

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS



CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ALPARGATAS DE CAUCHO EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA IMBABURA, ECUADOR”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA

Autoras:

ANGUAYA BURGA DAYSI MARISOL

TÚQUERRES FARINANGO JESSICA ANABEL

Director:

MSC. EDWING ROLANDO SORIA FLORES

Ibarra, 2021

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto tiene como objetivo conocer la factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de alpargatas de caucho y mixta dentro del cantón Otavalo, provincia de Imbabura, en el cual se logra identificar que tiene un gran potencial turístico tanto local, nacional y extranjero. Este trabajo está compuesto por cinco capítulos; el primero es la fundamentación teórica donde se detallan términos relevantes para una mejor comprensión mediante una investigación bibliográfica; el capítulo dos está compuesto por procedimientos metodológicos que se basan en la utilización y aplicación de las técnicas e instrumentos para la recopilación de información; en el capítulo tres se analiza el diagnóstico situacional por medio del estudio de las variables se conocen las características y las necesidades del entorno que permita elegir el lugar adecuado para la implementación, el cuarto capítulo presenta la propuesta del proyecto donde se analiza cuatro estudios: en la investigación de mercado se identifica el producto que se pretende ofrecer a través del análisis de las variables de la oferta, demanda y las estrategias de comercialización las cuales ayudan a identificar la existencia de la demanda insatisfecha; en el técnico se establece la inversión inicial del proyecto y el financiamiento para la puesta en marcha; en el análisis financiero se desarrolla los indicadores y se determina la viabilidad económica; y en la propuesta organizacional se detalla la filosofía empresarial y manuales de funciones; en el capítulo cinco que es la validación de resultados se extrae una razón positiva para el nivel de aplicabilidad de la propuesta presentada. Para finalizar se detallan conclusiones y recomendaciones del trabajo.

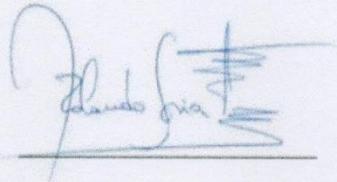
SUMMARY

The objective of the project is to know the feasibility for the creation of a micro-company that produces and markets rubber and mixed espadrilles within the Otavalo canton, Imbabura province, in which it is possible to identify that it has great local, national and foreign tourist potential. This work is made up of five chapters; the first is the theoretical foundation where relevant terms are detailed for a better understanding through a bibliographic research; Chapter two is made up of methodological procedures that are based on the use and application of techniques and instruments for collecting information; In chapter three, the situational diagnosis is analyzed through the study of variables, the characteristics and needs of the environment are known to allow choosing the appropriate place for implementation, the fourth chapter presents the project proposal where four studies are analyzed: Market research identifies the product to be offered through the analysis of the variables of supply, demand and marketing strategies which help to identify the existence of unsatisfied demand; in the technician the initial investment of the project and the financing for the start-up are established; the financial analysis develops the indicators and determines the economic viability; and in the organizational proposal the business philosophy and function manuals are detailed; In chapter five, which is the validation of results, a positive reason is extracted for the level of applicability of the proposal presented. Finally, conclusions and recommendations of the work are detailed.

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de directora de Trabajo de Grado, presentado por las señoritas ANGUAYA BURGA DAYSI MARISOL y TÚQUERRES FARINANGO JESSICA ANABEL, para optar por el título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA., cuyo título es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ALPARGATAS DE CAUCHO EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA IMBABURA, ECUADOR”, doy fe de que el trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ibarra, 21 de enero del 2021



MSC. EDWING ROLANDO SORIA FLORES
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1004143929
APELLIDOS Y NOMBRES:	ANGUAYA BURGA DAYSI MARISOL
DIRECCIÓN:	OTAVALO (EUGENIO ESPEJO): CALLE ARTESANAL Y 13 DE OCTUBRE
EMAIL:	deysi_pjm501@hotmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0969623560
DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003921192
APELLIDOS Y NOMBRES:	TÚQUERRES FARINANGO JESSICA ANABEL
DIRECCIÓN:	LA ESPERANZA - EL ABRA
EMAIL:	tuquerres25@gmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0994653771
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ALPARGATAS DE CAUCHO EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA IMBABURA, ECUADOR”,
AUTOR(AS):	ANGUAYA BURGA DAYSI MARISOL TÚQUERRES FARINANGO JESSICA ANABEL

FECHA:	26 de marzo del 2021
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
ASESOR/DIRECTOR:	MSC. EDWING ROLANDO SORIA FLORES

2. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan 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 son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

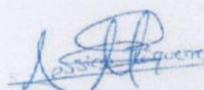
Ibarra, a los 13 días del mes de abril de 2021

LAS AUTORAS:



Daysi Marisol Anguaya Burga

C.I. 100414392-9



Jessica Anabel Túquerres Farinango

C.I. 100392119-2

DEDICATORIA

El presente trabajo fruto del esfuerzo y dedicación lo dedico a Dios por darme la fortaleza para seguir adelante, a mis padres que me apoyaron incondicionalmente y fueron el pilar fundamental de mi vida, a mis hermanos por estar siempre cuando los necesitaba.

A mi familia por siempre darme palabras de motivación y aliento.

A la Universidad Técnica del Norte por abrirme sus puertas y darme una oportunidad de alcanzar una de mis metas en la vida.

Agradezco inmensamente a los Docentes de la UTN por compartir todas sus enseñanzas y ser una parte fundamental en el cumplimiento de mis metas.

Daysi Anguaya

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres: Rosita y Jaime, quienes con su apoyo y amor incondicional han permitido que culmine con éxito una meta más en mi vida; a mis hermanos: Digna y Byron quienes de igual manera me apoyaron en la lucha constante para alcanzar este propósito, con dedicación, esfuerzo y responsabilidad.

A mis abuelitos: Virginia y Pedro por haberme apoyado con sus consejos, sus valores y por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien.

Dedico a la persona más importante en mi vida Iván quien me apoyó con su amor, paciencia y palabras de motivación en los momentos y situaciones difíciles.

A mí querida Universidad Técnica del Norte que me dio mi formación académica y profesional y a todos los maestros que impartieron sus conocimientos para lograr esta meta.

Jessica Anabel

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por haberme dado salud, sabiduría y fortaleza todos los días de mi vida y no dejarme caer en momentos difíciles, gracias a mi padre Celestial se pudo lograr uno de mis más anhelados sueños el de ser una profesional.

También quiero agradecer a mi madre Rosa Burga y mi padre Antonio Anguaya por todo el trabajo y sacrificio que hicieron para llegar hasta donde estoy, por siempre alentarme a seguir adelante y no rendirme. Gracias por todos los consejos y valores que me inculcaron los cuales me ayudaron a no perder mi objetivo. Son los mejores padres que Dios me pudo haber enviado, ha sido un orgulloso ser su hija, muchas gracias por todo.

Agradezco a mi hermana Kayli y mi hermano Christian por siempre estar ahí cuando los necesito y siempre hacerme reír con sus ocurrencias. Por siempre darme palabras de aliento y hacerme sentir orgullosa de mí misma. Así mismo quiero agradecer a mi Tío Segundo Anguaya por sus palabras de motivación a seguir adelante.

De igual manera deseo expresar mi agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte y sus docentes por haberme dando esta oportunidad de estudiar y enriquecer mis conocimientos. A mi Director de Tesis que con todo su conocimiento y sabiduría me ayudo a la realización es este proyecto.

Además, agradezco a mis amigos, por darme su amistad incondicional a lo largo de los años.

También quiero agradecer a unos chicos super especiales y que son parte de mi familia ya que con su música me acompañaron en noches de estudio, me inspiraron a ser mejor persona. Los mensajes que transmiten a través de sus canciones me ayudaron a valorarme tal como soy, a seguir adelante y seguir mi sueño. Muchas Gracias BTS por todo lo que han hecho no solo por mi sino por todas las ARMY's alrededor del mundo. I PURPLE U.

Daysi Anguaya

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la fuerza y sabiduría para vencer los obstáculos y guiarme a tener oportunidades a lo largo de mi vida.

A mis padres y hermanos por todos sus sacrificios y preocupaciones entregados a diario, permitiéndome así a llegar a cumplir mis metas y por motivarme a seguir adelante.

A mis compañeros y amigos quienes durante los cinco años de vida estudiantil me brindaron su amistad y su apoyo incondicional.

A cada uno de los docentes de la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, por haber impartido sus conocimientos académicos y profesionales.

A la Ing. Anita quien a través de su experiencia y paciencia impulsó la realización y culminación de este proyecto.

Jessica Anabel

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	II
SUMMARY	III
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	IV
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	V
DEDICATORIA	VII
DEDICATORIA	VIII
AGRADECIMIENTO	IX
AGRADECIMIENTO	X
ÍNDICE GENERAL	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XXI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XXVII
TEMA	29
Objetivo general.....	29
Objetivos específicos.....	29
CAPÍTULO I	30
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	30
Introducción.....	30
Objetivos	30
Objetivo general.....	30

Objetivos específicos.....	30
1.1 Términos generales	31
1.1.1 Factibilidad.....	31
1.1.2 Proyecto.....	32
1.1.3 Estudio de factibilidad.....	33
1.1.4 Microempresa.....	33
1.1.5 Mercado.....	34
1.2 Términos específicos.....	38
1.2.1 Alpargatas.....	38
1.2.2 Insumos.....	38
1.3 Términos técnicos	40
1.3.1 Inversión financiera.....	40
1.3.2 Estudio técnico.....	42
1.3.3 Estudio financiero.....	45
1.3.4 Estados financieros.....	47
1.3.5 Evaluación financiera.....	49
CAPÍTULO II.....	51
PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	51
Introducción	51
Objetivos	51
Objetivo general.....	51

Objetivos específicos.....	51
2.1 Tipos de investigación.....	51
2.1.1 Investigación de campo.....	52
2.1.2 Investigación explicativa.....	52
2.1.3 Investigación documental.....	52
2.2 Métodos de investigación.....	53
2.2.1 Método cuantitativo.....	53
2.2.2 Método cualitativo.....	53
2.2.3 Método descriptivo.....	54
2.2.4 Método deductivo.....	54
2.2.5 Método inductivo.....	55
2.3 Técnicas de investigación.....	55
2.3.2 Técnicas de recolección de información secundaria.....	56
2.4 Instrumento de investigación.....	56
2.5 Variables.....	57
2.5.1 Variables independientes.....	57
2.5.2 Variables dependientes.....	57
2.6 Indicador.....	58
CAPÍTULO III.....	59
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	59
Introducción.....	59

Objetivos	59
Objetivo general.	59
Objetivos específicos.....	59
3.1 Desarrollo de las variables diagnósticas.....	60
3.2 Indicadores	60
3.2.1 Aspectos demográficos.....	60
3.2.2 Aspectos geográficos.....	61
3.2.3 Aspectos económicos.	61
3.2.4 Aspectos sociales.....	61
3.2.6 Aspectos ambientales.	61
3.2.7 Aspectos culturales.	62
3.3 Matriz de relación diagnóstica	62
3.4 Análisis de variables diagnósticas.....	64
3.4.1 Densidad poblacional.	64
3.4.2 Tasa de crecimiento.....	64
3.4.3 Población Económicamente Activa (PEA).....	64
3.4.4 Edad.....	65
3.4.5 Ocupación.....	65
3.4.6 Ubicación.....	65
3.4.7 Superficie.....	66
3.4.8 Vías de acceso a la ciudad.	66

3.4.9 Servicios básicos.....	66
3.4.10 Actividades económicas.	67
3.4.11 Trabajo y empleo.....	67
3.4.12 Financiamiento para microempresas.	68
3.4.13 Infraestructura y servicios para el fomento productivo.....	68
3.4.14 Organizaciones económicas.	68
3.4.15 Educación.	69
3.4.16 Acceso a espacios públicos.....	69
3.4.17 Grupos étnicos.	70
3.4.18 Seguridad.....	70
3.4.19 Patrimonio cultural.	71
3.4.20 Apoyo de las iniciativas a los pequeños productores.	71
3.4.21 Recursos naturales.	71
3.4.22 Cambios climáticos.....	72
3.4.23 Factores contaminantes.....	72
3.4.24 Costumbres y tradiciones.....	72
3.4.25 Festividades.	72
3.4.26 Vestimenta.	74
3.4.27 Comidas Típicas.	74
3.4.28 Idiomas.	75
3.4.29 Formas de organización.....	75

3.5 Construcción de la matriz AOOD	76
3.6 Cruces estratégicos.....	77
3.6.1 Aliados- Oponentes.	77
3.6.2 Aliados- Oportunidades.....	77
3.6.3 Aliados- Riesgos.....	78
3.6.4 Oportunidades- Oponentes.	78
3.7 Identificación del problema diagnóstico u oportunidad de inversión	78
CAPÍTULO IV.....	80
PROPUESTA.....	80
Introducción	80
Objetivo general.....	80
ESTUDIO DE MERCADO	81
Introducción.....	81
Objetivo general.	81
Objetivos específicos.....	81
4.1.1 Segmentación de mercado.	82
4.1.2 Matriz de análisis del estudio de mercado.....	84
4.1.3 Identificación del producto.....	86
4.1.4 Segmentación de mercado.....	86
4.1.5 Mercado Objetivo.....	87
4.1.6 Determinación de la muestra.	87

4.1.7 Cálculo del tamaño de la muestra.....	87
4.1.8 Técnicas de recolección de información.	88
4.1.9 Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas.....	89
4.1.10 Identificación de la demanda.....	109
4.1.11 Proyección de la demanda.....	109
4.1.12 Identificación de la oferta.....	110
4.1.13 Proyección de la oferta.....	115
4.1.14 Balance demanda – oferta.....	115
4.1.15 Análisis del precio.....	116
4.1.16 Proyección de precios.....	117
4.1.17 Estrategias de comercialización.....	118
4.1.18 Conclusión.....	119
ESTUDIO TÉCNICO	121
Introducción.....	121
Objetivo general.....	121
Objetivos específicos.....	121
4.2.1 Localización del proyecto.....	122
4.2.2 Ingeniería del proyecto.....	125
4.2.3 Tamaño del proyecto.....	127
4.2.4 Capacidad instalada.....	129
4.2.5 Diseño del proceso productivo.....	131

4.2.6 Inversiones en activos fijos.....	138
4.2.7 Resumen de inversión fija.	140
4.2.8 Bienes no depreciables.	140
4.2.9 Costos de producción.....	140
4.2.9.3 <i>Costos indirectos de fabricación.</i>	145
4.2.10 Gastos de ventas.	148
4.2.10 Gastos de administración.....	153
4.2.11 Depreciación de activos fijos.....	155
4.2.12 Capital de trabajo.....	155
4.2.13 Inversión inicial.	156
4.2.14 Financiamiento.	157
4.2.15 Conclusiones.....	157
ESTUDIO FINANCIERO.....	158
Introducción.....	158
Objetivos	159
Objetivo general.	159
Objetivos específicos.....	159
4.3.1 Determinación de los ingresos proyectados.	160
4.3.2 Egresos.....	162
4.3.3 Proyección de costos y gastos.	162
4.3.4 Estado de situación financiera.	185

4.3.5 Estado de resultados.	186
4.3.6 Estado de flujo de efectivos.	188
4.3.7 Evaluación financiera.	190
Conclusiones.	196
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	197
Introducción.	197
Objetivo general.	197
Objetivos específicos.	197
4.4.1 Denominación de la microempresa.	197
4.4.2 Filosofía empresarial.	199
4.4.3 Estructura organizacional.	203
4.4.4 Constitución jurídica de la microempresa.	210
4.4.5 Documentos habilitantes para el funcionamiento de la microempresa.	210
CAPITULO V	213
VALIDACIÓN DE RESULTADOS	213
Introducción	213
5.1 Descripción del estudio	213
5.1.1 Cronograma de actividades.	213
5.1.2 Objetivo.	214
5.1.3 Equipo de trabajo.	214
5.2 Método de verificación.	214

5.2.1 Factores a validar.....	214
5.3 Método de calificación.....	215
5.4 Rango de interpretación	216
5.5 Resultados	217
CONCLUSIONES	224
RECOMENDACIONES.....	226
BIBLIOGRAFÍA	228
ANEXOS	233

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz relación diagnóstica.....	63
Tabla 2 Déficit de servicios básicos.....	67
Tabla 3 Instituciones crediticias.....	69
Tabla 4 Espacios públicos de Otavalo	70
Tabla 5 Festividades tradicionales.....	73
Tabla 6 Comidas típicas.....	75
Tabla 7 Matriz aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	76
Tabla 8 Matriz de análisis del estudio de mercado	85
Tabla 9 Características de los productos.....	86
Tabla 10 Criterios de segmentación.....	87
Tabla 11 Género.....	90
Tabla 12 Edad	91
Tabla 13 Ocupación	92
Tabla 14 Acostumbra a utilizar alpargatas.....	93
Tabla 15 Tipo de alpargatas	94
Tabla 16 Frecuencia de compra	95
Tabla 17 Características de las alpargatas	96
Tabla 18 Importancia del precio	97
Tabla 19 Presupuesto para adquirir las alpargatas.....	98
Tabla 20 Lugar de compra	99
Tabla 21 Ocasiones en los que adquiere el producto.....	100
Tabla 22 Disposición de compra.....	101
Tabla 23 Medios de publicidad.....	102
Tabla 24 Radio local de su preferencia.....	103

Tabla 25 Ubicación de la microempresa.....	104
Tabla 26 Empaque del producto	105
Tabla 27 Productos adicionales para ofrecer	106
Tabla 28 Atención al cliente	107
Tabla 29 Promoción del producto.....	108
Tabla 30 Demanda actual.....	109
Tabla 31 Proyección de la demanda	110
Tabla 32 Oferta actual.....	114
Tabla 33 Proyección de la oferta	115
Tabla 34 Balance demanda - oferta	116
Tabla 35 Precio de las alpargatas para niños	116
Tabla 36 Precio de las alpargatas para adultos	116
Tabla 37 Tasa de inflación de años anteriores	117
Tabla 38 Proyección de precios para niños.....	117
Tabla 39 Proyección de precios para adultos.....	117
Tabla 40 Matriz de micro localización	124
Tabla 41 Distribución de la producción.....	126
Tabla 42 Distribución del área de comercialización.....	127
Tabla 43 Principales proveedores	128
Tabla 44 Instituciones financieras	129
Tabla 45 Capacidad instalada de las alpargatas de caucho.....	130
Tabla 46 Capacidad instalada de las alpargatas mixtas	131
Tabla 47 Simbología de procesos	132
Tabla 48 Maquinaria y equipo	138
Tabla 49 Equipo de computación	139

Tabla 50 Muebles y enseres	139
Tabla 51 Inversión fija	140
Tabla 52 Bienes no depreciables.....	140
Tabla 53 Materia prima directa de alpargatas de caucho.....	141
Tabla 54 Materia prima de alpargatas mixtas	141
Tabla 55 Costos anuales de materia prima de alpargatas de caucho	142
Tabla 56 Costos anuales de alpargatas mixtas	142
Tabla 57 Mano de obra directa	144
Tabla 58 Materia prima indirecta.....	145
Tabla 59 Mano de obra indirecta	146
Tabla 60 Otros costos indirectos.....	147
Tabla 61 Costos indirectos de fabricación	148
Tabla 62 Resumen de costos de producción	148
Tabla 63 Arriendo local	149
Tabla 64 Servicio de internet	149
Tabla 65 Suministros de limpieza.....	149
Tabla 66 Personal de ventas.....	151
Tabla 67 Gastos de publicidad.....	152
Tabla 68 Otros gastos de venta	152
Tabla 69 Resumen de gastos de venta	153
Tabla 70 Gasto permiso de funcionamiento	154
Tabla 71 Otros gastos administrativos.....	154
Tabla 72 Resumen gastos administrativos	155
Tabla 73 Depreciación de activos fijos.....	155
Tabla 74 Capital de trabajo.....	156

Tabla 75 Inversión inicial	156
Tabla 76 Financiamiento.....	157
Tabla 77 Inflación de precios.....	160
Tabla 78 Proyección de ingresos	161
Tabla 79 Resumen de ingresos	162
Tabla 80 Costo MP de alpargatas de caucho	164
Tabla 81 Costo MP de alpargatas mixtas.....	166
Tabla 82 Proyección de costos de materias primas	168
Tabla 83 Resumen materia prima	169
Tabla 84 Crecimiento del SBU	169
Tabla 85 Proyección de la mano de obra	170
Tabla 86 Resumen de la proyección de la mano de obra.....	171
Tabla 87 Materia prima de las alpargatas de caucho	172
Tabla 88 Materia prima de las alpargatas mixtas.....	172
Tabla 89 Resumen materia prima indirecta	173
Tabla 90 Proyección de mano de obra indirecta.....	173
Tabla 91 Proyección de otros costos indirectos	174
Tabla 92 Proyección de costos indirectos de fabricación	174
Tabla 93 Proyección de los costos de producción	175
Tabla 94 Proyección de los suministros de limpieza	175
Tabla 95 Proyección del arriendo del local.....	176
Tabla 96 Proyección de los servicios de internet.....	176
Tabla 97 Proyección de las remuneraciones	177
Tabla 98 Proyección de los gastos de publicidad	178
Tabla 99 Proyección de otros gastos de venta	178

Tabla 100 Proyección de los gastos de venta.....	179
Tabla 101 Proyección del gasto de permiso de funcionamiento.....	179
Tabla 102 Plan de contingencia	180
Tabla 103 Proyección de gestión de riesgos	181
Tabla 104 Recuperación de activos no depreciables	181
Tabla 105 Proyección de otros gastos administrativos	182
Tabla 106 Proyección de los gastos administrativos	182
Tabla 107 Depreciación	183
Tabla 108 Depreciación maquinaria y equipo	183
Tabla 109 Depreciación equipo de computación.....	184
Tabla 110 Depreciación muebles y enseres	184
Tabla 111 Resumen de depreciaciones	184
Tabla 112 Gastos financieros.....	185
Tabla 113 Tabla de amortización.....	185
Tabla 114 Estado de situación financiera	186
Tabla 115 Estado de resultados.....	187
Tabla 116 Estado de flujo de efectivo.....	189
Tabla 117 Costo de oportunidad.....	190
Tabla 118 Valor actual neto.....	191
Tabla 119 Tasa interna de retorno	191
Tabla 120 Relación costo beneficio.....	192
Tabla 121 Periodo de recuperación de la inversión	193
Tabla 122 Punto de equilibrio.....	194
Tabla 123 Resumen indicador financiero	195
Tabla 124 Manual de funciones del propietario	206

Tabla 125 Manual de funciones del trabajador 1	207
Tabla 126 Manual de funciones del trabajador 2	208
Tabla 127 Manual de funciones del departamento de ventas	209
Tabla 128 Matriz de actividades	213
Tabla 129 Equipo de trabajo	214
Tabla 130 Método de calificación.....	215
Tabla 131 Matriz de validación	216
Tabla 132 Rango de interpretación	216
Tabla 133 Matriz de validación Dra. Alba Cevallos.....	217
Tabla 134 Matriz de validación Ing. José Jácome.	220
Tabla 135 Resultados.....	222
Tabla 136 Resultados totales	222

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Conceptos generales	31
Figura 2 Conceptos específicos.	38
Figura 3 Términos técnicos.....	40
Figura 4 Género.	90
Figura 5 Edad.....	91
Figura 6 Ocupación.....	92
Figura 7 Acostumbra a utilizar alpargatas	93
Figura 8 Tipo de alpargatas.....	94
Figura 9 Frecuencia de compra.....	95
Figura 10 Características de las alpargatas.	96
Figura 11 Importancia del precio.....	97
Figura 12 Presupuesto para adquirir las alpargatas.....	98
Figura 13 Lugar de compra.....	99
Figura 14 Ocasiones en los que adquiere el producto.....	100
Figura 15 Disposición de compra.	101
Figura 16 Medios de publicidad.	102
Figura 17 Radio local de preferencia.	103
Figura 18 Ubicación de la microempresa.	104
Figura 19 Empaque del producto.....	105
Figura 20 Productos adicionales para ofrecer.	106
Figura 21 Atención al cliente.....	107
Figura 22 Promoción del producto.	108
Figura 23 Estrategia de plaza.....	118
Figura 24 Macro localización del proyecto.	122

Figura 25 Micro localización del área de producción.....	123
Figura 26 Ubicación de la microempresa.	125
Figura 27 Distribución del área de producción.....	126
Figura 28 Distribución del área de ventas.....	127
Figura 29 Adquisición de materiales.	133
Figura 30 Producción de alpargatas de caucho.....	134
Figura 31 Producción de alpargatas mixtas.	136
Figura 32 Comercialización.....	137
Figura 33 Nombre.....	198
Figura 34 Slogan.....	198
Figura 35 Logotipo.	199
Figura 36 Organigrama estructural	204
Figura 37 Organigrama funcional.....	205

TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ALPARGATAS DE CAUCHO EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA IMBABURA, ECUADOR”.

Objetivo general.

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de alpargatas de caucho en el cantón Otavalo, provincia Imbabura, Ecuador, con el uso de técnicas e instrumentos de investigación que permitan establecer si existe o no viabilidad para la implementación del proyecto.

Objetivos específicos

- Establecer la fundamentación teórica mediante la investigación de fuentes bibliográficas y la respectiva validación por medio de artículos científicos con la finalidad de sustentar el proyecto.
- Detallar los procedimientos metodológicos a utilizar, mediante el uso de técnicas e instrumentos de investigación con el fin de recolectar información confiable y ordenada.
- Realizar un diagnóstico situacional del entorno para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a través de la información publicada en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo con el fin de verificar la aplicabilidad del proyecto.
- Estructurar una propuesta mediante el análisis del estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional que permitan evaluar la viabilidad económica del proyecto.
- Realizar la validación de resultados mediante la aplicación de procedimientos metodológicos con el objetivo de determinar el grado de aplicabilidad y confiabilidad del trabajo.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La fundamentación teórica es la base para ampliar el conocimiento sobre diversos temas. Ñaupás, Mejía, Novoa, & Villagómez (2014) afirman que: “La fundamentación es un ítem en donde el investigador demuestra el conocimiento científico sobre las teorías que sirven de sustento al problema de investigación” (p.173). Además, implica organizar conceptos que permitan respaldar el tema de investigación y de esta manera permitir interpretar los resultados.

