.</b></p> <p>En si el negocio no requiere de una inversión grande en infraestructura como se puede observar, la maquinaria y los materiales con las que se cuenta abastecen para cubrir la demanda y están en buen estado. En cuanto al local donde funciona el negocio se paga por arriendo y a un costo alto debido a que en el sector hay más afluencia de gente.</p> <p><b>CONCLUSION:</b> En cuanto a la infraestructura, se puede decir que cuentan con lo necesario para producir y no existe inconvenientes.</p> <p><b>1. ¿Es necesario el uso de la tecnología para su producción?</b></p> <p>Si, en ciertos modelos, pero en su gran mayoría solo se requieren de tejedoras capacitadas para que elabore los productos manualmente haciendo uso de un crochet.</p> <p><b>CONCLUSION:</b> Se puede verificar que los zapatos en su mayoría son realizados manualmente con uso de un crochet (Tejedor).</p> <p><b>2. ¿Dónde adquiere la materia Prima para elaborar este tipo de calzado?</b></p> <p>Manifiesta que la materia prima es decir la lana e hilos se lo adquieren bajo pedido, en locales de Venta localizados por el mismo sector, por lo que a mayor pedido menor costo resulta.</p> <p>Y los demás materiales indirectos como el ganchillo o crochet, se los adquiere en locales aledaños al sector, en donde existen en variedad y a diferentes precios dependiendo del número.</p> <p><b>CONCLUSION:</b> La materia prima es adquirida en un lugar cercano, es decir, a dos cuadras de donde está localizado su negocio, por lo que no genera ningún costo de transporte.</p>	

**3. ¿Cree usted que la distribución de espacio físico es el adecuado para su negocio?**

Manifiesta que debido a que no se requiere de maquinarias, lugar de almacenamiento u algún mantenimiento no se ha preocupado por la distribución física.

**CONCLUSIÓN:** Se puede evidencia que hay falencias en el aspecto de almacenamiento y distribución de espacios.

**4. ¿Con cuántos trabajadoras o tejedoras cuenta actualmente?**

Menciona que cuenta con 2 tejedoras, mismas que se encargan de entregar el producto cada 2 días a la semana, dependiendo de la cantidad demandada, semanalmente entregan entre 15 a 17 pares cada una. Por lo que además no hay necesidad de realizar algún tipo de contrato.

**CONCLUSIÓN:** No se realiza ningún tipo de contrato, debido que el producto lo pueden elaborar en sus hogares

**5. ¿Utiliza algún método de Reclutamiento y selección de Personal?**

No, lo único que se requiere es que sepan y tengan experiencia en el oficio.

**CONCLUSIÓN:** No se utiliza ningún método de selección y reclutamiento de personal la función a realizar no lo requiere.

**6. ¿La mano de obra que se emplea para realizar este tipo de calzados requiere de alguna capacitación? o ¿Cuál es la forma de trabajo?**

No, porque son personas con experiencia, en cualquier tipo de tejido manual sean estos a crochet, palillo, o agujetas se envía el tipo de diseño, color, medidas a elaborar y los realizan en el tiempo establecido. En caso de desconocimiento de alguna puntada del crochet, se les enseña, mismo que no se ocupa mucho tiempo es casi inmediato.

**CONCLUSIÓN:** La Mano de Obra, no se ve beneficiada ya que no cuentan con seguro ni beneficios de ley, mismo que se considera una debilidad.

**7. ¿Cuenta su negocio con un organigrama estructural? o ¿Cuál es la forma de organización?**

Por ser un negocio pequeño, no hay necesidad de contratar más personal para que se encargue del aspecto administrativo, por lo que de su organización se encargan dos personas, el propietario que se encarga de abastecimiento de materia prima, pago de arriendo, servicios básicos y otros, la otra persona realiza la función de venta, coordinación y diseño de calzados pago de Mano de Obra.

**CONCLUSIÓN:** No se cuenta con un organigrama estructural, ni distribución de funciones claras, muchas de las veces las actividades que realiza una persona la tienen que realizar una sola o viceversa.

**8. ¿A qué tipo de cliente está enfocado su producto de zapatos tejidos a crochet?**

La mayor parte de clientes que acuden a nuestro local, son madres y padres de familia, quienes prefieren comprar calzados tejidos, debido a la calidad, precio y comodidad para sus hijos.