Introducción.

En este capítulo se detallan conceptos de vital importancia para el entendimiento del lector, están estructurados por términos: generales, específicos y técnicos. Dentro de los generales se conceptualizan perspectivas más amplias en los que se exponen criterios de diferentes autores, los específicos se profundizan en elementos relevantes del proyecto y los técnicos se basan en aspectos de validación de la propuesta. Con esta fundamentación teórica se puede comprender la terminología manejada en el desarrollo del proyecto.

Objetivos

Objetivo general.

Establecer la fundamentación teórica mediante la investigación de fuentes bibliográficas y la respectiva validación a través de artículos científicos con la finalidad de sustentar el proyecto.

Objetivos específicos

- Investigar información relevante de fuentes bibliográficas y artículos científicos,
- Realizar una comparación de los conceptos expuestos por diferentes autores.
- Crear un criterio propio de los términos investigados.

1.1 Términos generales

Los términos de carácter general se presentan en el siguiente organizador gráfico:

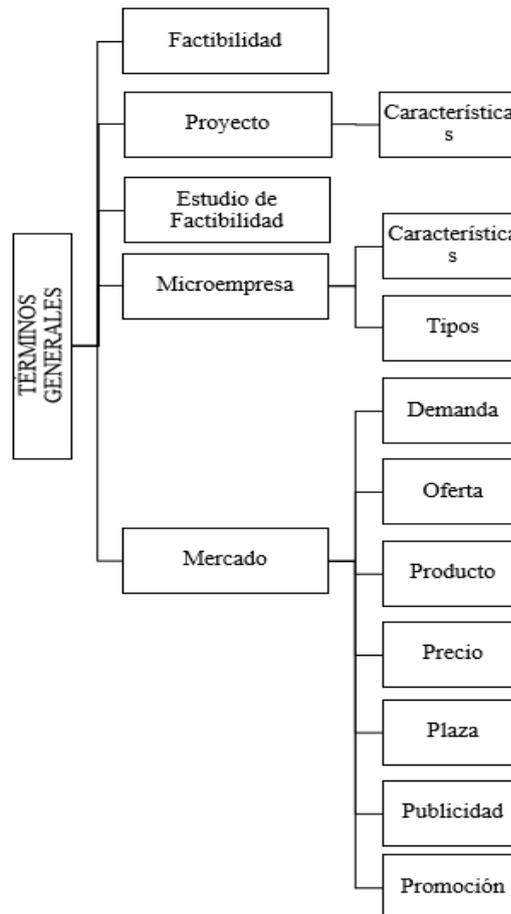


Figura 1 Conceptos generales
Elaborado por: Las Autoras.

1.1.1 Factibilidad.

Representa la posibilidad de ejecutar un proyecto dependiendo de los recursos que se tienen; según Abreu (2017) describe: “Los análisis de factibilidad surgen desde el mismo nacimiento de los proyectos como célula básica para el desarrollo de la organización, a partir de la necesidad de optimizar los recursos disponibles” (p.8). Además, Burneo, Delgado y Vérez (2016) señalan que: “En el desarrollo del tema se brinda la estrategia de ejecución de los proyectos, modelo, el estudio de sensibilidad, el flujo de caja y los indicadores, las fases de desarrollo del proyecto, los resultados y las conclusiones” (p.305).

Por tanto, se puede decir que la factibilidad espera la disponibilidad de recursos que permitan alcanzar los objetivos que se plantea para dar solución a un problema y así obtener resultados de éxito o fracaso de un proyecto en un tiempo determinado y de esta manera verificar si la idea de implementar una microempresa es viable o no en todos los aspectos.

1.1.2 Proyecto.

Es un plan o propósito que permite obtener rentabilidad mediante la aplicación de estrategias, según Ilundáin (2017) indica: “En esta nota técnica vamos a entrar en la fase de transformar la idea estratégica en un proyecto empresarial” (p.12). Además, Martínez (2017) manifiesta: “Al poner en marcha un nuevo proyecto empresarial, lo primero que ha de hacer es definir bien la idea de empresa, analizarla para ver si es viable” (p.7). Consiste en reunir ideas que nacen de una necesidad y requieren ser cumplidas en un tiempo definido, sea esto crear un producto o servicio con un valor agregado, haciendo uso de recursos disponibles.

Un proyecto es un esfuerzo planificado para aportar ideas con el fin de crear un bien o servicio con un valor agregado, haciendo uso de los recursos humanos, económicos y tecnológicos con el objetivo de obtener productividad. Este concepto queda validado con lo expuesto por Delgado (2014) en la revista Postgrado Nuevo de la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE en el artículo científico modelo de gestión de riesgos para el proceso de implantación de software financiero, fiduciario y de inversión que menciona que el objetivo de realizar un proyecto es disminuir los impactos negativos que pueda causar en la ejecución.

Una característica principal según Nokes & Greenwood (2017) es: “Ejercer la actividad bajo una razón social que puede ser el nombre del titular que desarrollar la actividad” (p.14). Es importante que un proyecto cuente con rasgos propios, en este caso para la elaboración de las alpargatas de caucho se utilizan hilo nylon, suelas de caucho Eva, expandible fibra amarilla, cubierta de tela lycra y la talonera del mismo material, con variedad de bordes, se caracterizan por ser livianos y cómodos para los pies.

1.1.3 Estudio de factibilidad.

Para la puesta en marcha de la propuesta es necesario diseñar un estudio de factibilidad para determinar si es rentable o no. Según Abreu (2017) define como: “Un análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, desarrollo o implementación” (p.38).

Es un instrumento o herramienta que mediante la investigación y recopilación de información ayudan a identificar la viabilidad de un proyecto. El objetivo es determinar la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros que permitan decidir la puesta en marcha. Este concepto queda validado con lo expuesto por Burneo, Delgado y Vérez en el año 2016 en la revista Redalyc, en el artículo estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión manifiesta que es la base de una buena toma de decisión al momento de invertir.

1.1.4 Microempresa.

Una microempresa es creada al determinar una oportunidad de negocio en el mercado, según Pérez (2017) afirma: “Es una empresa que ocupa a menos de 10 personas y son muy representativas en algunos sectores agrícolas, ganaderos y pesqueros, también son frecuentes en pequeños talleres industriales y artesanos que buscan principalmente independencia”. Además, Gananci (2019) añade que: “una microempresa es un emprendimiento formal” (p.18). Son conocidos como generadores de empleo que ayudan a solventar los ingresos de los demás, por lo general se toman decisiones rápidas por el propietario para implementar el negocio.

Se define como una unidad comercial pequeña del mercado, que opera de forma organizada, utilizando conocimientos y recursos para generar utilidades y lograr una gran competitividad. Este concepto queda validado con lo expuesto por Bustamante y Cabrera en el año 2017 en la revista Espacios en el artículo científico Microcrédito, donde señala en la cual la microempresa

y educación en el Ecuador tiene por finalidad centrar los beneficios económicos del individuo a través de autoempleo y así contar con un sustento familiar.

Las principales características que se deben tomar en cuenta según Mungaray (2017) son: “1) La búsqueda de la satisfacción con el autoempleo y subsistencia; 2) El compromiso con la comunidad; 3) La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la auto responsabilidad; 4) La prevalencia del trabajo” (p.22).

La microempresa está considerada como parte de las pequeñas y medianas empresas(pymes) por lo que no tiene una incidencia significativa en el mercado y cuyas actividades no requiere de grandes sumas de capital para el funcionamiento.

Dentro de los tipos, la microempresa aplica el trabajo autónomo:

Es la persona física que realiza una actividad comercial, industrial o profesional en el propio nombre, es decir como titular de la empresa, esta figura implica el control total de la empresa por parte del propietario, que dirige personalmente la gestión y responde de las deudas contraídas frente a terceros con todos los bienes, tanto empresariales como personales. (Molina, 2017, p.60)

La microempresa productora de alpargatas de caucho tendrá a las Señoritas Daysi Anguaya y Jessica Tuquerres como accionistas que llevan el control económico y político del negocio, además dirigirá el proceso productivo hasta obtener el producto final y así satisfacer las necesidades de los clientes.

1.1.5 Mercado.

Constituyen un grupo de compradores y vendedores que intercambien un bien o servicio. Según Thompson (2019) define como:

Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y

perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (p.120)

Es un lugar destinado para la relación comercial de bienes o servicios a través de una transacción económica entre oferentes y demandantes. Este concepto queda validado en la revista escuela de administración de negocios, en el artículo científico Estrategias de marketing digital publicado por Andrade en el año 2016, menciona que en la actualidad la tecnología supera cualquier medio y que el mercado hace uso de una estrategia digital con el fin de llegar al cliente en menor tiempo y superar las competencias.

1.1.5.1 Demanda.

Constituyen un conjunto de bienes o servicios que se encuentran a disposición de la población, Riquelme (2019) comenta que es: “La cantidad de bienes y/o servicios que un determinado público está dispuesto a comprar en un determinado mercado, a un precio específico” (p.2). Es el valor global del mercado que expresa las intenciones adquisitivas de los consumidores con el fin de satisfacer las necesidades.

1.1.5.2 Oferta.

Son aquellos bienes o servicios que se colocan a disposición de los consumidores a diferentes precios existentes en el mercado, según Sierra (2017) determina: “La cantidad que los ofertantes están dispuestos a ofrecer en el mercado para cada uno de los posibles precios” (p.22). Además, Salas (2015) comenta que: “Son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio” (p.2). La oferta está dispuesta a ofrecer una mayor cantidad de bienes cuando el precio de estos es alto, por el contrario, la demanda tiene un comportamiento a la inversa.

1.1.5.3 Producto.

Es un bien que puede estar a disposición de los consumidores a cambio de dinero, Thompson (2014) define como: “Aquello que toda empresa (grande, mediana o pequeña), organización (sea lucrativa o no) o emprendedor individual ofrece al mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue utilidades e impacto social” (p.156). Un producto es un objeto fabricado con diferentes atributos que durante el proceso productivo se le da la capacidad para ser usado, incluido a esto la condición física lo cual el comprador percibe al momento de adquirir.

1.1.5.4 Precio.

Es el valor en efectivo que se paga por un producto, según García (2018) es “la cantidad de dinero que la sociedad debe asumir a cambio de un bien o servicio”. De la misma manera Mendoza (2015) señala: “Es el valor de un producto o servicio, expresado en términos monetarios; que el consumidor está dispuesto a pagar para obtener los beneficios” (p.4). El precio es aquella variable controlable que genera ingresos y es aceptado en el mercado entre el comprador y vendedor a cambio de usar el producto o servicio.

1.1.5.5 Plaza.

También conocido como canales de distribución, es la manera de como una empresa hace llegar el producto final a los consumidores, según Sierra (2017) se refiere a: “Los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente puede tener acceso a los productos que se ofrecen” (p.16).

Además Prado & Nebreda (2018) manifiesta:

Como la forma en la cual un bien o servicio llegará de una empresa a las manos del consumidor final, existen distintos tipos de canales de distribución, la diferencia entre ellos está en la cantidad de intermediarios que hay entre el productor y el usuario final.
(p.121)

Por lo tanto, la plaza incluye estrategias y procesos necesarios que ayudan a llevar el producto al cliente en el tiempo indicado y en las cantidades requeridas. El canal de comercialización que se utiliza para este proyecto es directo porque la microempresa se encarga de venderlos directamente al consumidor.

1.1.5.6 Publicidad.

Una de las estrategias que se utiliza para comercializar el bien es la publicidad, según Jiménez & Romo (2017) manifiesta como: “La herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular la adquisición, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado” (p.21). Sirve como una forma de comunicación de una nueva marca sea de producto o servicio y así incrementar el nivel de consumo mediante campañas publicitarias.

Por lo tanto, se puede definir como un conjunto de estrategias con la que una organización pueda dar a conocer el producto cuyo objetivo es informar sobre las características del bien o servicio que ofrece la empresa, para de esa manera estimular la compra.

1.1.5.7 Promoción.

Es un elemento del marketing que tiene como finalidad atraer clientes y persuadir a que adquieran el producto que ofrece la microempresa, según Jiménez & Romo (2017) define como: “Una herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos el informar, persuadir y recordar al público objetivo sobre los productos que maneja la empresa” (p.23). Además, Soria (2017) añade: “Es la acción de transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en las actitudes y comportamientos” (p.11).

La promoción está conformada por una serie de estrategias, el principal objetivo es la de atraer a nuevos clientes y posicionarse en el mercado. Es decir, dar a conocer las características

y beneficios de adquirir el producto, conseguir que los potenciales clientes lo adquieran y lograr que el nombre de la marca sea recordado por los futuros compradores.

1.2 Términos específicos

En el siguiente ordenador gráfico se detalla los conceptos de carácter específicos:

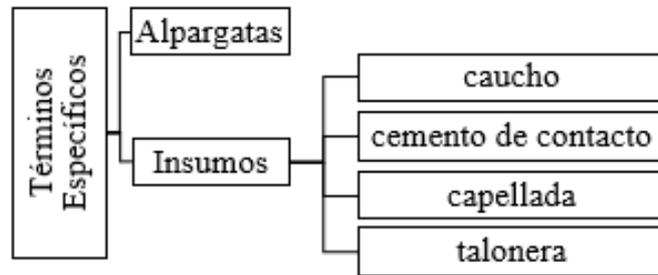


Figura 2 Conceptos específicos.
Elaborado por: Las Autoras.

1.2.1 Alpargatas.

Son complementos de la vestimenta indígena, los diseños son variados de acuerdo con el gusto del cliente, las alpargatas son: “Un calzado hecho generalmente con lona y cuya suela se confecciona con cáñamo, esparto u otras fibras, para asegurarlas a los pies, pueden presentar una cinta o un elástico, aunque en ocasiones simplemente se ajustan” (Pérez & Gardey, 2017).

Por lo tanto, las alpargatas son un complemento de la vestimenta tradicional indígena para hombres como para mujeres. Las plantillas son elaboradas a base de un caucho con el objetivo de incrementar la durabilidad y de brindar protección frente al agua y la humedad, son diseñadas en diferentes colores, tallas y modelos de tal forma que el cliente pueda elegir.

1.2.2 Insumos.

Para la elaboración de las alpargatas es necesario de materiales directos e indirectos, según Solózano (2015) define: “Los insumos que se definen como las cosas que suelen ser susceptibles al generar servicios y disminuir las necesidades de las personas, eso significa que

son todas las materias primas que pueden producir nuevos elementos y se usan en la producción de bienes y servicios” (p.14).

Son productos que sufren transformaciones con el fin de crear otro bien para el uso o consumo y es parte esencial del proceso productivo, por el contrario, si es utilizado en combinación con otros insumos más complejos para elaborar otros productos, dejan de considerarse como tales debido a que han perdido las características esenciales.

1.2.2.1 Caucho.

Es uno de los materiales principales que permite elaborar las alpargatas, por cuanto Urrego, Cardona, Velásquez, & Carrascal (2017) afirma: “Los cauchos son materiales poliméricos conocidos como elastómeros, estos materiales poseen propiedades particulares, entre las cuales se destaca la gran elasticidad, propiedad que le permite aportar en gran medida el aumento en la resistencia” (p.17).

Actualmente se fabrican diversos productos a base de caucho debido a que tienen excelentes propiedades de elasticidad, resistencia y es repelente al agua. En la elaboración de las alpargatas, el caucho es el material principal seguido de la capellada, talonera y el cemento de contacto.

Se puede definir a la capellada como una manta de las alpargatas que cubre los dedos y una parte del empeine, está formada en base a tela lycra de diversos colores que se pegan a un forro blanco y se cortan con la ayuda de un molde; la talonera está elaborada de los mismos insumos que la capellada y son cortadas en tiras delgadas de acuerdo con la respectiva medida, posteriormente se le colocan los ojales para asegurarlas al pie.

1.3 Términos técnicos

En el siguiente ordenador gráfico se conceptualizan términos de carácter técnico que se manejará en este proyecto.

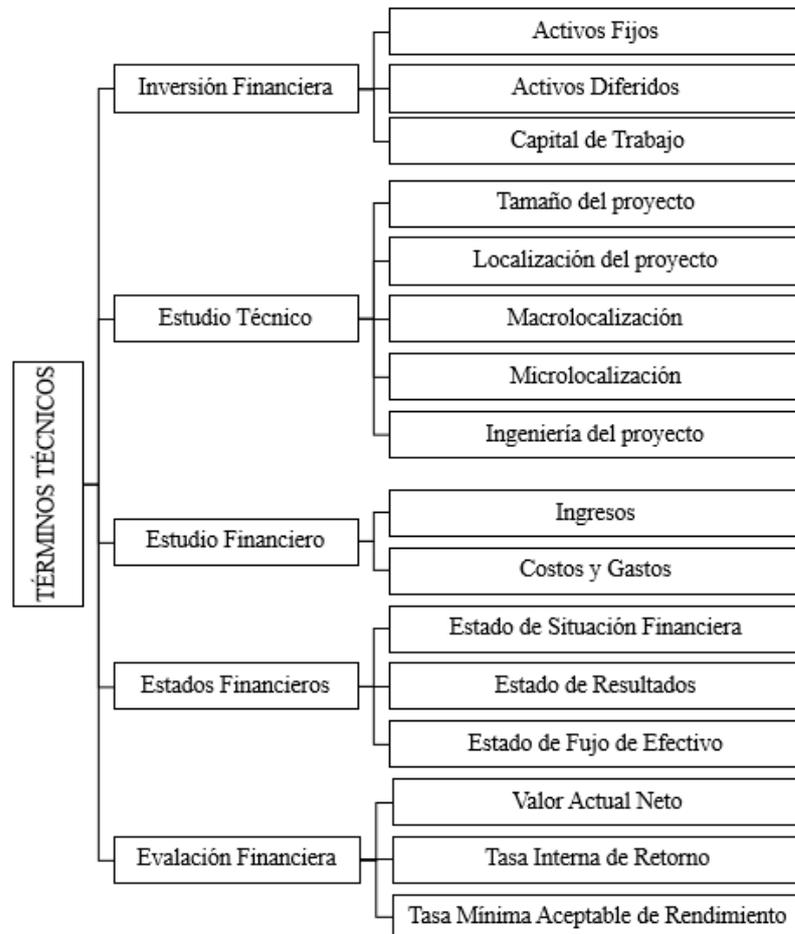


Figura 3 Términos técnicos.
Elaborado por: Las Autoras.

1.3.1 Inversión financiera.

Son recursos económicos que permiten adquirir los materiales y equipos necesarios para la puesta en marcha del plan, según Meza (2017) es: “La etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios” (p.23). Por lo tanto, se define a la inversión como la cantidad limitada de dinero que está destinada a la adquisición de

instrumentos de producción, que la empresa va a utilizar durante varios períodos económicos con la finalidad de obtener ganancias.

Esto queda validado en la revista finanzas y política económica, con el artículo científico inversión y financiación en empresas innovadoras del sector servicios en Colombia, publicado por Barona, Rivera y Garizado en el año 2017, que manifiesta que para decidir en qué actividad debe invertir se fijan principalmente en la estimación precisa acerca de los futuros flujos de caja.

1.3.1.1 Activos fijos.

Principalmente están constituidos por maquinarias y equipos de computación, para el proyecto se define como: “Por aquellos activos tangibles adquiridos que tienen como objetivo utilizarse en forma permanente para la producción de bienes y servicios, para arrendarlos o usarlos en la administración de la empresa” (Meza, 2017, p.81).

Por lo tanto, un activo fijo es un bien tangible que la organización tiene, que pueden estar integradas por maquinarias, equipo de cómputo, entre otros. Las principales características que debe tener es que la vida útil sea mayor a 1 año, el costo debe ser significativo y por último ser destinados para actividades operacionales de la empresa. Se los puede definir como bienes duraderos, que pierden valor con el pasar del tiempo.

1.3.1.2 Activos diferidos.

Son aquellos pagos que se realizan al momento de constituir la microempresa y que permita dar una vida legal al proyecto, según Meza (2017) describió: “son aquellas inversiones que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto” (p. 88). Dentro de la contabilidad es un recurso financiero que es necesario no ser alterado sea en los ingresos y egresos dentro de cada período reportado.

Por lo tanto, los activos diferidos son gastos que se pagan al momento de iniciar el proyecto y se realiza un desembolso anticipado, la característica principal es que son intangibles y

amortizables tomando en cuenta que tenga un valor significativo. Una vez que la empresa comience a generar ingresos los diferidos se registran como gastos.

1.3.1.3 Capital de trabajo.

Es la cantidad de recursos que son efectuados al inicio del proyecto para cubrir los costos y gastos hasta que la microempresa pueda autofinanciarse, además Meza (2017) manifiesta que son: “Las inversiones en forma de efectivo, cuentas por cobrar e inventarios que la empresa requiere para financiar un ciclo operativo” (p. 90).

Son inversiones con la que la organización debe contar para financiar la adquisición de insumos, materia prima, mano de obra, entre otros. Con el fin de que la empresa inicie a operar, genere ingresos y recupere lo que se invirtió. Dentro del desarrollo del estudio técnico se fija la cantidad de recursos necesarios como capital de trabajo del proyecto, para el año inicial.

1.3.2 Estudio técnico.

Se refiere al tamaño óptimo de la microempresa, según Meza (2017) explica que: “Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación de un producto, producción del servicio, para lograr los objetivos de la microempresa” (p.25). Además, Rodríguez (2017) afirma: “el objetivo básico es demostrar la viabilidad del plan, justificando seleccionar la mejor alternativa para abastecer el mercado de acuerdo con las restricciones de recursos, ubicación y tecnologías accesibles” (p.29). Como en todos los proyectos se necesita analizar las diferentes opciones tecnológicas para crear un bien o servicio con el fin de verificar la factibilidad.

El estudio técnico busca el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se identifica la localización, el tamaño, las instalaciones, entre otros; este aspecto técnico debe responder a las preguntas, ¿Cómo?, ¿Con qué?, ¿Dónde?, ¿Cuándo invertir? , el proyecto se realiza en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura, Ecuador, donde existen productores

dedicados a la elaboración de alpargatas, pero lo realizan en base a la experiencia que ellos han ido adquiriendo durante varios años de manera artesanal.

1.3.2.1 Tamaño del proyecto.

Consiste en la capacidad de producción de la microempresa en un tiempo determinado, según Meza (2017) afirma que es: “La calidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como también la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptima” (p.28). Además, Pérez (2017) manifiesta que: “El tamaño del plan se representa por la capacidad instalada o capacidad de producción la cual viene expresada en unidades por un período de tiempo determinado” (p.10). Dentro de un negocio se puede determinar la solidez de la fabricación del producto, el tiempo y la maniobra en conjunto.

El tamaño del proyecto es la definición de la cantidad de productos que se fabrican en un determinado período, se toma en cuenta la oferta y la demanda y de esta manera satisfacer las necesidades del mercado, esto depende del equipo de trabajo que se tiene para producir. Uno de los factores a tomarse en cuenta es el capital de trabajo con el que cuenta la microempresa.

1.3.2.2 Localización del proyecto.

Se trata de identificar el lugar que sea conveniente para instalar el proyecto, analizando los factores que puedan afectar en la misma, según Meza (2017) determina: “el objetivo que persigue la colocación del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transportes y en la rapidez del servicio” (p.26). Por lo tanto, la localización es el lugar donde se implementa el plan, para ello se considera algunos factores como: medios de transporte, proveedores cercanos, disponibilidad de mano de obra, entre otros.

Este concepto queda validado con lo que menciona Corriño & Gutiérrez en el año 2016, en la revista bolivariana en el artículo estudio de localización de un proyecto, que lo define como buscar el lugar que ofrece máximos beneficios, es decir en donde obtener mayores ganancias.

1.3.2.3 Macro localización.

Para implementar el proyecto se determina una zona geográfica global más favorable, según Meza (2017) menciona que la macro localización: “Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y de la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto” (p.27).

Sin embargo, la macro localización consiste en escoger la región en donde se pueda realizar el proyecto y se implementa en la región Sierra, provincia de Imbabura, cantón Otavalo. Para ello se identifica que las vías se encuentran en un estado transitable, también cuentan con servicios de agua potable, energía eléctrica, comunicación telefónica e internet.

1.3.2.4 Micro localización.

Se elige el terreno específico para implementar el proyecto de alpargatas, analizando las condiciones de la demanda y los servicios básicos que requiere, según Meza (2017) manifiesta: “Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad considerando las variables mencionadas anteriormente en un mayor detalle (costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc.)” (p.27).

Por lo tanto, la micro localización es la ubicación exacta donde se levanta las instalaciones del proyecto siempre y cuando se tome en cuenta los aspectos relativos a los asentamientos humanos, en principal la identificación de la actividad productiva y algunos factores como el costo y tamaño del terreno, proximidad a los proveedores necesarios, la materia prima, entre otros.

1.3.2.5 Ingeniería del proyecto.

La ingeniería del proyecto es probar la viabilidad técnica y de infraestructura que permite la fabricación del producto según Baca (2016) manifiesta: “El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de

la planta” (p.116). Se toma en cuenta los elementos principales que son: la materia prima, maquinaria y equipo, tecnología, disposición e instalación de la planta productiva.

En el caso del proyecto a realizarse se analizan los aspectos tecnológicos que permitan adquirir las maquinarias para los cortes de las suelas en material de caucho Eva, fibra amarilla y expandible además para el forrado de capelladas y taloneras en la tela lycra, de igual forma se establece el proceso productivo adecuado para llegar al producto final.

1.3.3 Estudio financiero.

Determina la viabilidad económica de la microempresa, según López & Lankenau (2017) es: “Un estudio económico que presenten en términos de dinero las expectativas de ingresos, costos y otros elementos que puedan utilizarse con diferentes métodos de evaluación para tomar decisiones y elegir entre diferentes alternativas” (p.22).

El estudio financiero es lo más importante, en la cuál se ordena y sintetiza la información de carácter monetario calculando los ingresos, costos y gastos que implica llevar una inversión que permita determinar mediante indicadores financieros sí una empresa es sustentable, rentable y viable con la implementación de un proyecto dentro del tiempo determinado.

La definición queda validada en la revista de posgrado de la Universidad de ciencias aplicadas y ambientales, de acuerdo al artículo científico de análisis financiero integral de empresas colombianas 2009-2012 desde la perspectiva de la competitividad publicado por Castaño y Arias en el año 2014, aporta que es importante realizar el análisis financiero de un ente económico desde el punto de vista estructural, contextualizada y completa.

1.3.3.1 Ingresos.

Es aquel que constituye un incremento en el patrimonio mediante las ventas de alpargatas de caucho, según Flórez (2015) son:

Las fuentes de ingresos pueden ser de carácter operacional y no operacional; dentro de las operacionales, se encuentran las ventas de productos o la prestación de servicios, los

no operacionales pueden considerarse como los rendimientos que pueden producir los activos por la puesta de excedentes en efectivo. (p.103)

Sin embargo, Baca (2016) menciona, es “El proceso de estimar ingresos atribuibles a un proyecto comienza con la identificación de cada uno de ellos, distinguiéndose de dos tipos de ingresos: directos e indirectos” (p.40). Por lo tanto, los constituyen una fuente principal de las entradas de dinero por el desarrollo de una actividad productiva, lo cual se obtiene a través de las ventas.

1.3.3.2 Costos y gastos.

1.3.3.2.1 Costos de fabricación.

Son aquellos costos que se incurren para la elaboración de un producto, según Flórez (2015) define a: Los costos de fabricación constituyen la materia prima consumida y la mano de obra directa, con las respectivas prestaciones sociales y aportes fiscales” (p.102). Por lo tanto, se define que los costos de fabricación que constituyen la cantidad total de manufactura que se ha gastado para fabricar un bien útil, en un período determinado.

1.3.3.2.2 Gastos administrativos.

Son desembolsos o erogaciones en las que se incurre para un buen funcionamiento de la organización, según Flórez (2015) son: “Todos los gastos relacionados con el área administrativa, como sueldos, prestaciones, depreciaciones sobre activos fijos, amortizaciones de diferidos, seguros, impuestos de catastro y otros, como papelería y útiles de oficina, comunicaciones, transporte, viáticos, investigación y desarrollo, etc.” (p.103). Son aquellos desembolsos que no pueden desaparecer, pero son indispensables para mantener la dirección y el control de un negocio.

Sin embargo, Cárdenas (2016) manifiesta que “Estos gastos están relacionados con la organización en conjunto en lugar de un departamento individual; los salarios de los altos ejecutivos y los costos de los servicios generales” (p.172). Por lo tanto, se define como erogaciones de

recursos necesarias para mantener en funcionamiento la empresa y se asocian directamente con el período en que se causan y no con la producción.

1.3.3.2.3 Gastos de ventas.

Son erogaciones que se incurren para promocionar el producto ofertado por la microempresa según Flórez (2015) explica: “Son los relacionados con el área de ventas, como sueldos, prestaciones, comisiones de ventas, gastos de publicidad, asistencia técnica a clientes, gastos de distribución, fletes, empaques, bodegaje, operación de los puntos de venta, etc.” (p.103).

Son gastos que corresponden a la comercialización de un activo o un servicio y están relacionadas con los costes comerciales constituyentes de la fuente principal de ingresos, e interactúa con la organización puesta en marcha haciendo que el cliente adquiera el producto a través de publicidad, y tiene como finalidad incrementar las ganancias para la microempresa.

1.3.4 Estados financieros.

Son reportes en las cuales están incluidos los estados de situación financiera, resultados integrales y los flujos de efectivos que según Buján (2018) determina: “son un informe resumido que muestra cómo una empresa ha utilizado los fondos que le confían los accionistas y acreedores, y cuál es la situación financiera actual” (p.1). En todo negocio es fundamental llevar las cuentas anuales, pues están sirven para dar a conocer la situación económica en la que se encuentra en un tiempo determinado y son elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad.

Se define como documentos de gran importancia que recopilan información de las actividades económicas que se realizan en un negocio y se caracterizan por ser fiables y útiles. Esta definición queda validada con la revista de tesis II de la Universidad de Huánuco con el artículo científico análisis de estados financieros y toma de decisiones publicado por Durand en el año 2017, donde hace referencia a que el análisis de estos informes permite diagnosticar

la situación actual y de esta manera buscar solución y tomar decisiones acertadas en los puntos débiles que afectan al negocio.

1.3.4.1 Estado de situación financiera.

Son informes que están constituidos por activos, pasivos y patrimonio de la empresa, según Larson (2014) es el “Balance general como el estado financiero que muestra información relativa a una fecha determinada sobre los recursos y obligaciones financieros de la entidad” (p.51). Para verificar la situación en que se encuentra el negocio es obligatorio realizar este reporte utilizando las cuentas reales, en la cual las cantidades del lado derecho deben ser iguales a la de lado izquierdo, aplicando la ecuación fundamental de la contabilidad.

Es un documento contable que refleja la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, es igual a los activos adquiridos como parte de la inversión inicial menos los pasivos que están integrados por el financiamiento que es necesario contratar y la diferencia es el patrimonio con el que comienza el proyecto.

1.3.4.2 Estado de resultados.

Es un reporte que incluye los ingresos y gastos en un determinado periodo, según Izar (2017) también se conoce como: “Un reporte de operaciones en el cual se plasman los resultados económicos que ha tenido la empresa” (p.17). Sin embargo, López & Lanckenau (2017) define como: “Un estudio de ganancias y pérdidas, para calcular la utilidad y los flujos netos del efectivo del proyecto” (p.30).

El estado de resultados es un documento que muestra ordenada y detalladamente la visión panorámica del cuál ha sido el comportamiento de la empresa en cuanto a ingresos, costos y gastos; dependiendo de esto si se han generado utilidades o no. Para el proyecto se estima cada uno de estos rubros para los años de vida útil del estudio de factibilidad.

1.3.4.3 Estado de flujo de efectivos.

Es el documento que informa sobre el origen y la utilización de efectivo y equivalentes, según Izar (2017) define: “Es un estado útil para analizar si se cuenta con la disponibilidad de ingresos suficientes para efectuar los pagos que se tienen comprometidos en un periodo dado, el cual puede ser hasta de una semana” (p.18). Es el principal informe que debe llevar toda entidad para poder identificar las variaciones o movimientos que se presentan en un tiempo determinado, además muestra las entradas y salidas de efectivo y así permita tomar decisiones económicas y evaluar la capacidad de la empresa.

Por lo tanto, es importante que a partir de los flujos netos calculados se puede hacer el análisis para determinar el valor actual neto y la tasa interna de retorno que permita identificar si existe viabilidad o no.

1.3.5 Evaluación financiera.

Es una investigación profunda del destino de la inversión, según Flórez (2015) define: “La evaluación financiera del plan de negocio busca conocer con anticipación el comportamiento futuro y, sobre esta base, tomar decisiones para mejorarlo al llevarlo a la práctica o de archivarlo por resultar inconveniente” (p.146). Los indicadores financieros permiten evaluar el desempeño y la rentabilidad del proyecto, para la correcta toma de decisiones.

1.3.5.1 Valor actual neto.

Es indispensable para escoger la mejor opción de invertir, según Meza (2017) define: “Es un valor que resulta de restarle al valor presente de los ingresos el valor presente de los egresos” (p.134).

El valor actual neto es un indicador que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, que a través de una tasa de descuento se determina si existe o no las condiciones mínimas necesarias para decidir la implementación del proyecto; si la

sumatoria anterior queda con un valor positivo en el año 0 se puede afirmar que hay viabilidad para invertir.

1.3.5.2 Tasa interna de retorno.

Representa el porcentaje de rentabilidad de un proyecto, según Meza (2017) es: “La tasa de interés que iguala lo que recibe con lo que paga, desde la perspectiva del prestamista, la TIR es la tasa de interés que iguala lo que invierte con lo que recibe” (p.146). Así mismo, se define como: “La tasa de descuento que lleva a que el VP de los flujos de efectivo futuros esperados sea igual al flujo de efectivo inicial. Esto equivale a hacer que el VPN sea igual a cero” (Brigham & Ehrhardt, 2018, p.420).

Por lo tanto la tasa interna de retorno es un indicador clave para tomar decisiones de rentabilidad, se determina por un porcentaje máximo al que es posible endeudarse para financiar el proyecto, la misma que puede dar un beneficio o pérdida en las cantidades que no se hayan retirado, para así determinar los criterios de aceptación o rechazo de la implementación de la propuesta.

1.3.5.3 Tasa mínima aceptable de rendimiento.

Es un indicador que ayuda a calcular los beneficios mínimos de rentabilidad que se obtiene al invertir en un proyecto, según López & Lankenau (2017) define como: “La tasa mínima que requiere un inversionista, una persona o una empresa para hacer una inversión; es decir, el porcentaje de ganancia que desea obtener sobre el dinero que invierte” (p.12).

La TMAR es el porcentaje mínimo que la persona o la empresa invierte en el proyecto, el cálculo de este indicador debe ser válido no sólo en el momento de la evaluación, sino en todos los períodos establecidos, con esto ayuda a determinar si dicho proyecto puede generar ganancias o no.

CAPÍTULO II

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

Introducción

Es el estudio de los métodos, procedimientos y técnicas utilizados para obtener nuevos conocimientos de los problemas y fenómenos planteados, por consiguiente, llevar a la solución.

En este capítulo se especifica la metodología que se emplea para recopilar información indispensable para la elaboración del trabajo. Para una mejor comprensión se detallan los métodos, variables, técnicas, instrumentos e indicadores; que se utilizan en el proceso de investigación.

Objetivos

Objetivo general.

Detallar los procedimientos metodológicos a utilizar, a través del uso de técnicas e instrumentos de investigación con el fin de recolectar información confiable y ordenada.

Objetivos específicos.

- Establecer la metodología a utilizar en el desarrollo de la investigación.
- Seleccionar las técnicas que permitan obtener la información del proyecto.
- Identificar las variables a investigar en el desarrollo del trabajo.
- Detallar los indicadores que ayudan al estudio de las variables seleccionadas.
- Diseñar los instrumentos que faciliten la recopilación de datos.

2.1 Tipos de investigación

Es el enfoque general de toda la investigación, determina los pasos a seguir, las técnicas, métodos e instrumentos que puedan emplearse y además analiza los datos recaudados. El proyecto tiene la característica de ser social, pues permite diagnosticar los problemas que requieran de una solución, al diseñar productos o servicios que se adapten a las necesidades de las personas.

2.1.1 Investigación de campo.

Esta investigación comúnmente se realiza en los lugares donde se localiza el objeto de estudio, que permite de manera directa recolectar datos acerca de la situación real y con esto facilitan la revisión y transformación. Se emplea principalmente en el estudio de mercado, donde se hace partícipe en la vida cotidiana de quienes conforman el segmento meta, que a través de la aplicación de métodos de observación, entrevistas y encuestas se recopila información directa acerca del problema que se investiga.

2.1.2 Investigación explicativa.

Este tipo de investigación se utiliza con el fin de determinar causas y consecuencias de un fenómeno, define el ¿por qué? y ¿para qué? del objeto de estudio. Se aplica alrededor de todo el proyecto, comenzando desde el objetivo del estudio de factibilidad, la explicación clara de los términos en el fundamento teórico; en los procedimientos metodológicos, la aplicación de las técnicas e instrumentos.

Dentro del diagnóstico, se utiliza en la descripción de las características de la población; en el estudio de mercado para detallar las particularidades de la oferta y la demanda; en el técnico, se explica el lugar donde se implementa el proyecto y por último dentro del financiero se realiza los cálculos de los indicadores, para determinar los criterios de aplicabilidad.

2.1.3 Investigación documental

Este tipo de investigación se basa en series de métodos, técnicas de búsqueda, proceso y acumulación de la información con datos coherentes y argumentados en documentos, libros, revistas, sitios web oficiales y artículos científicos.

Se aplica en el diagnóstico situacional para obtener información a partir de documentos comprobados y material bibliográfico que brinde datos precisos y adecuados para sustentar el proyecto.

2.2 Métodos de investigación

Los métodos son los diferentes modelos de procedimientos apreciables, comunicables y reproducibles que se emplea en una investigación, enfocando principalmente en las necesidades del problema que se desea analizar.

2.2.1 Método cuantitativo.

Es el estudio y observación de la realidad mediante los diferentes procedimientos establecidos en la medición; los resultados se basan en la estadística y son generalizables. Este método se utiliza en el estudio de mercado, que permite realizar un análisis previo de los datos de la oferta, la demanda y el segmento de compradores al cual se dirige el proyecto que se determina a través del cálculo de una muestra. También, se utiliza datos cuantitativos dentro del técnico, para conocer el tamaño de la inversión inicial y en el financiero, para proyectar los ingresos, costos y gastos en base a parámetros establecidos.

2.2.2 Método cualitativo.

Es aquella que recolecta información apoyada por la observación de comportamientos naturales que permiten proporcionar respuestas abiertas que ayuden en la interpretación de significados; esta obtención de datos no es cuantificable. Es aplicado dentro del estudio de mercado, para analizar los aspectos relevantes del segmento meta y validar con el método cuantitativo que ayude a determinar el tipo del producto y la cantidad que se va a ofrecer.

En el diagnóstico situacional este tipo de metodología permite detallar los datos relevantes con respecto a antecedentes del sitio donde se implementa el proyecto, los datos históricos y actuales del crecimiento poblacional, mejoramiento en diferentes aspectos vinculados a la calidad de vida como son: la educación, el empleo, las actividades productivas, seguridad entre otros, todo relacionado con el cantón Otavalo.

2.2.3 Método descriptivo.

Este tipo de investigación se realiza con el fin de abastecer una interpretación más completa de los fenómenos, situaciones, eventos, que se procure analizar, sin buscar causas ni consecuencias.

Esta investigación se aplica en: el diagnóstico situacional, para describir los aspectos del entorno los cuales pueden afectar tanto positiva o negativamente al implementar el estudio de factibilidad; en el análisis de mercado, debido a que se describe las características de las alpargatas y la competencia que existe para el producto que se requiere ofertar; en el técnico, se detallan los procesos desde el momento que ingrese la materia prima hasta obtener el producto final y se analiza la macro y micro localización del lugar específico donde se ubica el proyecto.

2.2.4 Método deductivo.

Este método se aplica dentro del estudio de la situación real y que permita con exactitud las verificaciones de condiciones básicas a evidenciar y se genera a partir de los datos generales para llegar a una conclusión particular.

El método deductivo se establece en el estudio económico, al realizar el análisis financiero a partir de las concepciones que se han fijado acerca de la aplicación de los indicadores que ayuden a verificar si el proyecto es factible o no en un periodo de tiempo.

Dentro del estudio de mercado, se analizan los comportamientos con respecto al incremento poblacional, la oferta, la demanda, precios y productos que con la cuantificación de la tasa de crecimiento se identifican las características explicadas en datos históricos, la misma que permiten realizar las proyecciones necesarias para esas variables en los siguientes años que constituye la vida útil del proyecto.

2.2.5 Método inductivo.

Es un proceso utilizado para poder sacar conclusiones generales de los hechos particulares, se basa en la observación y el estudio de diversos sucesos reales. Este método se emplea en el estudio de mercado, debido a que mediante la aplicación de instrumentos de investigación se puede asimilar con certeza todas las características de la muestra frente a gustos y necesidades que impulsan a la elección de un determinado producto o servicio, por lo tanto, estas particularidades son generalizadas para todo el universo.

2.3 Técnicas de investigación

Se refiere al conjunto de herramientas y procedimientos que permiten obtener información confiable y verídica. Para este estudio se emplean: fuentes de información primarias como la observación, la entrevista y la encuesta, mismas que se aplica a los posibles consumidores; y fuentes de información secundaria como artículos científicos, sitios web oficiales, entre otros.

2.3.1 Técnicas de recolección de información primaria.

Es aquella información original y de primera mano que se obtiene directamente con la persona u objeto investigado con el fin de recolectar datos válidos. Esta contiene información directa antes de ser analizado por otro investigador. Se utilizan las siguientes fuentes primarias:

- **Encuesta**

Es una técnica que ayuda a recolectar información sobre diferentes temas. Una encuesta permite solicitar información a través de un cuestionario, mismas que deben ser de manera física o digital. Esta encuesta se aplica a los habitantes de la ciudad de Otavalo para determinar la demanda existente, para ello se selecciona una muestra que represente a la población, para posteriormente realizar el respectivo análisis.

- **Entrevista**

Es una técnica que consiste en obtener información directa y oral, esto se lo puede realizar con la ayuda de un cuestionario que sirve como base para que la conversación sea fluida. Esta

técnica se aplica a los productores y comerciantes de alpargatas de la ciudad, para ello se hace uso de una lista de preguntas abiertas con el fin de recopilar información primordial; así mismo, ayuda a identificar si el proyecto tiene viabilidad de mercado. Antes de realizar la entrevista es necesario tener suficiente información sobre el tema, con el objetivo de que sea interactiva y crítica.

- **Observación**

A través de esta técnica se obtiene datos de forma activa del entorno en donde se implementa el proyecto, con la ayuda de una ficha donde se registran datos para posteriormente realizar el respectivo análisis. Por este medio se obtiene información de microempresas existentes dedicadas a la misma actividad económica de la ciudad de Otavalo, por consiguientes, analizar los aspectos y características, esta información ayuda a descubrir posibles problemas existentes a la hora de realizar el proyecto.

2.3.2 Técnicas de recolección de información secundaria.

Son informaciones que han sido recolectadas por otro investigador y que se utiliza en el proyecto, estas fuentes principales son: Sitios Web, Libros, revistas, entre otros. Algunas de estas pueden ser menos confiables que las primarias debido a que han sido escritas por personas que no han vivido esos hechos. Esta técnica se emplea en el estudio diagnóstico debido a que se recopila información en las páginas web del GAD cantonal, el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Otavalo y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

2.4 Instrumento de investigación

Son herramientas que el investigador utiliza para recolectar información de la muestra seleccionada. Cada tipo de instrumento está ligado a fuentes primarias, mismos que se detallan a continuación:

- **Cuestionarios.** - Es un conjunto de preguntas que el investigador emplea para la recolección de datos de un grupo de personas para posteriormente realizar la respectiva

tabulación y análisis. También se lo utiliza en el estudio de mercado para identificar la demanda y oferta que existe, los precios que los clientes estarán dispuestos a pagar, entre otros.

- Guion de entrevista. – Está compuesta por una lista de puntos que el entrevistador manifiesta en la conversación con el propósito de obtener información clara.
- Ficha de observación. – Es un documento que obtiene información del entorno en donde se aplica el proyecto, pueden variar el formato según la situación. Es utilizado en el estudio de mercado porque brinda información del sitio donde se implementa la microempresa con el fin de verificar la aceptación en el mercado.

2.5 Variables

Son características o cualidades por estudiar, que pueden ser medidas y manipuladas durante la investigación. Y pueden clasificarse en:

2.5.1 Variables independientes.

Es aquella que se utiliza para medir los aspectos que afectan la investigación, siendo así el factor condicionante de las variables dependientes. Son importantes para efecto de este proyecto porque permiten conocer de manera más profunda las características de la población del cantón Otavalo.

2.5.2 Variables dependientes.

Es la situación que se ve afectada por otros factores, mismas que se pueden modificar como consecuencia de un cambio en las variables independientes. Son aquellas que se miden con el objetivo de interpretar los resultados.

Las variables primordiales que se toma en cuenta en el estudio diagnóstico y en el de mercado que ayuden a la obtención de información relevante para el proyecto mismas que son:

Estudio diagnóstico

- Demográfico

- Geográfico
- Económico
- Social
- Político
- Ambiental
- Cultural

Estudio de Mercado

- Demanda
- Oferta
- Producto
- Precio
- Publicidad
- Plaza
- Promoción

2.6 Indicador

Es una medida verificable referida a un conjunto de parámetros o atributos, deben ser confiables y ayudan al estudio de las variables. De la misma manera, brindan información cuantitativa o cualitativa para después realizar el análisis, el cual evalúa en qué situación se encuentra el mercado.

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Introducción

Un diagnóstico situacional es la identificación de diversas problemáticas de una población, con el propósito de evaluar la condición actual de la localidad con el fin de proponer soluciones a los problemas existentes.

En este capítulo se detallan variables e indicadores que son de apoyo para obtener información relevante del entorno mediante la descripción de aspectos demográficos, geográficos, económicos, sociales, políticos, ambientales y culturales con el fin de conocer a profundidad el lugar en donde se implementa el proyecto. Además, se identifican los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos para posteriormente analizar y realizar los respectivos cruces que permiten identificar los aspectos positivos que brinda la ejecución del estudio de factibilidad.

Objetivos

Objetivo general.

Realizar un diagnóstico situacional del entorno para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a través de la información publicada en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo con el fin de verificar la aplicabilidad del proyecto.

Objetivos específicos.

- Identificar la situación demográfica de Otavalo.
- Analizar los aspectos geográficos de la ciudad de Otavalo.
- Determinar el nivel económico de los habitantes de la ciudad.
- Investigar aspectos sociales de la población objetivo.
- Estudiar los aspectos políticos de interés de la ciudad.

- Identificar la problemática ambiental de la localidad
- Indagar los aspectos culturales de la zona.

3.1 Desarrollo de las variables diagnósticas

Se refiere a una cualidad, propiedad o característica del objeto de estudio que puede ser medido o evaluado, son una parte fundamental de los proyectos pues permite analizar los diferentes aspectos del diagnóstico situacional.

A continuación, se enlistan las variables que se analiza en el desarrollo del capítulo:

- Aspectos demográficos
- Aspectos geográficos
- Aspectos económicos
- Aspectos sociales
- Aspectos políticos
- Aspectos ambientales
- Aspectos culturales

3.2 Indicadores

Es una medida de preferencia referida a un conjunto de parámetros que permite evaluar el progreso con respecto a los objetivos planteados, mismas que deben ser definidas en términos precisos, que describan clara y exactamente lo que está midiendo; dicho de otra forma, los indicadores ayudan a estudiar el comportamiento de una variable.

Los principales indicadores por desarrollarse son:

3.2.1 Aspectos demográficos.

- ✓ Densidad poblacional
- ✓ Tasa de crecimiento
- ✓ Población económicamente activa
- ✓ Edad

- ✓ Ocupación

3.2.2 Aspectos geográficos.

- ✓ Ubicación
- ✓ Superficie
- ✓ Vías de acceso a la comunidad
- ✓ Servicios básicos

3.2.3 Aspectos económicos.

- ✓ Actividades económicas
- ✓ Trabajo y empleo
- ✓ Financiamiento para micro emprendedores
- ✓ Infraestructura y servicios para el fomento productivo
- ✓ Organizaciones económicas

3.2.4 Aspectos sociales.

- ✓ Educación
- ✓ Acceso a espacios públicos
- ✓ Grupos étnicos
- ✓ Seguridad
- ✓ Patrimonio cultural

3.2.5 Aspectos políticos.

- ✓ Apoyo de las iniciativas a los pequeños productores

3.2.6 Aspectos ambientales.

- ✓ Recursos naturales
- ✓ Cambios climáticos
- ✓ Factores contaminantes

3.2.7 Aspectos culturales.

- ✓ Tradiciones
- ✓ Costumbres
- ✓ Festividades
- ✓ Vestimenta
- ✓ Comidas típicas
- ✓ Idioma
- ✓ Formas de organización

3.3 Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1
Matriz relación diagnóstica

Objetivo general	Objetivos específicos	VARIABLES	Indicadores	Fuentes de información / público informante	Técnicas	Ítems
Realizar un diagnóstico situacional del entorno para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que permita conocer las principales características de la población del cantón Otavalo	Identificar la situación demográfica del mercado meta	Aspectos demográficos	<ul style="list-style-type: none"> Densidad poblacional Tasa de crecimiento Población Económicamente Activa Edad Ocupación Ubicación 	PODT del GAD de Otavalo	Investigación documental	Fuente secundaria
	Analizar los aspectos geográficos del cantón Otavalo	Aspectos geográficos	<ul style="list-style-type: none"> Superficie Vías de acceso a la comunidad Servicios básicos Actividades económicas Trabajo y Empleo 	PODT del GAD de Otavalo	Investigación documental	Fuente secundaria
	Determinar el nivel económico de la población	Aspectos económicos	<ul style="list-style-type: none"> Financiamiento Infraestructura y servicios para el fomento productivo Organizaciones Económicas 	PODT del GAD de Otavalo	Investigación documental	Fuente secundaria
	Investigar aspectos sociales del cantón	Aspectos sociales	<ul style="list-style-type: none"> Educación Acceso a espacios públicos Grupos étnicos Seguridad Patrimonio cultural 	PODT del GAD de Otavalo	Investigación documental	Fuente secundaria
	Estudiar los aspectos políticos de interés del cantón.	Aspectos políticos	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo de las iniciativas a los pequeños productores 	Plan Nacional del Desarrollo Toda una Vida 2017-2021	Investigación documental	Fuente secundaria
	Identificar la problemática ambiental de la localidad	Aspectos ambientales	<ul style="list-style-type: none"> Recursos naturales Cambios climáticos Factores contaminantes 	PODT del GAD de Otavalo	Investigación documental	Fuente secundaria
	Indagar los aspectos culturales del lugar	Aspectos culturales	<ul style="list-style-type: none"> Tradiciones Costumbres Festividades Vestimenta Comidas típicas Idiomas Formas de organización 	PODT del GAD de Otavalo	Investigación documental	Fuente secundaria

Elaborado por: Las Autoras

3.4 Análisis de variables diagnósticas

3.4.1 Densidad poblacional.

Es un indicador que mide el número promedio de habitantes de un área urbana o rural con relación a una unidad de superficie dada.

Otavalo cuenta con el fortalecimiento de estructuras para movilidad y convivencia, al ser la cabecera cantonal mantiene una cantidad de 713 habitantes por km², en la actualidad presenta una superficie de 937,53 hectáreas que significa el 1,91% del territorio cantonal.