**CONCLUSIÓN:** Se establece que sus productos son elegidos por el precio, calidad y el uso al que se destina; además es atractivo tanto para personas aledañas al sector; así como turistas y sumado a esto el negocio está ubicado en un lugar estratégico.

**9. ¿Cuál es la forma de distribución de su producto**

Se realizan la venta directa, es decir cliente- vendedor, en horarios de lunes a sábado de 8am a 18:00pm.

**CONCLUSIÓN:** Solo se realizan ventas directas, mismas que se laboran 6 días a la semana

**10. ¿Realiza usted algún tipo de promoción o publicidad?**

No, porque no hay necesidad y de querer implementar algún tipo de promoción o publicidad implica costos por ello no se arriesgan a invertir en aquello, ya que al no tener competencia y es el único negocio que ofrece este tipo de calzado por lo que su venta es segura de cualquier forma se vende.

**CONCLUSIÓN:** No se realizan estrategias de venta para atraer más clientes, están conformes.

**Comentarios adicionales**

-una tejedora puede elaborar un par de calzado en aproximadamente 1,50 (1 hora y 30 minutos), son muy ágiles.

*Fuente: Entrevista.  
Elaborado por : La autora.*



## ENCUESTA

### INVESTIGACIÓN DE MERCADO

**OBJETIVO:** La presente encuesta tiene la finalidad de recolectar datos acerca del mercado actual para la creación de un emprendimiento de Zapatos tejidos a Crochet para Niñas en la Ciudad de Otavalo.

#### INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente cada Pregunta
- Marque con una X en la respuesta que crea correcta.

#### DATOS GENERALES:

##### GÉNERO

Masculino.....

Femenino.....

##### EDAD:

20 a 24 ( )      25 a 29 ( )      30 a 34 ( )      35 a 39 ( )      40 en adelante ( )

##### ESTADO CIVIL:

Casado ( )      Soltero/a ( )      Divorciado/a ( )      Unión Libre ( )      Otros ( )

#### CUESTIONARIO

1. ¿Usted tiene niñas o menores de edad de 0 a 5 años en su hogar?

Si ( )

No ( )

Si su respuesta es SI, siga a la siguiente pregunta.

2. Con que frecuencia acude usted a comprar zapatos para los menores de edad y otras prendas de Vestir

<b>FRECUENCIA DE COMPRA DE PRENDAS DE VESTIR</b>	
Semanal	( )
<b>Quincenal</b>	( )
<b>Mensual</b>	( )
<b>Trimestral</b>	( )
<b>Anual</b>	( )

3. ¿Cuánto es el presupuesto que mensualmente asigna usted para la compra de zapatos para los menores de edad?

\$10 a \$20 ( )

\$21 a \$30 ( )

\$31 a \$40 ( )

\$41 en adelante ( )

4. Cuáles son las características que usted prefiere que debe poseer los zapatos de niñas. Señale las opciones a su elección.

<b>ESTILO DE ZAPATOS</b>		<b>DISEÑO DEL CALZADO</b>	
Formal	( )	Tejido	( )
Casual	( )	Estampado	( )
Sport	( )	Cuero	( )
Ninguna preferencia	( )	Combinación de Colores	( )
		Ninguna preferencia	( )

5. Cuál cree usted que es el mejor medio para conocer o adquirir el producto.

Radio ( )      Prensa ( )      Visita al Local ( )      Referencia de amigos ( )      Otros ( )

6. ¿A qué lugar específico usted recurre para comprar zapatos?

Mercado ( )      Plazas ( )      Centros Comerciales ( )      Local Comercial ( )

7. ¿cuál es la forma de pago que más utiliza al momento de realizar una compra?

Efectivo ( )      Tarjeta de Crédito ( )      Cheque a la Vista ( )      A crédito ( )

8. ¿Estaría Dispuesto a Comprar Zapatos para niñas tejidas artesanalmente?

Si ( )

No ( )

## IMÁGENES



*Elaborador por:* La autora  
*Fuente:* Investigación secundaria.



*Elaborado por:* La autora  
*Fuente:* Investigación primaria.