3.4.2 Tasa de crecimiento.

Es una medida de aumento o disminución de la población en un período determinado, como resultado de movimientos de migración, de nacimiento y defunciones; expresado en porcentaje del año base.

Según los datos del INEC, la tasa de crecimiento durante el periodo intercensal 2001-2010 es de 1.95%, este valor se lo divide para 10 años y anualmente representa la tasa de 0,19%.

3.4.3 Población Económicamente Activa (PEA).

Es un indicador que se refiere a todas las personas en edad de trabajar, que se encuentren ejerciendo o buscando algún puesto de trabajo en la actualidad.

La población económicamente activa representada por 52,3% que es lo mismo a los 65.785 habitantes y está dividida por los sectores económicos que representan lo siguiente: el 19,51% es decir 12.825 se dedican a la actividad agrícola, el 24,43% como 16.071 al sector manufacturero, el comercio o servicio constituye el 47,29% también 31.110 y por último construcción, enseñanza en otras es de 8,02% o lo mismo que 5.276; cabe destacar que se contempla a aquellas personas que realizan las actividades al menos 1 hora dentro del hogar por un ingreso y están conformadas por las personas desde los 10

años y más como también aquellas que no tienen empleo, pero están disponibles para trabajar y buscan empleo.

3.4.4 Edad.

Es el indicador que representa el lapso que transcurre desde el nacimiento hasta el momento de referencia de la vida de un ser humano.

La población mayoritaria, quienes se dedican a diferentes actividades por tener un ingreso adicional, se encuentra en los grupos de 10 – 64 años, y la cantidad en minoría comprende las edades de 65 años en adelante pero que igual laboran en las actividades de la agricultura para obtener los productos de consumo familiar.

3.4.5 Ocupación.

Hace referencia a lo que una persona se dedica, empleo con alguna profesión, actividad cotidiana, lo que demanda tiempo sea parcial o completo.

Los habitantes del cantón Otavalo en gran parte se dedican a la producción y comercialización de diferentes bienes como textiles, sombreros, instrumentos musicales, entre otros. Por lo tanto la actividad artesanal, es la partida principal de ingresos que concentra a compradores y vendedores los días miércoles, viernes, en mayor medida los sábados en la plaza de los ponchos; seguido de comercio de alimentos; el turismo es la actividad que más atrae, con un gran aceptación por parte de los turistas extranjeros y se determina como los sectores que dinamizan la economía; por último la agricultura y la ganadería, la mayoría no tiene una remuneración fija debido a que se desarrolla a nivel familiar, sin generar compromiso ni obligación de pago.

3.4.6 Ubicación.

Es aquel indicador que se relaciona a un espacio geográfico, útil para la localización, que permite identificar el sitio exacto de un punto del área terrestre.

El cantón Otavalo se ubica en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura, uno de los destinos turísticos más importantes visitado por viajeros nacionales y extranjeros atraídos por la riqueza cultural. Se encuentra localizada geográficamente en las siguientes coordenadas: al norte los cantones de Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; sur con Pichincha; al este Ibarra y Cayambe; al oeste Quito y Cotacachi, de igual manera se sitúa en el callejón interandino a 110 km de la capital de Quito y a 20 km de la ciudad de Ibarra.

3.4.7 Superficie.

Se describe a una parte de terreno o al límite de algo y se toma en cuenta la longitud y latitud.

El cantón Otavalo, fue creado el 25 de junio de 1824, está integrado por 11 parroquias de las cuales 2 son urbanas y 9 rurales con un área de 82,10 km² en la zona urbana y 424,37 km² en la rural con una extensión total de 507,47 a 579 km² que representa 49.796,96 hectáreas, en una altitud de 2.564 metros sobre el nivel del mar (msnm).

3.4.8 Vías de acceso a la ciudad.

Es el camino adecuado a través del cual se puede acceder a un lugar que representa segmentos de unión de rutas a través de las cuales se puede ingresar.

Tiene tramos viales como: Cajas-Otavalo con 6 rutas de circulación que facilita la movilidad en el ingreso sur, hasta el empate Los lagos con 8 carriles, 4 centrales para usuarios que viajan hacia el norte y 4 laterales de servicio urbano, Otavalo- Ibarra con 6 carriles

3.4.9 Servicios básicos.

Es un indicador de las situaciones favorables en el bienestar social, que hacen posible tener una vivienda digna para la población con acceso a servicios de agua potable, drenaje sanitario y energía eléctrica.

En Otavalo los servicios básicos con mayor cobertura es el sistema eléctrico con 95%, seguido por la recolección de desechos sólidos con 82%, agua potable con 72% y alcantarillado con 68%, siendo los servicios más eficientes en el sector urbano.

Se establece déficit en coberturas y requerimientos de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica y desechos sólidos y se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 2
Déficit de servicios básicos

Servicio	Urbano		Rural		Total	
	Avance	Déficit	Avance	Déficit	Avance	Déficit
Agua potable	90,90	0,50	60,40	3,00	72,30	2,00
Alcantarillado	92,70	1,10	37,50	16,90	59,20	10,60
Energía eléctrica	99,00	0,82	93,30	6,35	95,50	4,18
Desechos sólidos	96,80	0,20	73,40	0,70	82,60	0,50

Fuente: GAD Otavalo

3.4.10 Actividades económicas.

Es un proceso que trata de fabricar y comercializar un producto o un servicio, al generar esto crea valor que lleva a la obtención de una ganancia.

Las principales actividades económicas a las que se dedica la población del cantón Otavalo según datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial son: la agricultura, la producción y el comercio. Los principales cultivos que se producen son: maíz, fréjol, habas; hortalizas como: brócoli, espárragos. Los productos de manufactura son bolsos, chompas, blusas, alpargatas, monederos, manillas, collares, pulseras, entre otros.

3.4.11 Trabajo y empleo.

Este indicador permite evaluar el aumento de los ofertantes que prestan servicios de mano de obra en el mercado laboral del cantón, donde se determina que el 50,48% de la población está en edad de trabajar, que incluye a personas de 10 años y más, entre ellas estudiantes, jubilados y pensionistas quienes se dedican a los que haceres domésticos. Por

lo tanto, es uno de los centros económicos con producción agrícola, manufacturera, comercial y construcción.

3.4.12 Financiamiento para microempresas.

Es el conjunto de recursos económicos de la cual se concede un crédito a una entidad financiera para que lleve a cabo un proyecto, que permita adquirir bienes o cubra gastos de una actividad; siendo uno de los más usuales que acceda a la apertura de un nuevo negocio.

En el cantón Otavalo es primordial acceder a créditos otorgados por instituciones financieras siempre y cuando se invierta para el aumento de la productividad. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, se identifica que el 70,27% la demanda es a través de bancos privados, los 15,38% mediante cooperativas, el 5,82% en bancos públicos y el 3,18% en Mutualistas. Los créditos están predestinados al consumo y al microcrédito de 36% y 21%, lo cual beneficia la economía en la parte manufacturera y el sector comercial para la compra de bienes y servicios y el 17% que representa a los emprendimientos que facilita la creación de empleo.

3.4.13 Infraestructura y servicios para el fomento productivo.

Los proyectos estratégicos que influyen en el cantón Otavalo se alinean al mejoramiento vial, rescate de lago San Pablo, generación eléctrica, educación y cultura; circunstancias que lo ubican como eje de conectividad entre Esmeraldas, Ibarra y Quito, igualmente con actividades culturales, turísticos y recreativos.

3.4.14 Organizaciones económicas.

En la ciudad de Otavalo existen una gran cantidad de entidades financieras que otorgan créditos para los sectores de industrias, comercio y servicio. A continuación, se detallan las principales instituciones crediticias:

Tabla 3
Instituciones crediticias

	BANECUADOR
	Banco Capital
	Banco Pacífico
	Banco Procredit
	Banco Promérica
	Banco Solidario
	Mutualista Imbabura
	Banco Internacional
	Cooperativa 23 de Julio
	Cooperativa Atuntaqui

Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador

3.4.15 Educación.

En el sector urbano del cantón Otavalo el nivel de educación comprende de edades de 5 y 14 años que asisten a escuelas primarias, jóvenes de 15 y 17 acuden a instituciones secundarias y estudiantes de 18 y 24 a Universidades. En las zonas rurales es mucho menor la educación puesto que la población empieza a trabajar desde muy temprana edad. Así también existe el abandono escolar debido a que migran a otros países con el fin de conseguir un nivel de vida mejor o porque no cuentan con ingresos suficientes para continuar con los estudios.

3.4.16 Acceso a espacios públicos.

Los pobladores tienen acceso a espacios de encuentro público donde cada habitante pueda convivir con los demás, así como coliseos, estadios de fútbol, centros culturales y áreas verdes que están ubicadas en la ciudad mismos que se detallan a continuación:

Tabla 4
Espacios públicos de Otavalo

Espacio público	Ubicación
Centro Cultural Kinti Wasi o la Casa del Colibrí	Cruz del Socavón Otavalo
Casa de La Juventud	Parque San Sebastián
Biblioteca “Gustavo Alfredo Jácome”	Parque San Sebastián
Polideportivo Francisco Páez	Liga Cantonal de Otavalo
Parque San Sebastián	Atahualpa y Juan de Albaracín
Plaza Sarance	Atahualpa y Mejía
Parque Bolívar	García Moreno y Bolívar
Parque 31 de octubre	Cdla. 31 de octubre
Parque Lineal	Av. Alfonso Cisneros
Piscina Neptuno	Barrio La Florida
Fuente de Punyaro	Barrio Punyaro
Parroquias y Comunidades del cantón	Estadios y/o canchas de vóley

FUENTE: CELAEP

3.4.17 Grupos étnicos.

Otavalo tiene una diversidad étnica y cultural que los identifican, mismos que se detallan como: El 57,24% está conformado por la nacionalidad Kichwa, seguido del 40,3% que corresponde al grupo mestizo y el 2,46% a grupos afroecuatorianos y mestizos. El pueblo kichwa generalmente se encuentra en las comunidades rurales que están dirigidas por cabildos y la principal actividad es fabricar y comercializar artesanías. Por esta diversidad cultural Otavalo fue elegido como “Capital Intercultural del Ecuador”.

3.4.18 Seguridad.

Otavalo cuenta con un departamento de Bomberos en el centro de la ciudad con un total de 19 trabajadores, también la policía Nacional brinda servicios de protección a la ciudadanía. De la misma manera cada parroquia cuenta con una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) que es un complemento a la seguridad y recepción de denuncias.

3.4.19 Patrimonio cultural.

La ciudad cuenta con diversos bienes de patrimonio cultural como: Iglesias, conventos, esculturas, pinturas, cerámicas, entre otros. Además, cuenta con patrimonios intangibles, así como: el saber de la medicina ancestral de los pueblos, las costumbres y la tradición oral que está relacionada con relatos, historias, cuentos y mitos. En cuanto a la riqueza cultural se encuentran:

El Kallary Raymi o Fiesta de inicio que se celebra el 28 de enero al 10 de febrero, que es el comienzo de todas las festividades; el Pawkar Raymi o Carnaval se la realiza el mes de febrero que dura aproximadamente 11 días; el Inti Raymi o Fiesta del sol, inicia el 22 de junio con baño ritual en ríos o cascadas sagradas; la Fiesta del Yamor que se celebra por la cosecha del maíz y se realiza a finales del mes de agosto; el Kuya Raymi o Fiesta de la Fertilidad que se celebra cada 21 de septiembre y está relacionada con a la fecundidad de la Pachamama; y el Kapak Raymi o Solsticio de Invierno que se da el 21 de diciembre que es el inicio de nuevo período de siembra.

3.4.20 Apoyo de las iniciativas a los pequeños productores.

El gobierno actual está trabajando con políticas de estado que fomenten emprendimientos para pequeños productores y de esta manera promover las oportunidades laborales y reducir el índice de desempleo, subempleo e informalidad en el país.

3.4.21 Recursos naturales.

El cantón tiene bellezas escénicas, así como, páramos, bosques nativos, biodiversidad, los cuales pueden ser aprovechados con fines turísticos. El sitio no cuenta con plantas generadoras de energía por lo que deben aprovechar los recursos naturales. Actualmente la empresa EMELNORTE brinda el servicio de electricidad y alumbrado.

3.4.22 Cambios climáticos.

En el cantón, debido a la ubicación, oscilan precipitaciones de 900mm a 1000mm; mientras que la temperatura puede ser entre 9 - 21° C. El clima influye en la formación vegetal, es por esta razón que existe una gran variedad de productos agrícolas para consumo o comercialización en zonas rurales.

3.4.23 Factores contaminantes.

El deterioro de los suelos es debido al monocultivo porque si bien consiguen un aumento de productividad también puede ser insostenible en el tiempo, así mismo el uso excesivo de insecticidas puede afectar a largo plazo los recursos naturales perjudicando las vertientes de agua y ecosistemas frágiles.

3.4.24 Costumbres y tradiciones.

Otavaló cuenta con parroquias que aún conservan algunas costumbres de los antepasados como: recobrar y fortalecer la tradición oral que consiste en relatar mitos y leyendas; la producción, comercialización de productos agrícolas y cereales, aprovechando la potencialidad que tienen los suelos y con un clima favorable; el uso de medicinas tradicionales que consisten en recolectar plantas como el llantén, manzanilla, ortiga, entre otros que pueden ser utilizadas para curar diversas dolencias o para la realización de limpiezas. Todas estas costumbres han sido practicadas a lo largo de los años con el fin de no perder las enseñanzas que dejaron los antepasados.

3.4.25 Festividades.

En Otavaló se realiza diversas celebraciones con el fin de que las personas se integren y convivan entre ellos. Es así como algunas de esas fechas festivas son:

Tabla 5
Festividades tradicionales.

Festividad	Detalle
Kallary raymi	<p>Se celebra del 28 de enero al 10 de febrero, como el inicio de una etapa de florecimiento; también busca desarrollar e impulsar las actividades deportivas, culturales y de exaltar la riqueza de los pueblos. Entre las actividades que se realizan están: Indor fútbol, básquet y juegos tradicionales de agrado para todo el público.</p>
Pawkar raymi	<p>Generalmente se lo realiza en el mes de febrero de cada año, teniendo una duración aproximada de 11 días. Inicia con la noche de vísperas que en la cual se realiza una fiesta de integración comunitaria, después se realiza la inauguración de los juegos deportivos, seguido de las actividades artísticas también se elige la Ñusta, el Runa Kay que es una ceremonia cultural para jóvenes adolescentes, y por último la Tumaria que es la ceremonia del ritual de agua y las flores.</p>
Inti raymi	<p>Se celebran el 22 junio que es interpretar música con instrumentos tradicionales e involucran actividades como el Armay Chishi (Baño ritual) con el propósito de eliminar las malas energías. En esta fiesta se ofrece ramas de gallos que consiste en preparar caldo de gallo y dar a los invitados de la fiesta, se dice que con una soga se enganchan varios gallos y serán arrancados por uno de los presentes y este deberá entregar 12 gallos el próximo año.</p>
Yamor	<p>Se realiza a finales del mes de agosto como significado de agradecimiento por la cosecha del maíz. Incluyen diversas actividades como el pregón de fiesta, la elección de la reina, travesía natatoria a la Laguna San Pablo y festivales de música.</p>
Kulla raymi	<p>Se realiza el 21 de septiembre, es el inicio de la época de siembra. Se celebra con el objetivo de mantener la cultura, idioma y vestimenta. Y las principales actividades incluyen: baños rituales, elección de la ñusta, música, danza y un almuerzo.</p>
Dia de difuntos	<p>Se lo realiza el 2 de noviembre que consiste en las visitas al cementerio donde se efectúa oraciones y degustan las comidas que acostumbraba a comer el difunto.</p>
Kapak raymi	<p>Se celebra el 21 de diciembre que consiste en la reunión de todos los líderes indígenas para agradecer al sol por el inicio del nuevo ciclo de siembra.</p>

Elaborado por: Las Autoras

3.4.26 Vestimenta.

La vestimenta de los Kichwas Otavalos se diferencian de las demás nacionalidades del Ecuador, así como:

Femenina.- Se visten con una camisa de seda blanco con bordado de flores de diversos colores, dos anacos de color blanco y azul o negro que se envuelven la cintura y que se sujetan con dos fajas llamadas mama chumpi de color rojo y wawa chumpi que puede ser del color que desee la persona, en el cuello se colocan unos collares conocidos como wallkas que son doradas, en las manos se amarran las manillas o makiwatarinas generalmente de color rojizo, la fachalina que se lleva atada sobre los hombros, el rebozo que es utilizado para cubrir los hombros y la espalda el color puede ser diverso dependiendo del gusto, las cintas usadas para envolver el cabello y para los pies las alpargatas de caucho o cabuya y suelen ser de color negro o azul marino.

Masculino. - La indumentaria del hombre consiste en un pantalón blanco de algodón, el poncho que es amplio, grueso y largo generalmente de color azul o negro, sombrero de paño de color gris o negro, una de las características de los Otavaleños es llevar el cabello largo hecho una trenza pues es característico entre la comunidad, el calzado utilizado son las alpargatas con capelladas de color blanco al igual que la vestimenta femenina puede ser de caucho o cabuya.

3.4.27 Comidas Típicas.

Los principales platillos típicos que representa a la ciudad mismos que son del agrado de cualquier persona se detallan a continuación:

Tabla 6
Comidas típicas

Comidas	Detalle
Champús	Se lo consume en noviembre o en funerales esta hecho a base de harina de maíz que se lo deja fermentar por máximo tres días y se lo cocina.
Chicha o Aswa	Bebida tradicional hecha a base de maíz que se consume en ceremonias o fiestas.
Cuy asado	Generalmente se lo prepara al carbón después de haberle untado con sal y aliños para posteriormente introducirlo en un palo y asarlos.
Habas calpo	Es un plato muy exquisito que se lo acompaña con papas, melloco y tostado lo cual es altamente nutritivo para la persona que lo consuma.
Runa tanda	Se lo hace a base de harina de maíz que se lo amasa y se lo deja reposar un par de minutos para después moldearlo y hornearlo
Fritadas	Se lo prepara cocinando la carne de cerdo con condimentos como el ajo para después freírlo, por último, se lo puede servir con el acompañamiento de papas cocinadas con cáscara, mote y queso.
Hormado	Se las puede servir con tortillas de papas, mote, el curtido de cebollas, el aguacate, lechuga, habas y ají.

Elaborado por: Las Autoras

3.4.28 Idiomas.

El idioma utilizado por la mayoría de los habitantes mestizos de la ciudad es el español mientras que los adultos mayores indígenas optan por utilizar la lengua nativa que es el Kichwa, así mismo, buscan fortalecer la identidad cultural por lo que se crean capacitaciones con el fin de no perder este idioma ancestral. También tienen un interés por aprender el idioma inglés por el valor práctico para las migraciones internacionales.

3.4.29 Formas de organización.

El cantón Otavalo cuenta con barrios, ciudadelas, urbanizaciones, cooperativas de vivienda, clubes deportivos, culturales y religiosos. Así mismo en el sector urbano existen 32 clubes deportivos, 25 organizaciones religiosas, 40 organizaciones de música, entre otros. Además, las zonas rurales o comunidades están conformadas por los cabildos,

clubes deportivos, las organizaciones campesinas, grupos de mujeres, de jóvenes, asociaciones y delegados culturales, instituciones religiosas, asociaciones de artesanos.

3.5 Construcción de la matriz AOOD

Esta matriz sistematiza la información del diagnóstico situacional de la ciudad de Otavalo mediante el análisis de las variables y resultados detallados que permita tener una visión clara de la situación actual del entorno.

Tabla 7
Matriz aliados, oponentes, oportunidades y riesgos

ALIADOS	OPONENTES
A1 Contar con una infraestructura idónea para la implementación del proyecto.	Op1 Competencia con productores/comerciantes que se dedican a la elaboración de productos similares y que ofrecen a bajos costos.
A2 Gestionar convenios con los locales en la ciudad de Otavalo quienes se dedican a la venta de vestimentas indígenas, mismas que pueden promover la comercialización de las alpargatas.	Op2 Falta de recursos financieros para adquirir maquinarias
A3 Proveedores existentes de materia prima en la localidad.	Op3 Disminución de compra de la vestimenta indígena por parte del público debido al ingreso de otras culturas.
A4 Organizar expo ferias con la ayuda del gobierno cantonal para poner a la vista del público las alpargatas producidas en la microempresa.	
OPORTUNIDADES	RIESGOS
Opt1 Clientes fidelizados que adquieran el producto a través de una atención personalizada.	R1 Inestabilidad económica por parte de los habitantes de la parroquia
Opt2 Exhibición de las alpargatas en festividades tradicionales locales.	R2 Elevados precios de materias primas
Opt3 Extensión de mercado de las alpargatas con demanda potencial en las parroquias rurales de Angochagua- La Esperanza y en general de la provincia de Imbabura, por medio de la implementación de nuevas sucursales.	R3 Insuficiencia de la materia prima en los stocks de los proveedores de la localidad
Opt4 Conocimiento de la autora para la elaboración de alpargatas.	

Elaborado por: Las Autoras

3.6 Cruces estratégicos

3.6.1 Aliados- Oponentes.

A1- Op1

Contar con una infraestructura idónea para cada subproceso y que el personal cumpla con la función asignada en la elaboración de las alpargatas, de manera que sea una ventaja frente a la competencia, que permita tener un volumen alto de producción y de la misma manera incrementar los ingresos.

A2- A4- Op2- Op3

Con las expo-ferias se pretende poner en exhibición las alpargatas que ofrece la microempresa, con el fin de incentivar la compra, de la misma manera gestionar convenios con locales de la ciudad de Otavalo que permita aumentar la comercialización y obtener mayor rentabilidad para poder acceder a la adquisición de las maquinarias y que ésta facilite el incremento de la productividad.

3.6.2 Aliados- Oportunidades.

A2- A4- Opt1- Opt3

La alianza con los locales de vestimenta indígena es una gran oportunidad de crecimiento para el negocio porque permite que el mercado meta no sea solo la ciudad de Otavalo, sino que busque expandirse en otros lugares, una de las estrategias que ayuda son las expo-ferias en las que se dará a conocer todos los productos que se ofrece con el objetivo de fidelizar a los clientes.

A3- Opt2- Opt4

La existencia de los proveedores de materia prima e insumos en la misma localidad facilitan a los productores para la elaboración de las alpargatas; también es importante contar con conocimientos tanto del propietario como de la autora, de tal forma que se facilite la producción, logrando fabricar una cierta cantidad de alpargatas en menor

tiempo. De la misma manera se consigue crear convenios con almacenes y extender el mercado no sólo en Otavalo, sino en las demás parroquias de Imbabura.

3.6.3 Aliados- Riesgos.

A3- R2- R3

Al existir un proveedor local que facilite la adquisición de materia prima se ahorra el tiempo de viaje a otras ciudades y el costo para transportarlos, esto influye para que el costo del producto final sea ofertado en precios moderados. O también se puede crear convenios directos con la empresa matriz de insumos y así reducir intermediarios.

3.6.4 Oportunidades- Oponentes.

Opt2- Opt3- Op1

Una ventaja al implementar el proyecto es la diversidad de modelos que se va a ofrecer al público en las festividades locales con el fin de que sean atractivos para todo aquel que visite la microempresa, de modo que al existir la factibilidad se puede extender en Angochagua y la Esperanza.

Opt1- Op2- Op3

Al posicionarse en el mercado se busca la manera de fidelizar al cliente y atraer a más público mediante las estrategias de difusión de publicidad a través de radio Ilumán y Canela; y la promoción que consiste en un descuento por la compra de una cantidad significativa de alpargatas todo esto con el fin aumentar los ingresos que permitan adquirir a futuro maquinarias.

3.7 Identificación del problema diagnóstico u oportunidad de inversión

Con la información que se obtuvo en el diagnóstico situacional a través del estudio de las variables y los respectivos indicadores, se ha visto una oportunidad de crear la microempresa que ofrezca productos que complementen la vestimenta Kichwa Otavalo

pues gran parte de la población son de etnia indígena y realizan diversas festividades que involucren el uso del traje tradicional no solo en la ciudad sino a nivel provincial.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

Introducción

En este capítulo se detallan puntos imprescindibles para identificar el entorno en donde se implementa la microempresa, para ello se considera: el estudio de mercado que ayuda a identificar el nivel de aceptación del producto mediante el reconocimiento de variables e indicadores; el técnico relacionado con la localización, los equipos que se utilizan en la elaboración del producto; dentro del financiero se analiza los recursos económicos que se requieren para la puesta en marcha de la organización y realizar las respectivas proyecciones y la estructura organizacional enfocado en plantear una propuesta como: razón social de la microempresa y la filosofía empresarial. Todo esto se lo realiza con el fin de poder determinar si el proyecto a implementar es o no viable.

Objetivo general

Estructurar una propuesta mediante el análisis del estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional que permitan evaluar la viabilidad del proyecto.

ESTUDIO DE MERCADO

Introducción

Un estudio de mercado es el conjunto de acciones que permite analizar la viabilidad de un proyecto, se caracteriza por ser un proceso, durante el cual se recopila gran cantidad de información respecto a los clientes, competidores y el entorno.

En esta unidad se analiza el comportamiento de las variables del mercado como son: oferta, demanda, precios, canales de distribución, entre otros mismas que intervienen en la elaboración y comercialización del bien; con la información recopilada a través de las técnicas de investigación se busca diseñar estrategias adecuadas para comercializar el producto.

Objetivo general.

Realizar un estudio de mercado a través de técnicas de investigación como: la encuesta, entrevista, observación y también hacer uso de instrumentos con el objetivo de identificar las variables e indicadores que influyen en la demanda, la oferta y las estrategias de comercialización de manera que se pueda conocer el comportamiento de la población meta de la ciudad de Otavalo.

Objetivos específicos.

- Analizar la demanda del segmento objetivo en la ciudad de Otavalo.
- Identificar el comportamiento de la oferta actual que existe en el cantón, mediante la investigación de los locales que entregan los mismos productos.
- Establecer características del producto que buscan los habitantes del sector.
- Realizar una valoración de los precios de las alpargatas en el mercado.
- Determinar la estrategia de plaza y canales de distribución para la disponibilidad de las alpargatas en diferentes puntos de ubicación.

- Evaluar las estrategias de promoción apropiadas para la comercialización de las alpargatas.
- Buscar medios de comunicación para la publicidad del producto y que capten la atención de la población.
- Identificar las características de los posibles compradores de las alpargatas.

4.1.1 Segmentación de mercado.

Variables

Son aquellos aspectos relevantes que se analizan dentro de la unidad que permiten conocer las características históricas y actuales del mercado.

Las variables para considerar son las siguientes:

- Demanda
- Oferta
- Producto
- Precio
- Plaza y canales de distribución
- Promoción
- Publicidad
- Personas

Indicadores

Son parámetros de medición de forma cuantitativa o cualitativa del comportamiento que tienen las variables del mercado.

A continuación, se detallan los indicadores:

Demanda

- Edad de los posibles consumidores
- Gustos y preferencias de los clientes

- Frecuencia de compra del producto
- Disposición de compra
- Cantidad de usuarios
- Principales actividades de la población
- Frecuencia de uso del producto

Oferta

- Numero de comerciantes que se dedican a la misma actividad
- Calidad del producto que ofrecen
- Precios a los que ofrecen
- Variedad de diseño y modelos de alpargatas
- Lugares de competencia
- Cantidad de alpargatas vendidas en festividades

Producto

- Características
- Variedad de diseños
- Calidad del producto
- Presentación del producto final
- Tallas
- Variedad de productos/ productos adicionales

Precio

- Estrategia de precio
- Precios de los productos más demandados
- Etiquetas de precios

Plaza y canales de distribución

- Puntos de venta

- Cobertura

Promoción

- Servicios/ atención al cliente
- Productos adicionales
- Paquetes promocionales
- Estrategias de promoción

Publicidad

- Medios publicitarios más utilizados
- Canales de publicidad

Personas

- Mujeres
- Hombres
- Lugares de compra

4.1.2 Matriz de análisis del estudio de mercado.

Tabla 8
Matriz de análisis del estudio de mercado

Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Técnicas	Tipo de fuente	Fuente
Analizar la demanda del segmento objetivo en la parroquia Eugenio Espejo.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Edad de los posibles consumidores ✓ Gustos y preferencias de los clientes ✓ Frecuencia de compra del producto ✓ Disposición de compra ✓ Cantidad de usuarios ✓ Principales actividades de la población ✓ Frecuencia de uso del producto ✓ Numero de comerciantes que se dedican a la misma actividad 	Encuesta	Primaria	Mujeres y hombres de la parroquia Eugenio Espejo
Identificar el comportamiento de la oferta actual que existe en la parroquia, mediante la investigación de los locales que ofrecen los mismos productos.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Calidad del producto que ofrecen ✓ Precios a los que ofrecen ✓ Variedad de diseño y modelos de alpargatas ✓ Lugares de competencia ✓ Cantidad de alpargatas vendidas en festividades ✓ Características ✓ Variedad de diseños 	Entrevista	Primaria	Productores del Sector
Establecer estrategias del producto para dar a conocer a los habitantes del sector.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Calidad del producto ✓ Presentación del producto final ✓ Tallas ✓ Variedad de productos/ productos adicionales 	Encuesta Ficha de observación	Primaria	Mujeres y hombres de la parroquia Eugenio Espejo Almacenes
Realizar una valoración de los precios de este tipo de producto en el mercado.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de precio ✓ Precios de los productos más demandados ✓ Etiquetas de precios 	Encuesta Ficha de observación	Primaria	Mujeres y hombres de la parroquia Eugenio Espejo Almacenes
Determinar la estrategia de plaza y canales de distribución para la disponibilidad de producto en diferentes puntos de ubicación.	Plaza y Canales de distribución	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Puntos de venta ✓ Cobertura 	Encuesta Entrevista	Primaria	Mujeres y hombres de la parroquia Eugenio Espejo Productores del Sector
Evaluar las estrategias de promoción apropiadas para la comercialización del producto.	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Servicios/ atención al cliente ✓ Productos adicionales ✓ Paquetes promocionales ✓ Estrategias de promoción 	Encuesta Entrevista	Primaria	Mujeres y hombres de la parroquia Eugenio Espejo Productores del Sector
Buscar medios de comunicación para la publicidad del producto y que capten la atención de la población.	Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Medios publicitarios más utilizados ✓ Canales de publicidad 	Encuesta Entrevista	Primaria	Mujeres y hombres de la parroquia Eugenio Espejo Productores del Sector
Valorar el mercado meta para el proyecto.	Personas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mujeres ✓ Hombres ✓ Lugares de compra 	Encuesta	Primaria	Mujeres y hombres de la parroquia Eugenio Espejo

Fuente: Las Autoras

4.1.3 Identificación del producto.

Las alpargatas son un complemento de la vestimenta tradicional indígena tanto para hombres como para mujeres. En este proyecto se proporcionan información para la elaboración de los principales tipos de alpargatas como son: caucho, cabuya y mixta. A continuación, se detallan las principales características:

Tabla 9
Características de los productos

Caucho	Cabuya	Mixta
Estas alpargatas son de uso diario. Se distinguen por el color de las capelladas y taloneras azul marino o negro para las mujeres y de blanco para los hombres. Están compuestos por tres tipos de plantillas: la fibra de color amarillo que queda en contacto con el suelo, seguido del caucho Eva de color blanco y por último el expandible que tiene contacto directo con la planta del pie.	La elaboración es a base de fibra de cabuya pura en toda la plantilla. Por lo general el diseño es en planta baja y se utiliza para presentaciones de danzas y fiestas culturales.	Son de uso exclusivo para eventos tradicionales y para una buena presentación en el ámbito laboral. Para la elaboración se utiliza la combinación de caucho Eva y fibra de cabuya, según las tradiciones ancestrales tiene propiedades curativas. Los precios pueden variar de acuerdo con las tallas y modelos.

Fuente: Las autoras

4.1.4 Segmentación de mercado.

Consiste en dividir la población en grupos de acuerdo con características y necesidades similares mediante la evaluación de variables geográficas y demográficas. El segmento de mercado al cual está enfocado el proyecto es la población indígena de la ciudad de Otavalo quienes acostumbran a utilizar a diario las alpargatas.

Criterios de segmentación

Tabla 10
Criterios de segmentación

Criterio	Descripción
Geográfica	País
	Provincia
	Cantón
Demográfica	Población de Otavalo
	Población indígena
	Poblaciones mayores a 5 años

Fuente: Las Autoras

4.1.5 Mercado Objetivo.

✓ Geográfico

El segmento meta al cual está dirigido el proyecto, es la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, Ecuador.

✓ Demográfico

El total de los habitantes de Otavalo es de 125.758, del cual, la población indígena representa el 57,24% es decir, 71.984; de esto, se elimina a los niños menores de 5 años que son 13.039 y el resultado de la segmentación es de 58.945; así, constituidos por el 51,9% o 30.592 mujeres y el 48,10% esto es el 28.354 de hombres.

4.1.6 Determinación de la muestra.

Para determinar la muestra se escoge a la población de hombres y mujeres indígenas con la totalidad de 58.945 que se proyecta para el año 2020, quienes son los posibles compradores de las alpargatas.

4.1.7 Cálculo del tamaño de la muestra.

Para determinar en número de las encuestas que se aplica en la ciudad de Otavalo se utiliza la siguiente fórmula estadística:

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

σ : Desviación Estándar

Z: Nivel de confianza

e: Margen de error muestral

Al reemplazar los datos se obtiene el tamaño de la muestra:

N: 58.945

σ : 0,5

Z: 95%= 1,96

e: 5%=0,05

$$n = \frac{58.945 * 0,5^2 * 1,96^2}{((58.945 - 1) * 0,05^2) + (0,5^2 * 1,96^2)}$$

$$n = \frac{58.945 * 0,25 * 3,8416}{(147,36) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{56610,778}{148,3204}$$

$$n = 381,68$$

$$n = 382$$

Luego del cálculo de la muestra se determina la cantidad representativa de 382 encuestas que se aplica a la población indígena de la ciudad de Otavalo.

4.1.8 Técnicas de recolección de información.

Las técnicas que se utilizan para el análisis del estudio de mercado son:

Encuesta

Se elabora mediante un cuestionario con preguntas cerradas y de opción múltiple, que facilite la obtención de información con respecto a la demanda existente y está dirigida a la población muestra de la ciudad de Otavalo.

4.1.9 Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas.

El siguiente análisis tiene como finalidad determinar la factibilidad de la creación de una microempresa productora y comercializadora de alpargatas en la ciudad de Otavalo.

1. Género

Tabla 11
Género

Alternativa	Frecuencia	%
Masculino	72	19%
Femenino	310	81%
TOTAL	382	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

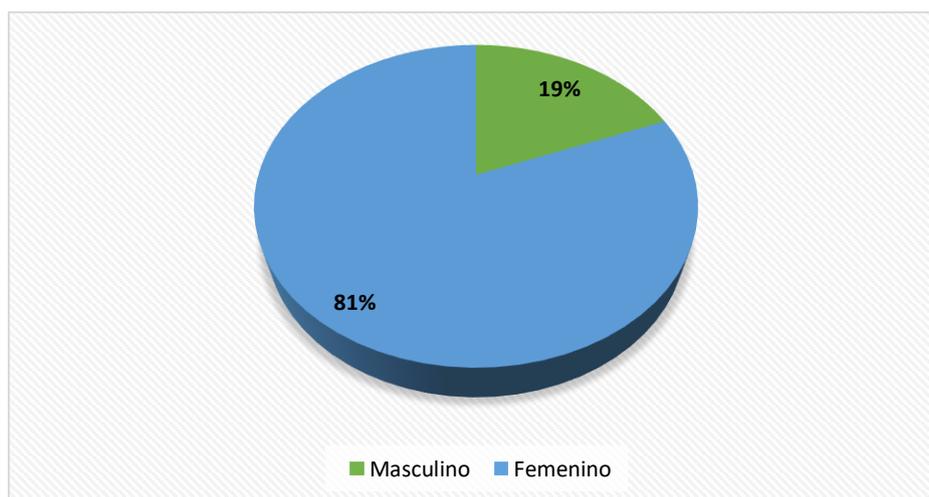


Figura 4 Género.
Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Los resultados obtenidos reflejan que el género femenino, es quien más utiliza este tipo de calzado, porque es un elemento principal en la combinación de la vestimenta indígena; por lo tanto, para el proyecto es más sencillo reconocer quiénes son los posibles compradores y también determinar los modelos y diseños más vendidos. De la misma manera se elaboran alpargatas para hombres, pero en cantidades menores, en vista de que la mayoría prefiere utilizar zapatos por el hecho de que son más cómodos.

2. Edad

Tabla 12
Edad

Alternativa	Frecuencia	%
18 a 24 años	77	20%
25 a 30 años	86	23%
31 a 40 años	82	21%
41 en adelante	137	36%
TOTAL	382	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

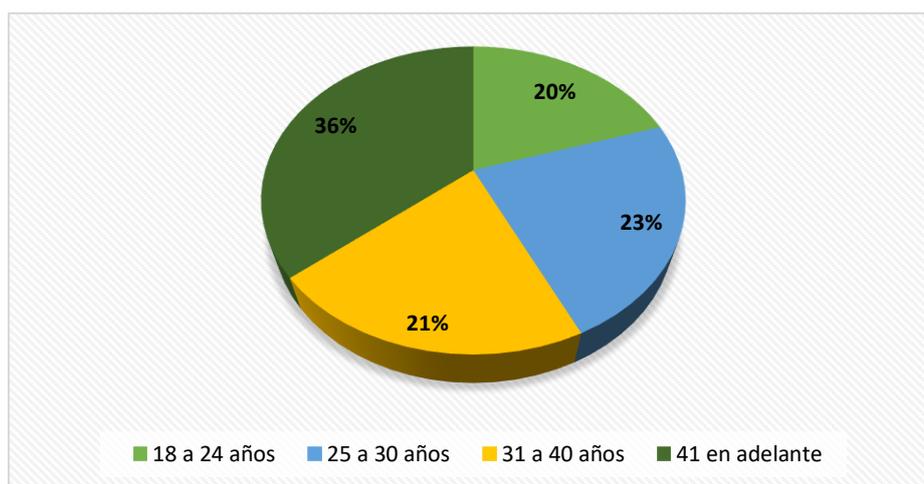


Figura 5 Edad
Elaborado por: Las Autoras

Análisis

En este caso, las personas de 41 años en adelante representan a los compradores potenciales de las alpargatas de caucho, por razones de flexibilidad y comodidad; de igual manera las jóvenes manifiestan que el de preferencia son las mixtas debido a que existen diversos modelos.

Este dato ayuda a planificar los diseños que se deben elaborar para cada grupo de personas según rango de edad, como también a cuantificar las existencias del producto para cubrir los incrementos de las ventas en las diferentes festividades.

3. Ocupación

Tabla 13
Ocupación

Alternativa	Frecuencia	%
Estudiante	48	13%
Manufactura	56	15%
Comerciante	212	55%
Quehaceres domésticos	66	17%
TOTAL	382	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

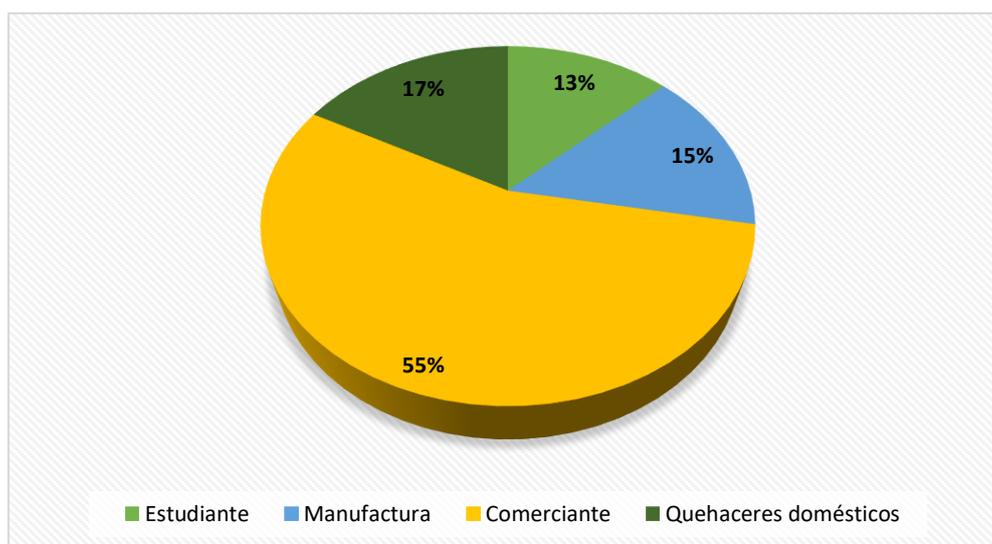


Figura 6 Ocupación
Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Según los resultados se destaca que la mayoría de la población indígena encuestada se dedica a la comercialización de las artesanías, manufacturas, productos agrícolas, entre otros.

Esta información ayuda a planificar la producción en base a las necesidades de los consumidores, tomando en cuenta el nivel de ingresos que tienen a través de las actividades que realizan.

4. ¿Acostumbra a utilizar alpargatas?

Tabla 14
Acostumbra a utilizar alpargatas

Alternativa	Frecuencia	%
Si	305	80%
No	0	0
A veces	77	20%
TOTAL	382	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

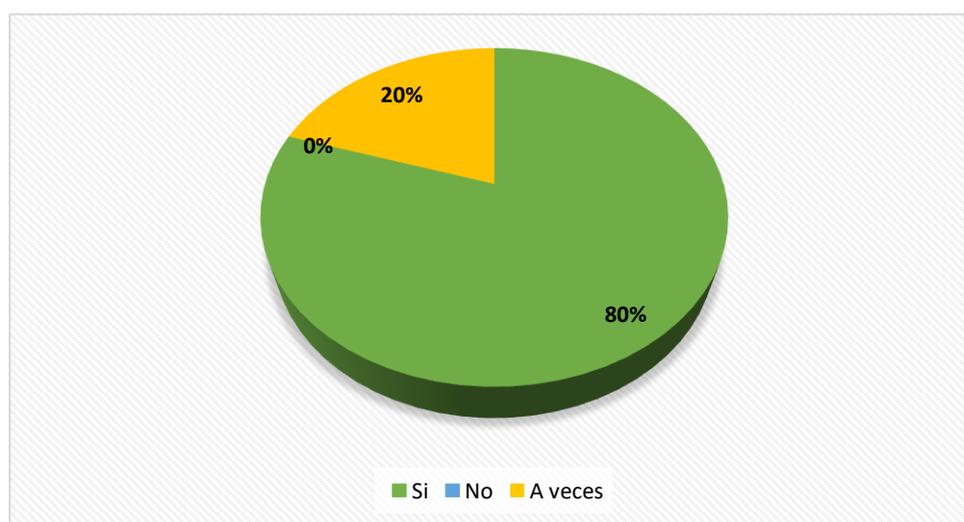


Figura 7 Acostumbra a utilizar alpargatas
Elaborado por: Las Autoras

Análisis

De los resultados obtenidos mediante la encuesta, se destacan datos relevantes debido a que la mayoría de la población indígena de Otavalo acostumbra a utilizar las alpargatas, como un complemento de la vestimenta tradicional.

La respuesta obtenida es positiva, se establece que un alto porcentaje de personas utilizan alpargatas, por lo tanto, ayuda a determinar la cantidad de la demanda que existe por el producto al momento de lanzarlo al mercado.

5. ¿Qué tipo de alpargatas prefiere utilizar?

Tabla 15

Tipo de alpargatas

Alternativa	Frecuencia	%
Caucho	205	54%
Cabuya	52	13%
Mixta	125	33%
TOTAL	382	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

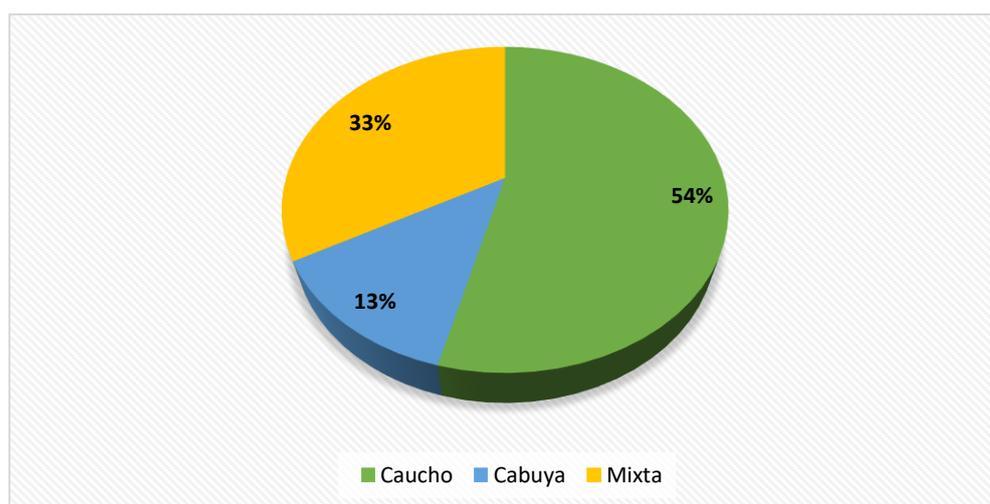


Figura 8 Tipo de alpargatas

Elaborado por: Las Autoras

Análisis

Los consumidores expresan, qué, de los tres tipos de alpargatas ofertadas en el mercado la mayoría eligen alpargatas de caucho, por la comodidad que existe; los jóvenes responden que utilizan las mixtas por el hecho de existir varios diseños y modelos acorde a la edad y son muy pocos que optan por usar las de cabuya y es debido a que solo lo usan para participar en algún evento.

Esta información es importante para determinar el tipo de alpargatas que la microempresa debe producir en mayor cantidad, de acuerdo con la demanda existente.

6. ¿Con qué frecuencia compra las alpargatas?

Tabla 16

Frecuencia de compra

Alternativa	Frecuencia	%
Bimensual	36	9%
Trimestral	125	33%
Semestral	159	42%
Anual	62	16%
TOTAL	382	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

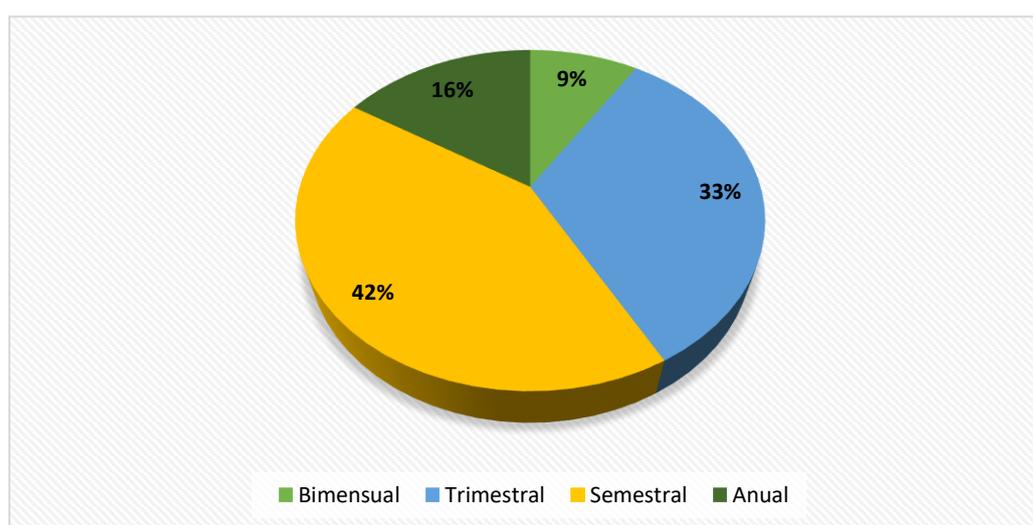


Figura 9 Frecuencia de compra.

Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

La mayoría de encuestados expresan que la frecuencia de compra es semestral, por considerar la calidad y duración de los materiales; otra de las alternativas escogidas es de forma trimestral por cuanto existe innovación de diseños que están a disposición del cliente.

Con este dato se puede planificar la producción y tipo de alpargatas, la cantidad de cada uno de ellos que se debe elaborar, y en que ocasiones se obtiene mayores ventas del producto.

7. Al realizar las compras de las alpargatas, ¿Cuáles son las características que observa?

Tabla 17
Características de las alpargatas

Alternativa	Frecuencia	%
Diseño	122	26%
Calidad	198	42%
Colores	98	21%
Materiales	50	11%
TOTAL	468	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

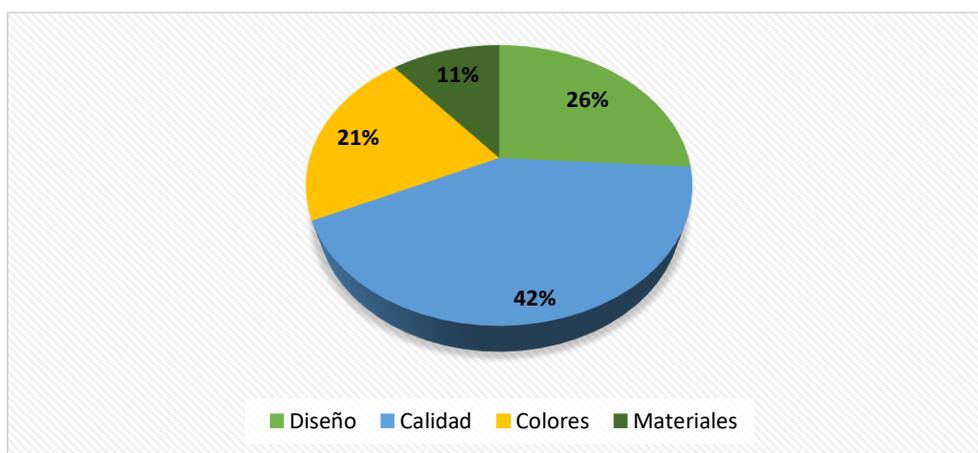


Figura 10 Características de las alpargatas.
Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

Para la mayoría de los consumidores la calidad siempre es un factor crítico a la hora de adquirir un producto. Para el proyecto se identifica el uso de diversos materiales, así como para las alpargatas de caucho se utiliza la tela licra y el caucho Eva; en cuanto a las mixtas se refleja en la piel de foca con suela de madera cubierta por la trenza yute incluido el tejido crochet al borde de las capelladas; todo esto con el fin de lograr que el producto tenga un valor agregado; además, el diseño y los colores deben ser algo característico.

8. ¿Es importante para usted el precio a la hora de comprar las alpargatas?

Tabla 18

Importancia del precio

Alternativa	Frecuencia	%
Si	303	79%
No	79	21%
TOTAL	382	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

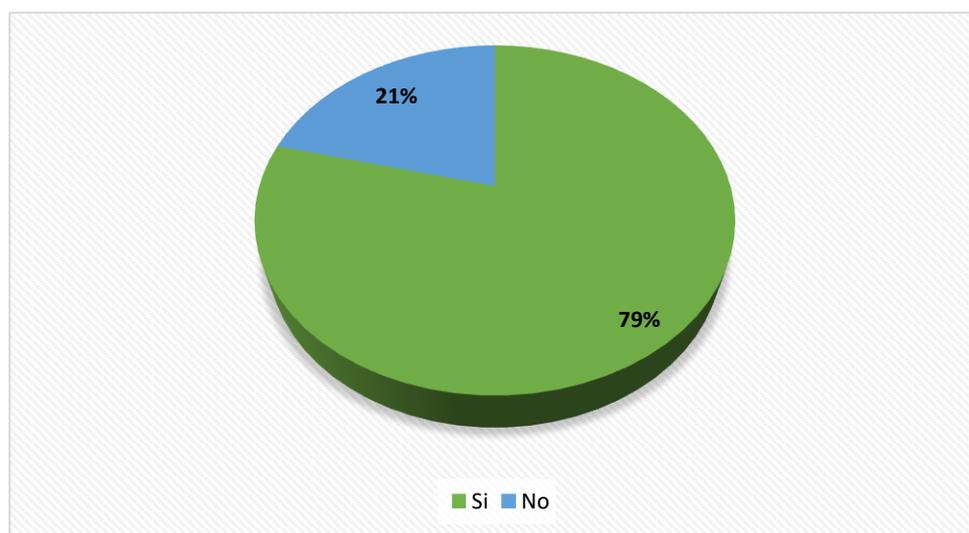


Figura 11 Importancia del precio.

Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

La mayoría de los encuestados indican que el precio es un factor muy importante a la hora de adquirir un bien.

Para la nueva microempresa se analiza el precio a los que oferta la competencia, los costos de adquisición de los materiales y el tiempo de elaboración, para luego establecer el valor por cada alpargata, también se toma en cuenta las tallas del pedido que realicen los clientes, por lo tanto, el calzado para las niñas/os tiene un valor menor en comparación con los de adultos, dependiendo del tipo de alpargatas pueden ser de caucho o mixtas.

9. De forma individual ¿Cuánto es el presupuesto que asigna para la compra de alpargatas de adultos?

Tabla 19
Presupuesto para adquirir las alpargatas

	Alternativa	Frecuencia	%
Caucho	3 a 5 USD	137	36%
	6 a 8 USD	70	18%
	Más de 8 USD	0	0
Cabuya	15 a 20 USD	43	11%
	21 a 26 USD	6	2%
	Más de 27 USD	0	0
Mixta	12 a 15 USD	60	16%
	16 a 20 USD	65	17%
	Más de 20 USD	1	0,3%
TOTAL		382	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

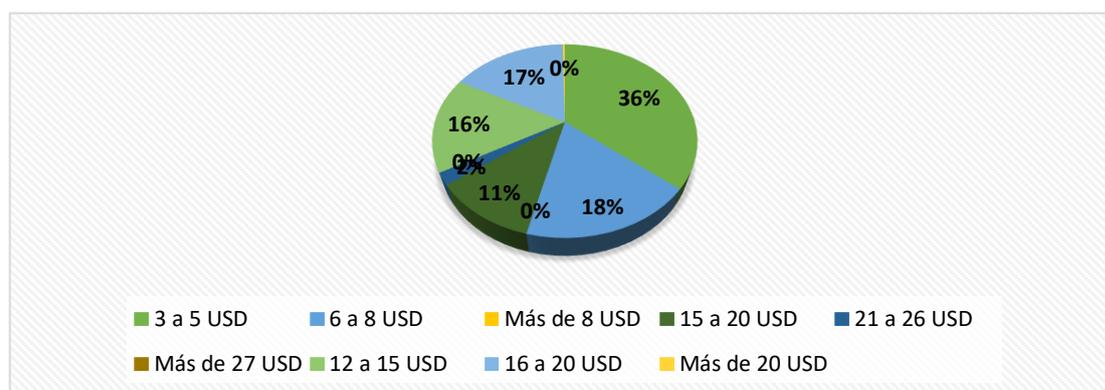


Figura 12 Presupuesto para adquirir las alpargatas.
Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

Los consumidores encuestados determinan que el presupuesto para adquirir las alpargatas de caucho es de 3 hasta 8 dólares que representan el 54% de la población promedio, debido a que tienen un costo accesible en comparación con los de cabuya y mixta. Esta información ayuda a establecer los precios a los que se puede ofertar en el mercado, mediante el análisis del costo de los materiales y la mano de obra en la elaboración de cada tipo de alpargatas y las tallas, dependiendo del pedido del cliente.

10. ¿Dónde adquiere las alpargatas?

Tabla 20

Lugar de compra

Alternativa	Frecuencia	%
Mercado	191	50%
Almacén	72	19%
Productor	119	31%
TOTAL	382	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

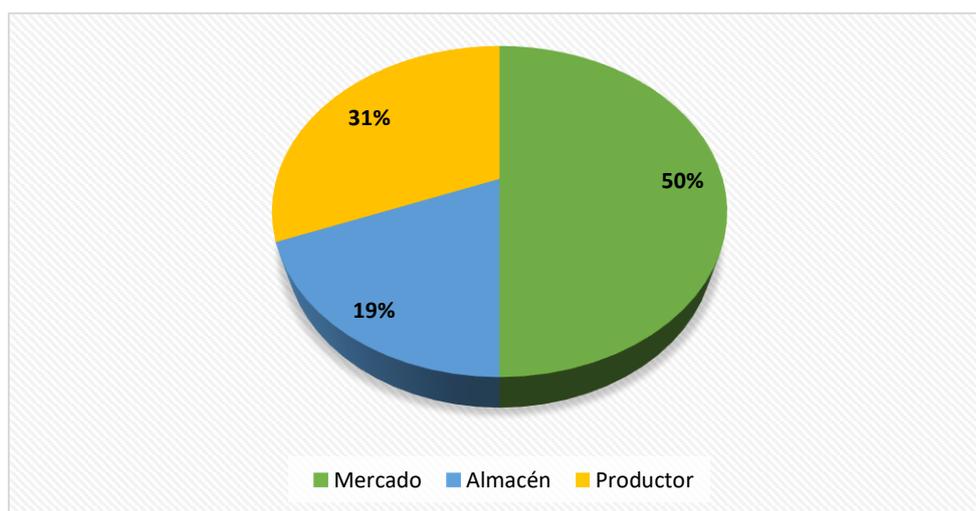


Figura 13 Lugar de compra.

Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

La mayoría de los encuestados expresan que para adquirir las alpargatas se dirigen hacia un mercado, por lo tanto, se analiza la distancia que se demora para acudir al lugar. Para implementar el proyecto se fija la afluencia de personas que existen en un determinado lugar, por lo que se conviene instalar el local de comercialización de las alpargatas en un sitio cercano a la plaza de ponchos, debido a que tiene un fácil acceso para todos los compradores y visitantes nacionales y extranjeros.

11. ¿En qué ocasiones suele adquirir alpargatas?

Tabla 21

Ocasiones en los que adquiere el producto

Alternativa	Frecuencia	%
Ocasiones especiales	103	22%
Festividades tradicionales	61	13%
Trabajo	193	42%
Presentación en eventos	49	11%
Otros	53	12%
TOTAL	459	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

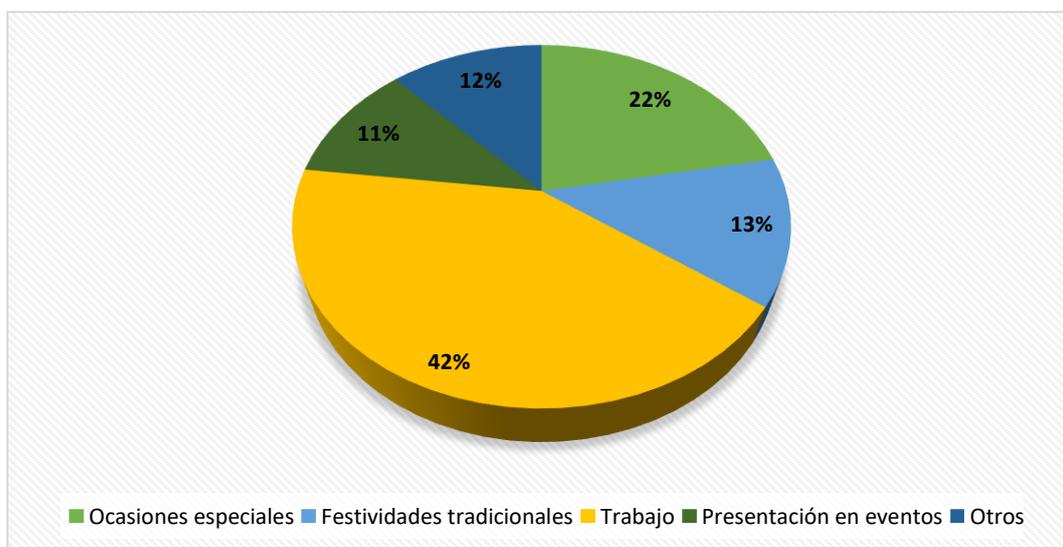


Figura 14 Ocasiones en los que adquiere el producto.

Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

La mayoría de la población encuestada manifiesta que adquieren las alpargatas para salir al trabajo. Esta información ayuda a determinar ocasiones en las que tiene mayores ventas y por ende producir cantidades suficientes para cubrir la demanda.

12. ¿Estaría dispuesto a comprar las alpargatas para usted y su familia en una nueva microempresa?

Tabla 22

Disposición de compra

Alternativa	Frecuencia	%
Si	322	84%
No	60	16%
TOTAL	382	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

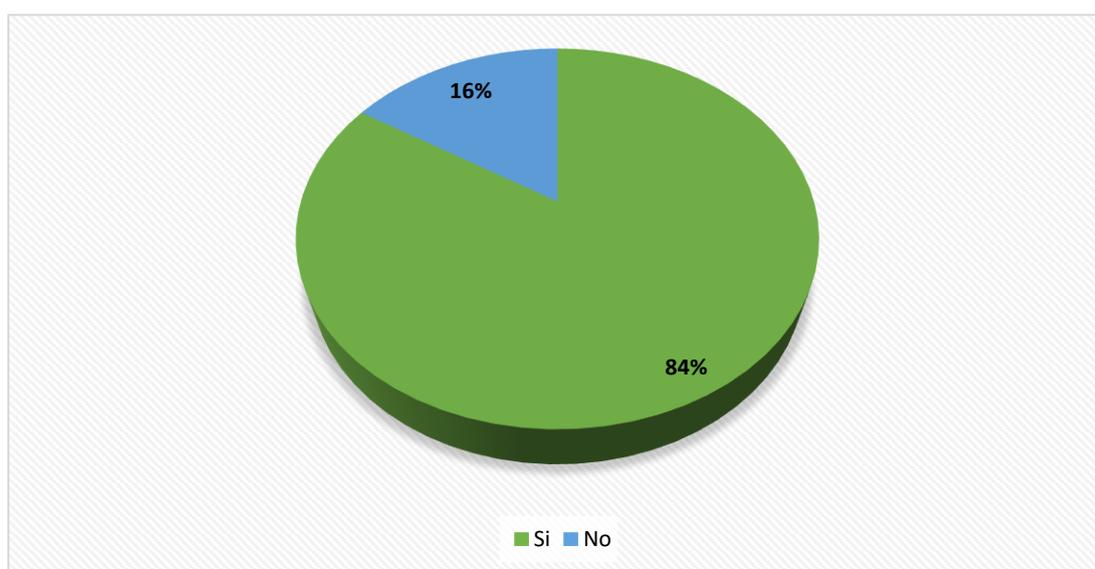


Figura 15 Disposición de compra.

Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

La mayoría de la población de la ciudad de Otavalo está de acuerdo en la posibilidad de adquirir las alpargatas en la nueva microempresa, esta información ayuda a tener una visión clara de que en el futuro el proyecto, si tiene viabilidad. Este dato se aplica para el cálculo de la demanda actual, para determinar la cantidad de personas se encuentran en la posibilidad de adquirir el producto.

13. ¿Cómo debería darse a conocer esta nueva microempresa?

Tabla 23
Medios de publicidad

Alternativa	Frecuencia	%
Radios locales	179	54%
Televisión local	40	12%
Redes sociales	114	34%
TOTAL	333	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

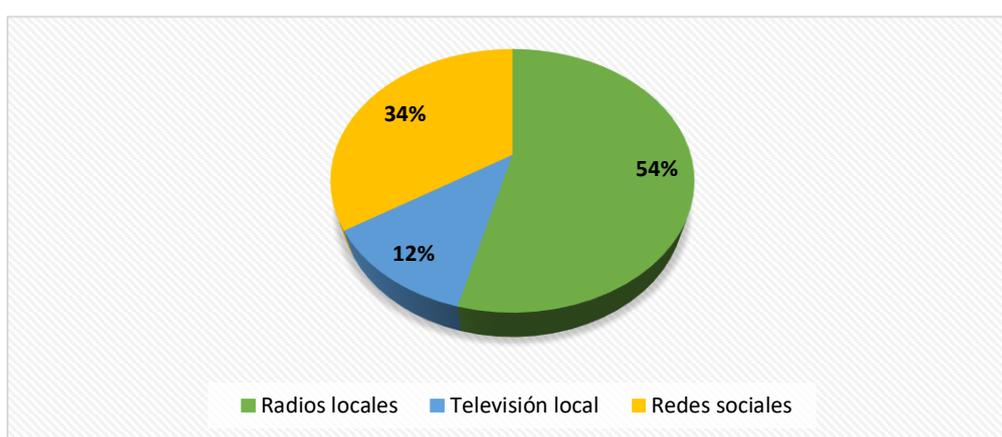


Figura 16 Medios de publicidad.
Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

La mayoría de la población adulta de Otavalo prefiere que la publicidad de la microempresa se realice en radios locales porque es el medio más escuchado en este sector y tiene un costo considerable; así mismo, las redes sociales como Facebook e Instagram es otra manera efectiva de llegar a las personas jóvenes, puesto que ellos hacen uso constante de la tecnología y quieren estar actualizados con las últimas novedades, para lo cual acuden a esta plataforma.

Esta información ayuda a diseñar estrategias de publicidad para difundir el producto y llegar al mercado objetivo, conociendo gustos y preferencias del consumidor.

14. Si la respuesta anterior fue la radio, ¿cuál es de su preferencia?

Tabla 24
Radio local de su preferencia

Alternativa	Frecuencia	%
Radio Ilumán	150	78%
Radio América	0	0
Radio Inti Pacha	0	0
Radio Canela	28	15%
Radio Exa	6	3%
Otros	9	4%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

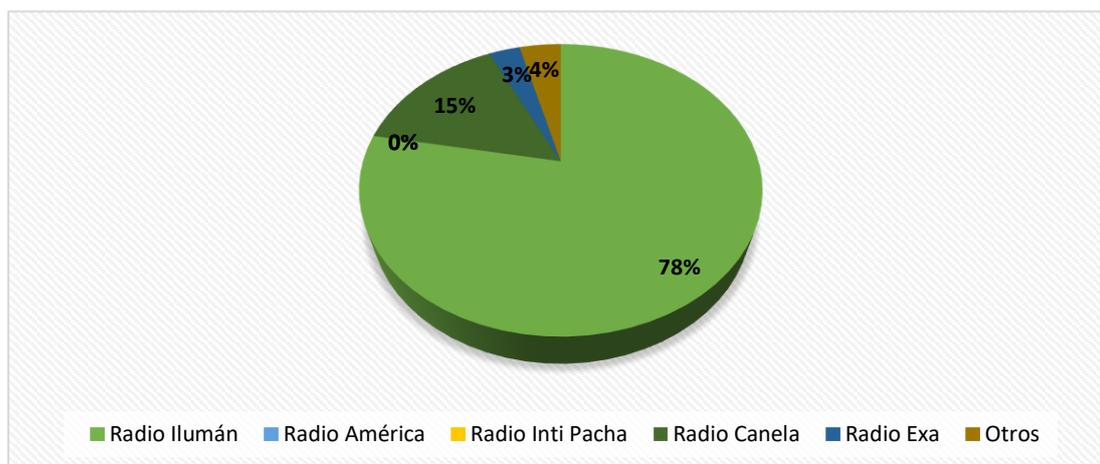


Figura 17 Radio local de preferencia.
Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

Se establece que la mayoría de los encuestados prefieren la radio Ilumán como medio de difusión para la publicidad de los productos que se oferta, una de las razones es que el cantón Otavalo está habitado en gran parte por indígenas y por ende esta emisora es transmitida la mayor parte en idioma Kichwa que es de fácil entendimiento para los habitantes especialmente mayores de edad.

Esto se lo realiza con el fin de dar a conocer la existencia de la nueva microempresa y los productos que se ofrece al público.

15. ¿En qué parte del cantón Otavalo le gustaría que esté ubicada la microempresa?

Tabla 25

Ubicación de la microempresa

Alternativa	Frecuencia	%
Cerca al Mercado Copacabana	43	13%
Mercado 24 de mayo	56	17%
Cerca de la Plaza de ponchos	202	63%
Otros	21	7%
TOTAL	322	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

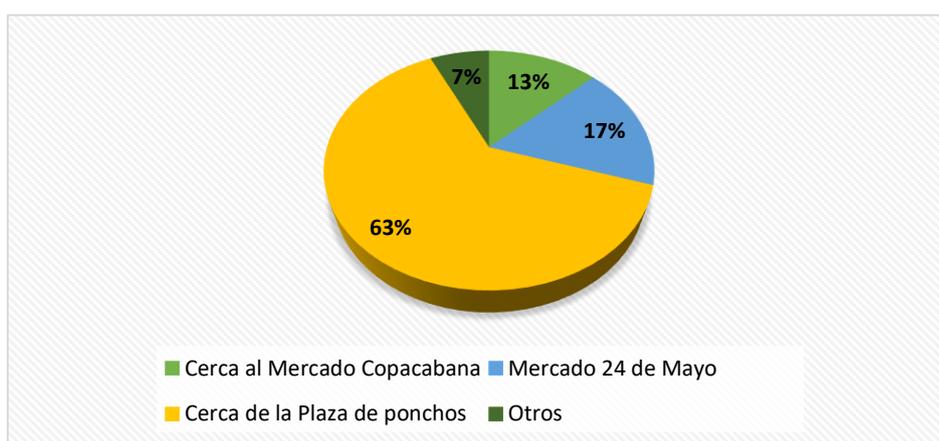


Figura 18 Ubicación de la microempresa.

Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

La mayoría de los habitantes del cantón Otavalo manifiestan que el lugar en donde puede instalarse el proyecto es cerca de la plaza de ponchos porque es una de las zonas más visitadas por personas locales y extranjeras en especial los miércoles y sábados que realizan ferias en donde se muestran todas las artesanías, manufacturas y souvenirs, entre otros.

El punto de comercialización está ubicado en las Avenidas Antonio José de Sucre y Juan de Salinas, cerca de la plaza de ponchos, que tiene gran afluencia de personas que serán los posibles consumidores.

16. ¿Para la entrega del producto, en qué tipo de presentación desearía que sea el empaque de las alpargatas?

Tabla 26

Empaque del producto

Alternativa	Frecuencia	%
Caja	48	14%
Funda plástica	56	17%
Funda de papel	134	41%
Funda de cabuya	92	28%
TOTAL	330	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

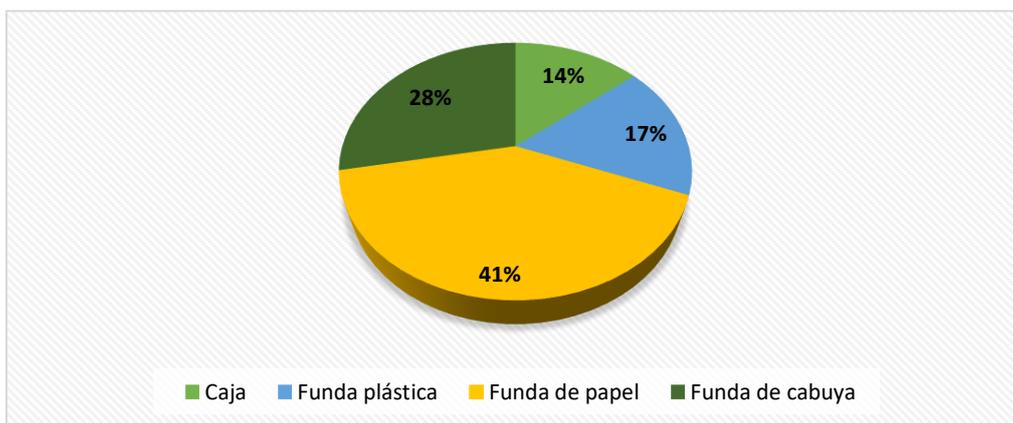


Figura 19 Empaque del producto.

Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

La mayor parte de la población optó como empaque una funda de papel por el hecho de ser más estético a la hora de adquirir las alpargatas, así mismo las personas encuestadas manifiestan que el papel es menos perjudicial para el medio ambiente por ser reciclable y biodegradable, al comprar en este empaque ellos aportan de alguna manera al ecosistema.

Esta información es necesaria para diseñar las estrategias de producto, pues la microempresa busca ofrecer alpargatas con fundas de papel que sean característicos y se los pueda diferenciar de los demás locales.

17. ¿Con qué productos adicionales le gustaría que cuente la microempresa?

Tabla 27
Productos adicionales para ofrecer

Alternativa	Frecuencia	%
Camisas bordadas	137	34%
Bisutería	84	21%
Anacos	76	19%
Otros	104	26%
TOTAL	401	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

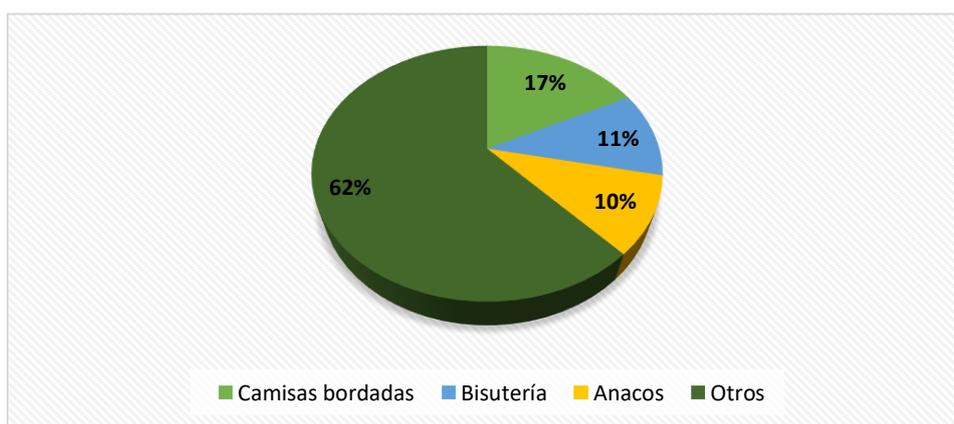


Figura 20 Productos adicionales para ofrecer.
Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

La mayoría de las personas manifiestan que prefieren productos adicionales que ofrezca la microempresa como camisas bordadas y anacos para adquirirlos en el mismo lugar, sin tener que ir a otros almacenes, esta será una manera de atraer a los posibles clientes.

Esta información es necesaria para la realización del estudio financiero, pues el hecho de contar con los principales productos de la vestimenta indígena ayuda a obtener ingresos adicionales y con ello tener una viabilidad económica para el proyecto.

18. ¿Qué tipo de atención prefiere?

Tabla 28

Atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	%
Ventas en el local	250	74%
Catálogos físicos	41	12%
Catálogos virtuales	47	14%
TOTAL	338	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

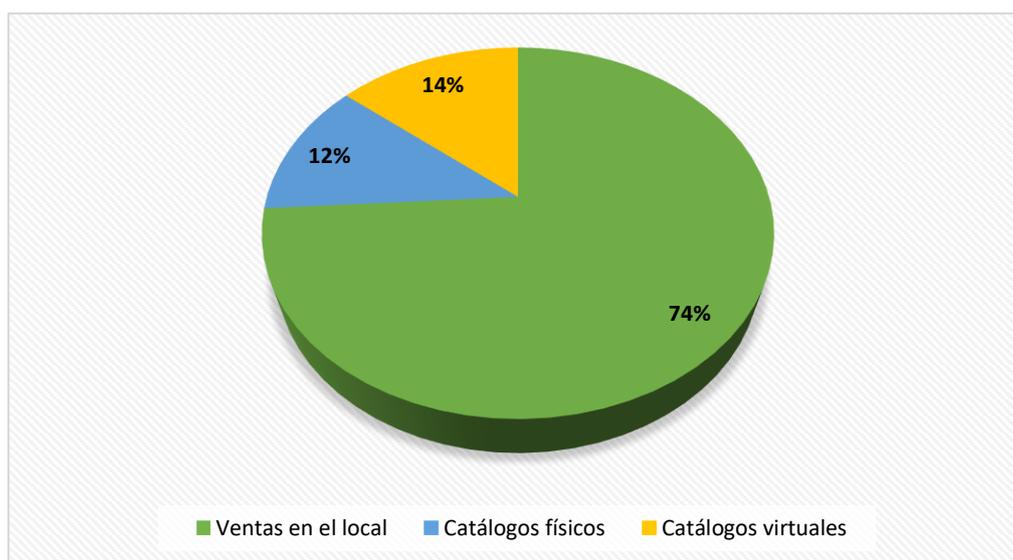


Figura 21 Atención al cliente.

Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

La mayoría de la población de Otavalo prefiere que la atención sea directamente en el local, de tal manera que el vendedor pueda aclarar cualquier duda del comprador en el mismo instante, este punto es importante para la fidelización de clientes pues al atender a los consumidores en persona se puede ganar la confianza.

Los clientes buscan un lugar donde estar en ambiente y que haya confianza entre comprador y vendedor, por lo que se decide brindar atención en el local.

19. ¿Cuál es la forma de promoción que más le gustaría?

Tabla 29

Promoción del producto

Alternativa	Frecuencia	%
Descuentos	226	70%
Regalos por su compra	53	17%
Rebajas a partir del 2º par	43	13%
Otros	0	0
TOTAL	322	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Autoras

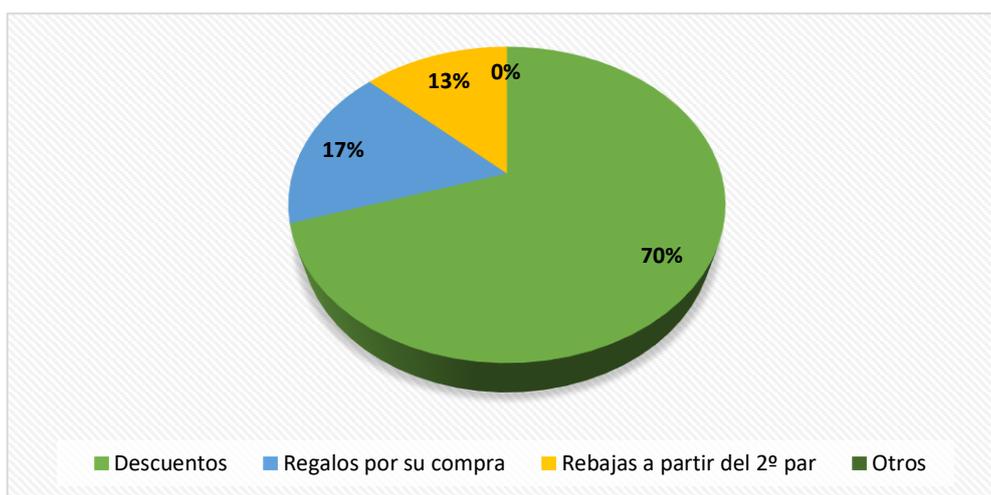


Figura 22 Promoción del producto.

Elaborado por: Las Autoras.

Análisis

Un gran porcentaje de la población de Otavalo afirma que al adquirir las alpargatas les gustaría obtener un descuento.

Esta información ayuda a establecer las estrategias de promoción que permiten atraer clientes y por ende tener mayores ventas y obtener ganancias para la microempresa. Para el efecto de este proyecto se aplica un porcentaje de descuento a niveles altos de compra.

4.1.10 Identificación de la demanda.

Es un conjunto de bienes o servicios que se encuentran en el mercado a un determinado precio y satisface las necesidades de un grupo de personas. El análisis de la demanda se obtuvo a través de las encuestas que fueron aplicadas a estudiantes, manufactureros y comerciantes de la población indígena del cantón Otavalo quienes constituyen los posibles consumidores.

Así mismo, se analiza la frecuencia de compra de las alpargatas y se determina que la mayoría de los consumidores lo adquieren de forma semestral, estos datos permiten conocer la demanda actual.

Demanda actual

Tabla 30

Demanda actual

Mercado	84% va a adquirir	Disponibilidad de compra en %	Disponibilidad de compradores	Periodo de compra		Demanda anual en cantidades
58.945	49.514	9%	4.456	Bimensual	6	26.736
		33%	16.340	Trimestral	4	65.360
		42%	20.796	Semestral	2	41.592
		16%	7.922	Anual	1	7.922
		100%				141.610

Elaborado por: Las Autoras

4.1.11 Proyección de la demanda.

Para el cálculo de la demanda futura se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional que es de 0,19%.

Para la proyección de la demanda se aplica la siguiente fórmula:

$$D_1 = D_0 + (D_0 * \% \Delta)$$

D_0 = Demanda del año 0

D_1 = Demanda del año 1

$\% \Delta =$ Porcentaje de crecimiento

Tabla 31
Proyección de la demanda

	Año	Demanda
0	2019	141.610
1	2020	141.879
2	2021	142.149
3	2022	142.419
4	2023	142.689
5	2024	142.960

Elaborado por: Las Autoras

4.1.12 Identificación de la oferta.

Los datos para el análisis de la oferta se obtienen mediante la entrevista realizada a los productores y comerciantes del cantón Otavalo con el fin de determinar las características como son: diseños, modelos, tallas y materiales de las alpargatas que se ofertan en el mercado actual.

Por la dificultad de obtener información de todos quienes se dedican a la venta del producto, se entrevista a algunas personas que se dedican a la producción y comercialización de alpargatas.

✓ Resultados

Entrevista

Para la aplicación de esta técnica de investigación se utiliza un guion de entrevista con preguntas abiertas que fueron dirigidas a productores y comerciantes de alpargatas en el cantón Otavalo.

Observación

Con la ayuda de una ficha de observación se registra los rasgos relevantes que tienen los principales locales de alpargatas en el cantón Otavalo; para así, diseñar estrategias al momento de implementar el proyecto que ayuden a diferenciar de los ya existentes.

Las entrevistas se realizaron el 14 y 15 de diciembre y tuvo una duración de alrededor de 6 a 10 minutos, en donde manifestaron las principales características de los productos que ofrecen.

Entrevista N°1 Yallpa es un pequeño local que pone a disposición de los clientes tanto la vestimenta indígena como la bisutería, el propietario manifiesta que las alpargatas adquieren de un proveedor directo y por eso el precio es mayor, con respecto a las camisas comenta que el mismo dueño es el encargado de diseñar los modelos y realizar la respectiva costura de las blusas para después ofertarlos, por otra parte, los anacos los adquiere en rollos para venderlos según el gusto del consumidor. La cantidad mensual aproximada de venta es alrededor de 135 pares a precios variados.

Entrevista N°2 Confecciones Mushuk Churajui, ubicada en la Calle Neptalí Ordoñez, a una cuadra del terminal de Otavalo, ofrece al público la vestimenta completa indígena, entre ellos las alpargatas de caucho y cabuya. La propietaria manifiesta que las ventas han bajado con el pasar del tiempo debido a que los mismos consumidores adquieren de un productor directo. Aproximadamente la venta es de 100 pares mensuales y en días festivos la cantidad de demanda varía.

Entrevista N°3 Kay Pacha está conformada por el propietario y la señora esposa quienes son encargados de comercializar las alpargatas, camisas, anacos, fajas y cintas. El dueño comenta que no está relacionado con la producción de las alpargatas, por otro lado, la señora esposa es la encargada de realizar la costura de las camisas y el armado.

Entrevista N°4 Aliss Boutique es otro de los locales que oferta en mínimas cantidad las alpargatas debido a que no existe mucha demanda para este producto excepto en ocasiones festivas. Y por otra parte las camisas bordadas y anacos se encuentran a precios bajos por el hecho de atraer clientes y fidelizarlos.

Entrevista N°5 Confecciones JULY, ubicada en la Av. Simón Bolívar. – La dueña del local manifiesta que se dedican en gran parte a la confección de camisas bordadas y anacos, pero también ofertan en pocas cantidades las alpargatas como complemento de la vestimenta indígena y la venta de este producto llega a un punto máximo de comercialización de 90 pares a precios estimados por la competencia y lo realizan en las festividades tradicionales de Pawkar Raymi e Inti Raymi.

Entrevista N°6 Almacén CREATIVA, ubicada en la Av. Cristóbal Colón. - Oferta variedades de mercaderías de la vestimenta indígena, incluido alpargatas, pues este producto recibe bajo pedidos de un obrero directo; en cuanto la propietaria manifiesta que tiene una venta mensual de 120 pares, tanto de cauchos a un precio de \$ 5,00 y mixtas normal a \$ 15,00.

Entrevista N°7 Bordados Ruiz, ubicada en la Av. Abdón Calderón. - La Srta. Paola Muñoz, vendedora en el local manifiesta que se dedican el mayor parte del tiempo a bordar camisas y anacos, pero también adquieren en pocas cantidades las alpargatas de un productor directo y la comercialización se realiza al menos 2 pares, todos los días, teniendo así una venta mensual de 60 pares a precios determinados por la competencia.

Entrevista N°8 Comerciantes del mercado 24 de mayo. – Se encuentra 18 locales de las cuales se entrevista a la Señora Janeth Farinango y Juana Quilumbaqui quienes manifiestan que las ventas mensuales cubren los 300 pares. Entre las alpargatas de caucho a un precio de \$6,50 y la mixta desde los \$16,50 dependiendo de los modelos; la estrategia de promoción está basada en rebajas a partir del segundo o tercer par. También indicaron que la mayor cantidad de ventas lo realiza en festividades tradicionales del cantón que se realizan en las siguientes fechas: 28 de enero al 10 de febrero el Kallary Raymi; 11 días

del mes de febrero el Pawkar Raymi; 22 de junio que se celebra el Inty Raymi; y el 21 de febrero el Kuya Raymi.

Entrevista N°9 Comerciantes del Mercado Copacabana. – Se encuentra 4 puestos de alpargatas, de las cuales se entrevista al Señor Alberto Anguaya quien es productor y comercializador quien indica que la mayor venta es aproximadamente de 200 pares y son en fechas festivas u ocasiones especiales, así como día de la madre, navidad y el año nuevo.

Entrevista N°10 Rosa Burga. – Es una productora de la parroquia Eugenio Espejo de la comunidad de Calpaqui quien elabora alrededor de 450 pares mensuales de alpargatas bajo pedidos a un precio de \$5,00; y realiza la entrega en la ciudad de Quito. Los principales proveedores se encuentran en la misma comunidad y en la ciudad de Otavalo, los precios pueden ser variados en diferentes lugares, por lo que se escoge de todos ellos.

Entrevista N°11 M & M Desing ubicada en la Av. Abdón Calderón. - La propietaria del local manifiesta que es una productora y comercializadora de alpargatas y como productos adicionales ofrece camisas bordadas, anacos, fajas, entre otros, por lo tanto, a más de vender en el lugar también trabaja bajo pedidos, teniendo así una venta mensual de 300 pares tanto de caucho y mixta.

Entrevista N°12 Bordados Gladys, ubicada en la Av. Simón Bolívar. - La dueña del local manifiesta que se dedican a la confección de camisas y anacos, además ofrecen alpargatas que adquiere de un productor y la venta supera la cantidad de 250 pares mensuales en festividades tradicionales y ocasiones especiales; el precio determinado es de acuerdo con la competencia cauchos a \$ 5,00 y mixtas por \$ 15,00.

Entrevista N°13 Klayart ubicada en la Avenida Simón Bolívar, ofrece a los clientes principalmente alpargatas de cabuya y chaquetas de cuero. La propietaria manifiesta que ella misma se dedica a crear nuevos diseños para la respectiva venta, así mismo comenta que para la producción los materiales los obtiene de otras ciudades como Ambato, Quito y a veces los adquiere de Colombia.

Toda esta información recopilada de los productores y comercializadores ayudan a la microempresa al momento de producir las alpargatas debido a que proporcionaron con algunos datos de los proveedores con los que se puede contar para adquirir la materia prima e insumos, así mismo, manifestaron las fechas en las que mayor demanda existe por diversos eventos que se realizan en la ciudad de Otavalo, y se puede aprovechar para dar a conocer aún más la organización.

Oferta actual

Tabla 32

Oferta actual

Productores/Comerciantes	Venta por local	Cantidad mensual	Cantidad anual
Yallpa		135	1.620
Confecciones Mushuk Churajui		100	1.200
Kay Pacha		140	1.680
Aliss Boutique		97	1.164
Confecciones July		90	1.080
Almacén Creativa		120	1.440
Bordados Ruiz		60	720
Mercado 24 de mayo (18 locales)	300	5400	64.800
Mercado Copacabana (4 puestos)	200	800	9.600
Rosa Burga		450	5.400
M & M Desing		300	3.600
Bordados Gladys		250	3.000
Klayart		250	3.000
Total		8192	98.304

Elaborado por: Las Autoras

4.1.13 Proyección de la oferta.

Para la proyección de la oferta de alpargatas, se aplica la tasa de crecimiento de 1,13% que representa el incremento de la sección de calzados con suela que se encuentra en la publicación del INEC en el boletín técnico No. 03 – 2018, dentro de los resultados del índice de producción de la Industria Manufacturera, al identificar que no existe un porcentaje de incremento con respecto a las alpargatas, se busca una proporción similar para el proyecto.

A continuación, se calcula la oferta con una vida útil de 5 años:

Tabla 33

Proyección de la oferta

	Años	Proyección de la oferta
0	2019	98.304
1	2020	99.415
2	2021	100.538
3	2022	101.674
4	2023	102.823
5	2024	103.985

Elaborado por: Las Autoras

4.1.14 Balance demanda – oferta.

Con los datos recopilados referentes a la demanda y oferta se identifica la existencia de un mercado viable para la implementación del proyecto en la ciudad de Otavalo. Este es el resultado de las proyecciones de 5 años que se realiza a cada variable.

Se determina la demanda insatisfecha presentada en el siguiente cuadro:

Tabla 34

Balance demanda - oferta

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2019	141.610	98.304	43.306
2020	143.989	99.415	42.464
2021	146.408	100.538	41.610
2022	148.868	101.674	40.744
2023	151.369	102.823	39.866
2024	153.912	103.985	38.975

Fuente: Las Autoras

Se identifica que la demanda insatisfecha al año 2024 es de 38.975 que representa la cantidad total de alpargatas, de los cuales el proyecto puede cubrir solamente una parte.

4.1.15 Análisis del precio.

El precio es el factor elemental para la adquisición de bienes o servicios y dependiendo de la demanda puede variar.

Mediante el análisis de la pregunta 6 de la encuesta se identifica que el precio que pagan los consumidores para la compra de las diferentes alpargatas, de acuerdo con los materiales, diseños y tallas por lo general presentan una variación. Como resultado se refleja en el siguiente cuadro:

Tabla 35

Precio de las alpargatas para niños

Tipos de alpargatas	2019
Caucho	\$3,50
Cabuya	\$18,00
Mixta	\$12,00

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 36

Precio de las alpargatas para adultos

Tipos de alpargatas	2019
Caucho	\$5,00
Cabuya	\$20,00
Mixta	\$15,00

Elaborado por: Las Autoras

4.1.16 Proyección de precios.

Para realizar la siguiente proyección se toma en cuenta la tasa de inflación de 5 años anteriores que se detallan:

Tabla 37
Tasa de inflación de años anteriores

Año	Inflación
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	-0,2%
2018	0,27%
2019	-0,07%
Total	4,50%
Inflación promedio	0,90%

Elaborado por: Las Autoras

La tasa promedio que se utiliza para la proyección de precios es de 0,90% que se aplica para los años de vida útil del proyecto.

Tabla 38
Proyección de precios para niños

Tipos de alpargatas	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Caucho	\$3,50	\$3,53	\$3,56	\$3,60	\$3,63	\$3,66
Cabuya	\$18,00	\$18,16	\$18,33	\$18,49	\$19,66	\$18,82
Mixta	\$12,00	\$12,11	\$12,22	\$12,33	\$12,44	\$12,55

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 39
Proyección de precios para adultos

Tipos de alpargatas	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Caucho	\$5,00	\$5,05	\$5,09	\$5,14	\$5,18	\$5,23
Cabuya	\$20,00	\$20,18	\$20,36	\$20,54	\$20,73	\$20,92
Mixta	\$15,00	\$15,14	\$15,27	\$15,41	\$15,55	\$15,69

Elaborado por: Las Autoras

4.1.17 Estrategias de comercialización.

Son aquellas acciones que permiten alcanzar los objetivos planteados con el fin de captar clientes y posicionarse en el mercado.

4.1.17.1 Plaza y canales de distribución.

El proyecto cuenta con un lugar de comercialización en la ciudad de Otavalo para entregar el producto de manera directa al cliente sin la existencia de intermediarios.



Figura 23 Estrategia de plaza.
Elaborado por: Las Autoras.

- ✓ El almacén cuenta con estanterías que permite clasificar los productos por tallas y modelos, de manera que sea fácil elegir lo que el consumidor requiere.
- ✓ El local de ventas tiene una decoración atractiva para que el cliente se sienta a gusto de acceder al sitio.
- ✓ Se crea un nombre llamativo para la microempresa de manera que sea fácil de recordar por los consumidores.
- ✓ Se realizan convenios con la municipalidad con el fin de participar a las exposiciones que permiten poner en conocimiento los productos que oferta la microempresa.

4.1.17.2 Publicidad.

Las estrategias de publicidad permiten informar sobre el producto a ofertar; por lo tanto, se lo realiza por diferentes medios de comunicación para llegar al consumidor:

- ✓ Realizar cuñas publicitarias a través de la radio Ilumán pues es el medio de mayor frecuencia en el cantón Otavalo, por parte de la población indígena.

- ✓ Elaborar volantes con las características del producto y entregar al momento de la presentación en las expo-ferias.
- ✓ Crear una página en Facebook con todos los datos de la microempresa y se actualizan los productos que se ofrecen.

4.1.17.3 Promoción.

- ✓ La estrategia que se utiliza para promocionar el producto es mediante el obsequio de llaveros con cada compra en ocasiones especiales.
- ✓ Ofrecer descuentos del 10% por una mayor adquisición de alpargatas.

4.1.17.4 Producto.

- ✓ La microempresa oferta diferentes diseños, modelos y tallas con el fin de satisfacer gustos y preferencias del consumidor.
- ✓ Cada par de alpargatas lleva una etiqueta en la plantilla, propia de la microempresa que lo hace diferente de la competencia.
- ✓ El empaque para la entrega final del producto es una funda de papel y de cabuya que son amigables con el medio ambiente, de igual forma llevan el nombre de la microempresa.
- ✓ Además del producto principal se ofrece camisas bordadas, anacos y fajas.

4.1.18 Conclusión.

- ✓ Mediante el análisis se pudo identificar que la demanda anual en cantidades es 141.610, de esta manera se determina que si existe viabilidad económica para la implementación del proyecto.
- ✓ A través de las entrevistas que se realizan a diferentes productores y comerciantes, quienes brindan información de las ventas mensuales que realizan, se puede determinar que 98.304 es la cantidad ofertada en el año 2019.

- ✓ De la diferencia entre la demanda y oferta actual se obtiene un resultado positivo de 43.306 que es favorable para la implementación del proyecto, y que constituye la demanda insatisfecha.
- ✓ Para determinar la proyección de precios se utiliza el 0,90% que se obtiene del promedio de las tasas de inflación de cinco años anteriores, para aplicarlo durante los años de vida útil del proyecto.
- ✓ Para una mejor acogida en el mercado la microempresa se ubica cerca de la plaza de ponchos que es en el centro de la ciudad; de tal manera sea de fácil acceso tanto para los proveedores como para los clientes.
- ✓ Para dar a conocer la existencia de la nueva microempresa se utiliza la radio Ilumán pues es la estación de preferencia para la población indígena, de la misma manera se entregan volantes con las características del producto y la creación de una página en Facebook para llegar a la población joven.
- ✓ Como estrategia de promoción se entregan obsequios de llaveros a los clientes en ocasiones especiales y se ofrecen descuentos del 10% por una alta cantidad de compra.
- ✓ La estrategia de producto que se utiliza es entregar las alpargatas en un empaque de papel característico de la microempresa que sea llamativa y diferente de la competencia.
- ✓ De acuerdo con la entrevista se pudo determinar que las alpargatas de cabuya no tienen mayor demanda, por ende, para efecto de este proyecto se enfoca en la producción de cauchos y mixtas.

ESTUDIO TÉCNICO

Introducción

Para la implementación de la microempresa productora y comercializadora de alpargatas es necesario analizar las siguientes actividades: macro y micro localización que consiste en buscar la ubicación exacta en donde realizar el proyecto; dentro de los procesos se realiza flujogramas para la producción y comercialización.

Para el tamaño del proyecto se estudia la capacidad de fabricación, maquinaria e insumos y talento humano necesarios para la elaboración del producto; se establece la inversión inicial mediante la determinación de los activos fijos, diferidos y capital de trabajo; y por último se identifican las fuentes de financiamiento para la puesta en marcha de la propuesta.

Objetivos

Objetivo general.

Estructurar un estudio técnico a través de la utilización de herramientas de investigación que permitan identificar la macro y micro localización, tamaño del proyecto, la inversión inicial y las fuentes de financiamiento con la finalidad de establecer la viabilidad del proyecto.

Objetivos específicos.

- ✓ Establecer la macro y micro localización adecuadas para el proyecto
- ✓ Estructurar procesos de producción y comercialización mediante flujogramas.
- ✓ Estudiar el tamaño y la capacidad necesarios para el proyecto.
- ✓ Analizar los activos fijos, diferidos y capital de trabajo para determinar la inversión inicial.
- ✓ Buscar fuentes de financiamiento para la implementación de la microempresa.

4.2.1 Localización del proyecto.

Dentro de este aspecto se determina la macro y micro localización que permite establecer el lugar de producción y comercialización adecuados para la implementación de la microempresa.

4.2.1.1 Macro localización.

La microempresa productora y comercializadora de alpargatas está ubicado en Ecuador, en la región Sierra norte, en la zona 1 de la provincia de Imbabura, cantón Otavalo misma que limita al norte con: Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; sur y oeste con Pichincha y al este Cayambe.

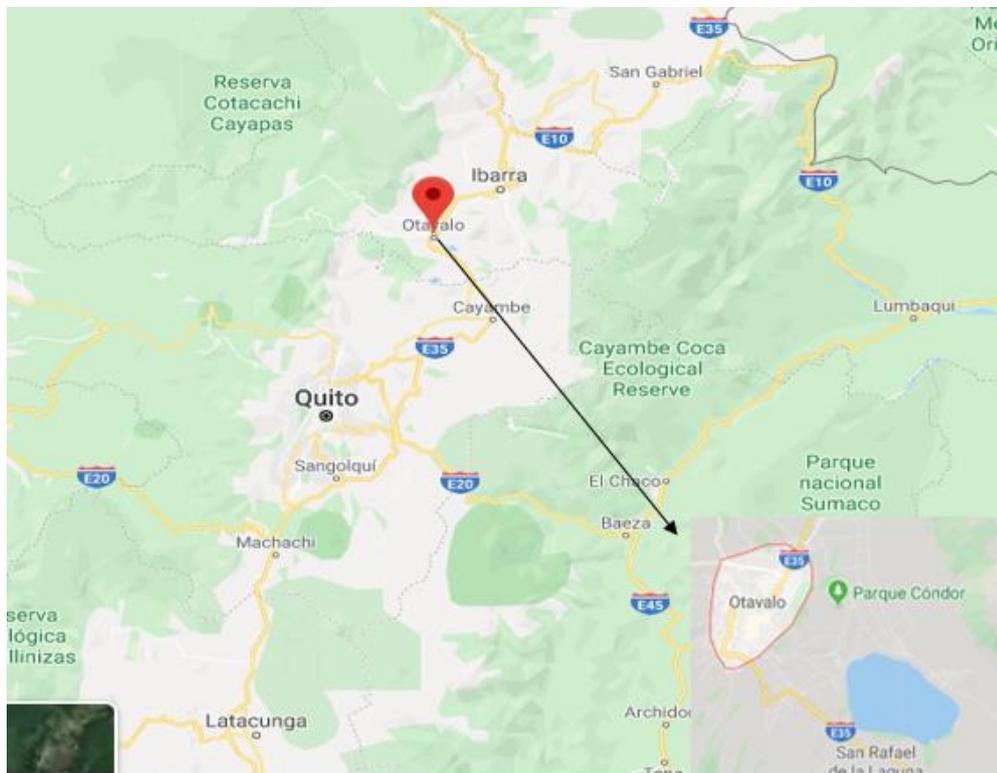


Figura 24 Macro localización del proyecto.
Elaborado por: Las Autoras.

4.2.1.2 Micro localización.

Para el proyecto se dispone de dos lugares, el primero es para la producción de las alpargatas que se encuentra en la parroquia Eugenio Espejo, el segundo es para la comercialización que está situado en la ciudad de Otavalo.

Micro localización del área de producción

El lugar para la fabricación de alpargatas este situado en la parroquia Eugenio Espejo, comunidad de Calpaqui, a pocos metros de la Panamericana Norte, en las calles Atahualpa y José Puente, casa N°83, cuenta con servicios básicos de: energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, teléfono e internet, se ha determinado este lugar por cuanto los inversionistas cuentan con un inmueble en la propiedad.

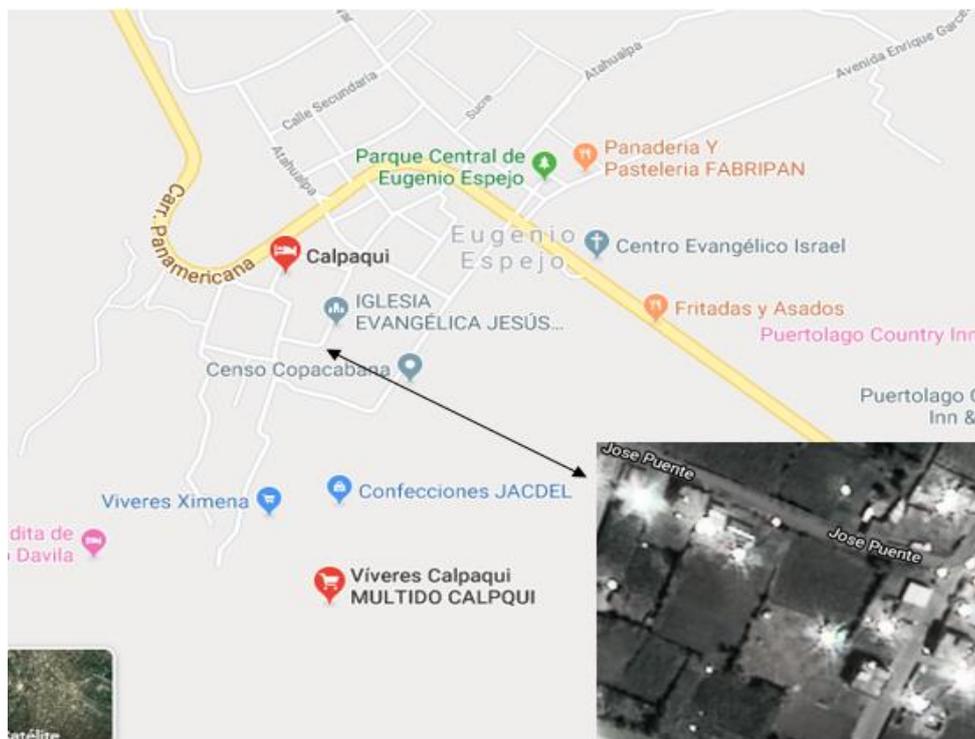


Figura 25 Micro localización del área de producción.
Elaborado por: Las Autoras.

Micro localización del área de comercialización

Se determina el punto de venta del análisis de una matriz por el método de valoración por puntos, para lo cual se escoge tres lugares y se evalúa dependiendo de los factores que consideren necesarios para el proyecto.

El lugar que tenga la más alta calificación es el indicado para la implementación de la microempresa, considerando que 1 es menor y 5 es de mayor importancia o presenta mejores condiciones para la ejecución.

Tabla 40
Matriz de micro localización

N.º	Aspectos	% Importancia	Mercado 24 de mayo		Plaza de ponchos		Mercado Copacabana	
			Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación
1	Facilidad de acceso	15%	3	0,45	4	0,60	5	0,75
2	Cercanía al mercado consumidor	20%	3	0,60	5	1,00	4	0,80
3	Costos y facilidad de adquirir insumos	14%	3	0,42	5	0,70	3	0,42
4	Afluencia de transporte público	10%	4	0,40	4	0,40	5	0,50
5	Infraestructura vial	10%	5	0,50	5	0,50	5	0,50
6	Servicios básicos	15%	4	0,60	4	0,60	3	0,45
7	Costo de arriendo de local	16%	3	0,48	4	0,64	3	0,48
	TOTAL	100%	25	3,45	31	4,44	28	3,90

Elaborado por: Las Autoras

Con respecto a la matriz se analiza los diferentes factores que intervienen en la selección de lugar específico para la venta del producto, así se establece que la plaza de ponchos es una zona con mucha afluencia de consumidores, además existe la facilidad de adquirir materiales e insumos, en cuanto a la infraestructura vial es adecuada y permite la

circulación constante del transporte público. El punto de venta de las alpargatas cuenta con todos los servicios básicos, y para el arriendo del local se realiza un contrato entre el propietario y los socios de la organización.

Después de realizar la respectiva evaluación se determina que la implementación del proyecto está ubicada en la ciudad de Otavalo, en las avenidas Antonio José de Sucre y Juan de Salinas debido a que cumple con todos los requerimientos para la puesta en marcha de la microempresa.

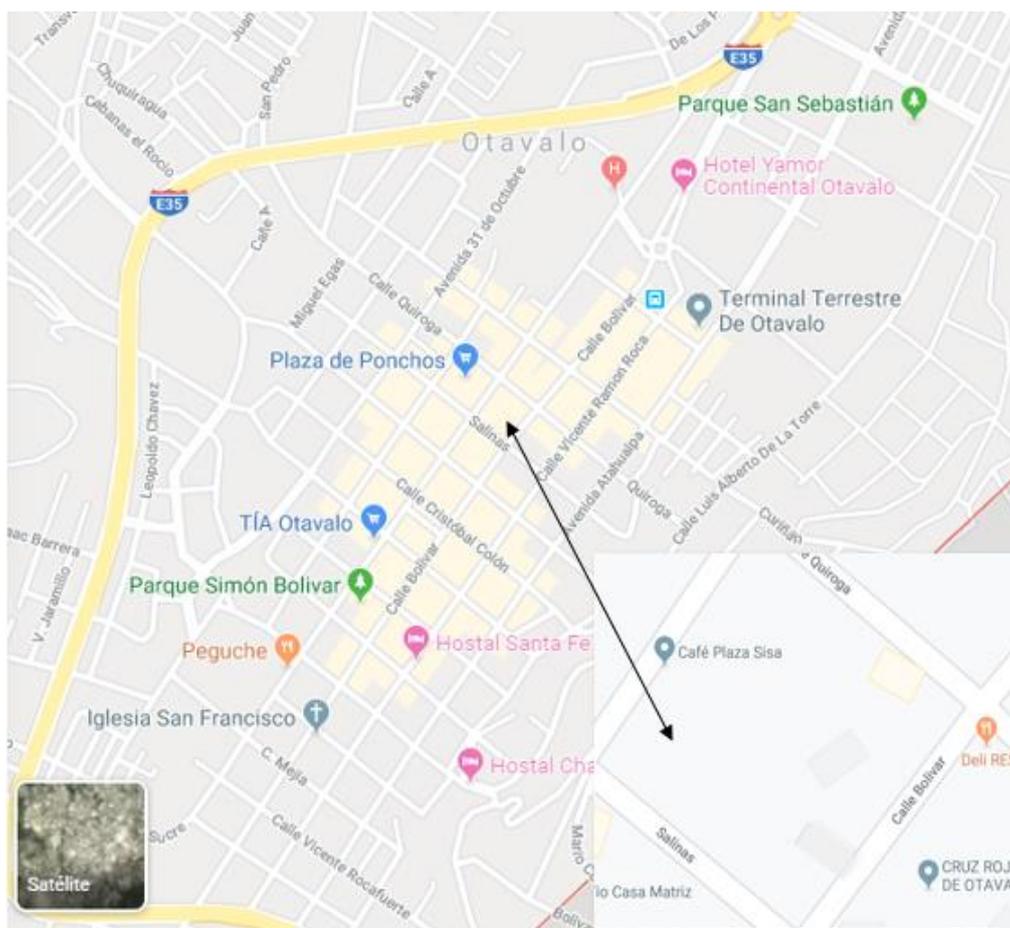


Figura 26 Ubicación de la microempresa.
Elaborado por: Las Autoras.

4.2.2 Ingeniería del proyecto.

La microempresa tiene dos instalaciones: la planta de producción está ubicada en la parroquia Eugenio Espejo, comunidad de Calpaqui y la planta de comercialización en la ciudad de Otavalo, avenidas Antonio José de Sucre y Juan de Salinas.

Distribución del área de la producción

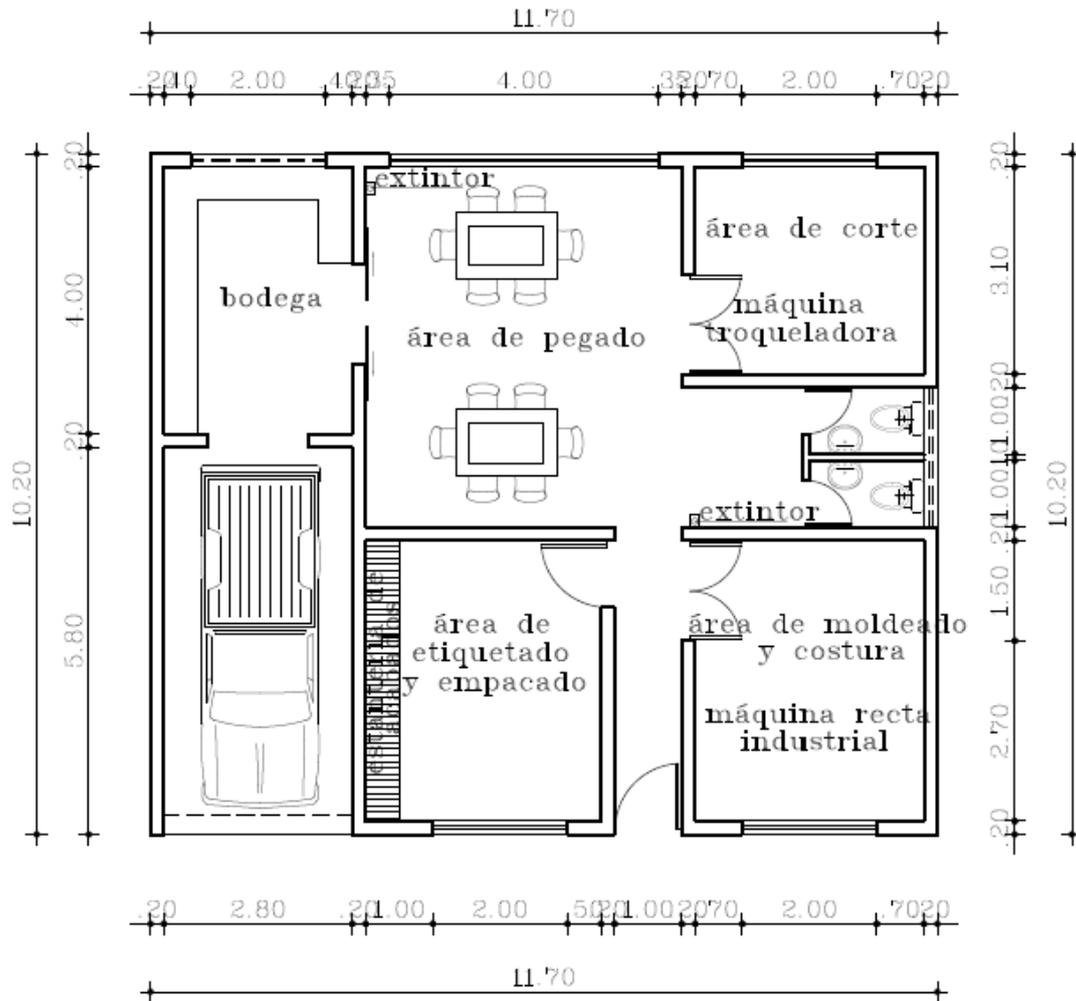


Figura 27 Distribución del área de producción.

Elaborado por: Las Autoras.

La distribución del área de producción en metros cuadrados es de la siguiente manera:

Tabla 41

Distribución de la producción

Total, infraestructura	Garaje	Bodega MP	Área de corte	Área de moldeado y costura	Área de pegado	Área de Etiqueta y empaque	Baño
119,34m ²	5,80m ²	4m ²	3,10m ²	4,20m ²	4m ²	3 m ²	2m ²

Elaborado por: Las Autoras

Distribución del área de comercialización

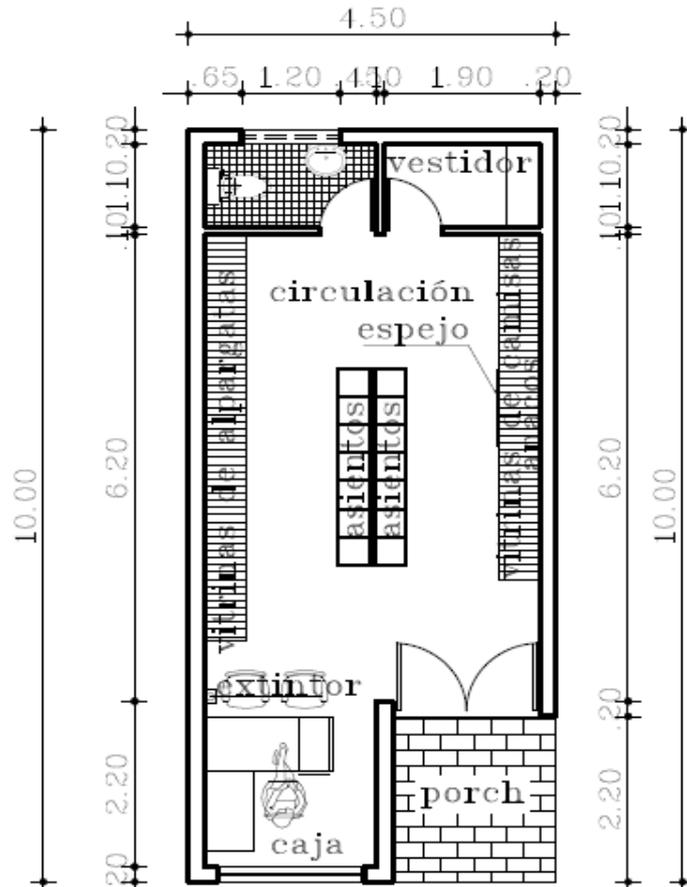


Figura 28 Distribución del área de ventas.
Elaborado por: Las Autoras.

La distribución del área de comercialización en metros cuadrados es de la siguiente manera:

Tabla 42

Distribución del área de comercialización

Total, infraestructura	Estanterías alpargatas	de Estantería de productos adicionales	de Caja de recepción	de Baño	Vestidor
45m ²	6,20m ²	6,20m ²	2,20m ²	1,10m ²	1,10m ²

Elaborado por: Las Autoras

4.2.3 Tamaño del proyecto.

Se determina de acuerdo con la capacidad de producción de las alpargatas en tiempo determinado.

4.2.3.1 Disponibilidad de mano de obra.

En la parroquia Eugenio Espejo, comunidad de Calpaqui donde se encuentra el área de producción, existen personas con conocimientos en la elaboración de alpargatas, mediante esta actividad ellos perciben un ingreso para el sustento de la familia.

Para la puesta en marcha de la microempresa se requiere: 1 operario para el manejo de la maquina troqueladora y recta, 1 para moldeado, pegado y etiquetado, 1 vendedor, mismos que trabajan las 8 horas diarias con un sueldo básico unificado según lo establecido en el Código de Trabajo con todos los beneficios de ley.

4.2.3.2 Disponibilidad de materia prima.

Los principales materiales necesarios para la fabricación de las alpargatas de caucho son: El caucho Eva, la fibra amarilla, el expandible, la tela licra, forro blanco, hilo lavable, también los insumos para el acabado como el cordón y cemento de contacto.

Para la elaboración de las alpargatas mixtas la materia prima a utilizar es: taco de madera, caucho Eva, fibra amarilla, trenza de yute, tela piel de foca, forro, plantilla, y los insumos adicionales ojales, cinta, hilo crochet.

Tabla 43

Principales proveedores

Nombre	Parroquia/ Ciudad	Dirección
Proveedor Manuel Anguaya	Eugenio Espejo	Calle Atahualpa
Proveedor Luis Alberto Aguilar	Eugenio Espejo	
Almacén Puebla	Quito	
Proveedor Isabel Anguaya	Eugenio Espejo	
Almacén Maki	Otavalo	Avenida Antonio José de Sucre
Luz Mila Males	Otavalo	

Elaborado por: Las Autoras

4.2.3.3 Disponibilidad de financiamiento.

Se considera diferentes instituciones financieras que ofrecen créditos para la producción de emprendedores, para ello se analiza la tasa de interés más conveniente para la puesta en marcha del proyecto.

A continuación, se detalla las principales instituciones:

Tabla 44

Instituciones financieras

Institución financiera	Características
BANECUADOR	El monto solicitado para microcrédito puede ser hasta \$59.100. Plazo máximo hasta 10 años. Tasa de interés 17% de producción. Financiamiento desde \$2.500 hasta \$100.000.
Banco del Pacífico	Tasa de interés 15,50%. Plazo de pago para: Activos fijos 72 meses y capital de trabajo 24 meses. Monto de crédito desde \$200 hasta \$20.000
Cooperativa Atuntaqui	Tasa de interés 22% Plazo de pago: Puede ser desde 6 hasta 48 meses. Monto desde \$500 hasta \$20.000.
Cooperativa 23 de Julio	Tasa nominal desde 19,60%. Tasa efectiva 21,18%. Plazo de pago hasta 48 meses.

Elaborado por: Las Autoras

Al analizar las características de los principales establecimientos financieros se puede identificar que BANECUADOR ofrece microcréditos a una tasa de interés preferencial en relación con las demás.

4.2.4 Capacidad instalada.

La capacidad de producción se determina mediante el cálculo en segundos y minutos que se emplean para elaborar un par de alpargatas, tomando en cuenta las ocho horas diarias laborables.

A continuación, se calcula la capacidad instalada de las alpargatas de caucho:

Tabla 45
Capacidad instalada de las alpargatas de caucho

Proceso	Tiempos en segundos/minutos	Producción diaria	Producción semanal	Mensual	Anual	Porcentaje de demanda insatisfecha a cubrir
Forrado de tela licra.	0,30	59	295	1180	14160	39,70%
Secado de la tela lycra	2,10					
Forrado de la talonera	0,50					
Moldeado, corte y costura de la capellada	2,30					
Corte de caucho Eva, fibra amarilla y expandible	1,00					
Unión de piezas	1,10					
Acabado	0,30					
Etiquetado y empacado	0,50					
Total, minutos	8,10					

Elaborado por: Las Autoras

Para la elaboración de un par de alpargatas de caucho se toma en cuenta el tiempo en minutos ocupados en cada proceso desde el forrado de la tela licra hasta obtener el producto final demorándose así 8 minutos con 10 segundos, posteriormente se determina una cantidad de 14.160 pares anuales que se debe fabricar, lo cual cubre el 39,70% de la demanda insatisfecha.

En el siguiente cuadro se detalla la capacidad instalada de las alpargatas mixtas:

Tabla 46
Capacidad instalada de las alpargatas mixtas

Proceso	Tiempos en segundos/minutos	Producción diaria	Producción semanal	Mensual	Anual	Porcentaje de demanda insatisfecha a cubrir
Forrado de tela piel de foca	1,34	22	110	440	5280	12,19%
Moldeado, corte y costura de la capellada	2,00					
Forrado y corte de talonera	2,54					
Colocación de ojales en la talonera	0,40					
Corte de caucho Eva, fibra amarilla y expandible especial.	2,14					
Unión de la fibra con el caucho Eva y el taco de madera	3,26					
Pegar la trenza yute alrededor de la suela	2,00					
Unión de la capellada, la talonera y el expandible especial	3,06					
Acabado	2,14					
Etiquetado y empacado	2,52					
Total, minutos	21,40					

Elaborado por: Las Autoras

Al realizar el cálculo del tiempo empleado para la producción de las alpargatas mixtas se requiere de 21 minutos con 40 segundos, porque necesitan de procesos adicionales al producto anterior, logrando así fabricar 5.280 pares anuales que cubre el 12,19% de la demanda insatisfecha.

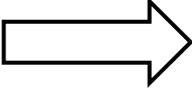
4.2.5 Diseño del proceso productivo.

Para el proceso productivo de las alpargatas se utiliza un diagrama que permita seguir una secuencia de actividades, desde la adquisición de la materia prima hasta la comercialización del producto final.

Simbología

Tabla 47

Simbología de procesos

SIMBOLO	REPRESENTA
	Indica el inicio o el fin de la actividad.
	Detallan las funciones que realiza el personal.
	Representa los documentos a utilizarse.
	Toma de decisión.
	Transporte
	Conector de procesos

Elaborado por: Las Autoras

4.2.5.1 Flujograma de procesos.

A continuación, se detalla cada uno de los procesos para la adquisición de materiales e insumos, elaboración y comercialización de las alpargatas de caucho y mixta:

Adquisición de materia prima

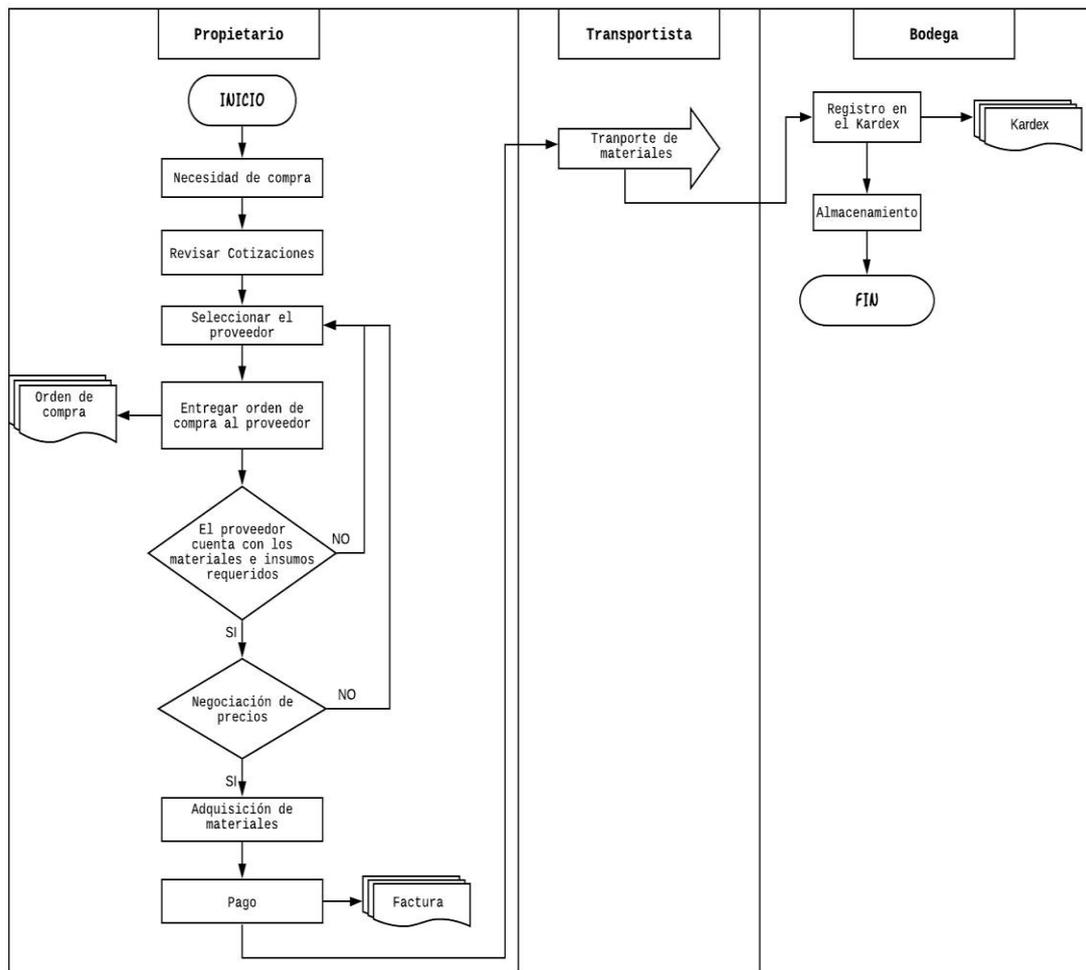


Figura 29 Adquisición de materiales.
Elaborado por: Las Autoras.

Para la adquisición de materia prima se debe revisar cotizaciones y se selecciona el de mejor conveniencia, se envía una orden de compra de todos lo que se requiere en el área de producción, al verificar si cuenta con todo lo que se necesita, se negocia el precio que sea conveniente para las dos partes. Una vez hecho el negocio se realiza la entrega recepción de la factura, se efectúa el pago y se transporta toda la materia prima e insumos a la bodega de materiales para registrar el ingreso en el Kardex y proceder a almacenarlos.

Producción de alpargatas de caucho

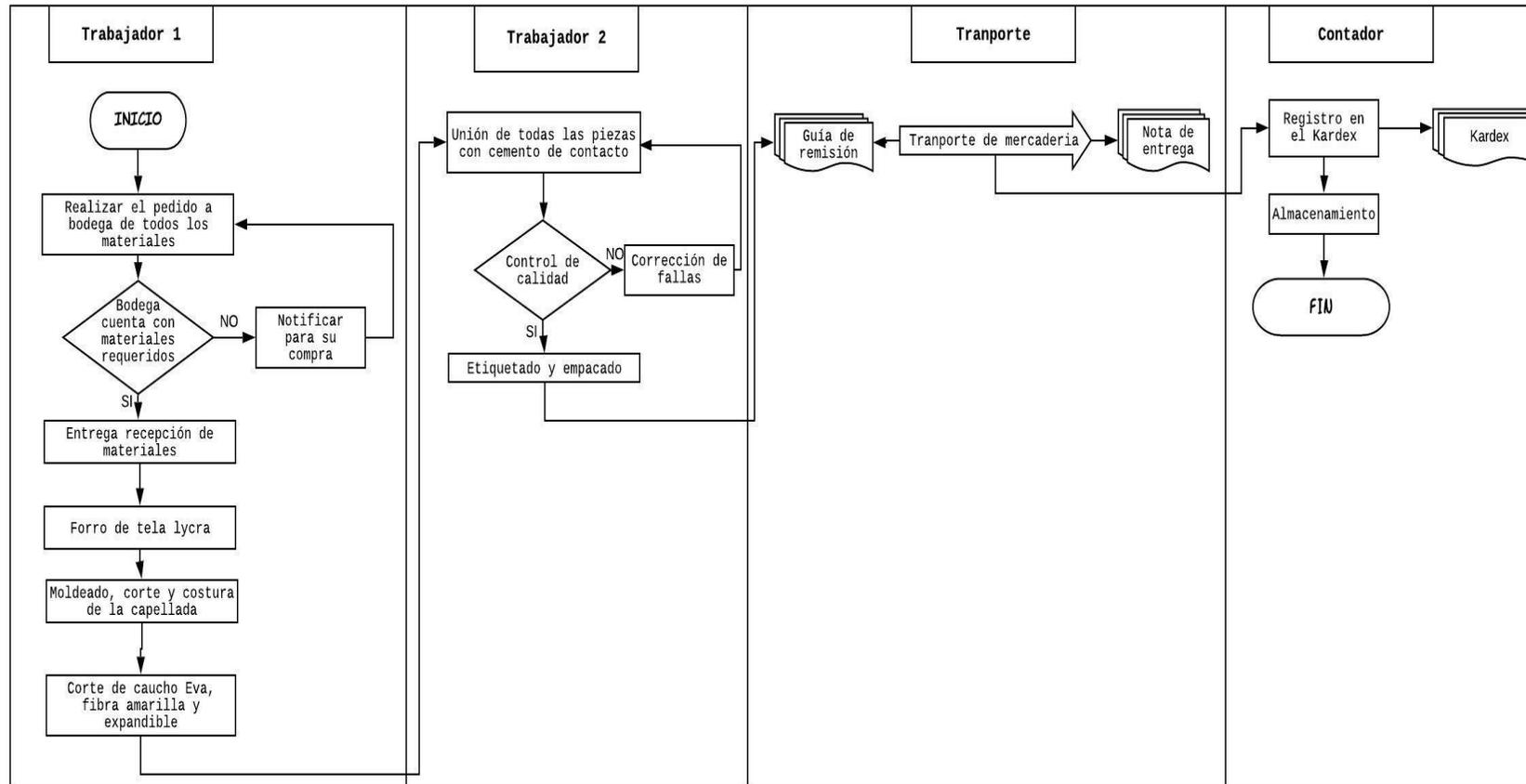


Figura 30 Producción de alpargatas de caucho.
Elaborado por: Las Autoras.

El proceso de producción de las alpargatas inicia con la solicitud de los materiales e insumos necesarios a bodega; una vez que se tiene los insumos, se procede a forrar la tela lycra al igual que la talonera; se deja secar para posteriormente realizar el moldeado y costura; el siguiente paso es cortar el caucho Eva con un molde en la troqueladora al igual que la fibra amarilla y el expandible; a continuación se une todas las piezas con cemento de contacto; para terminar de fabricar el producto se debe colocar las tachuelas.

El producto en proceso ingresa a control de calidad y debe pasar a la sección de acabado, etiquetado y empaque; por último, se debe transportar al local comercial y registrar en el Kardex para que este a disposición de los clientes.

Producción de alpargatas mixtas

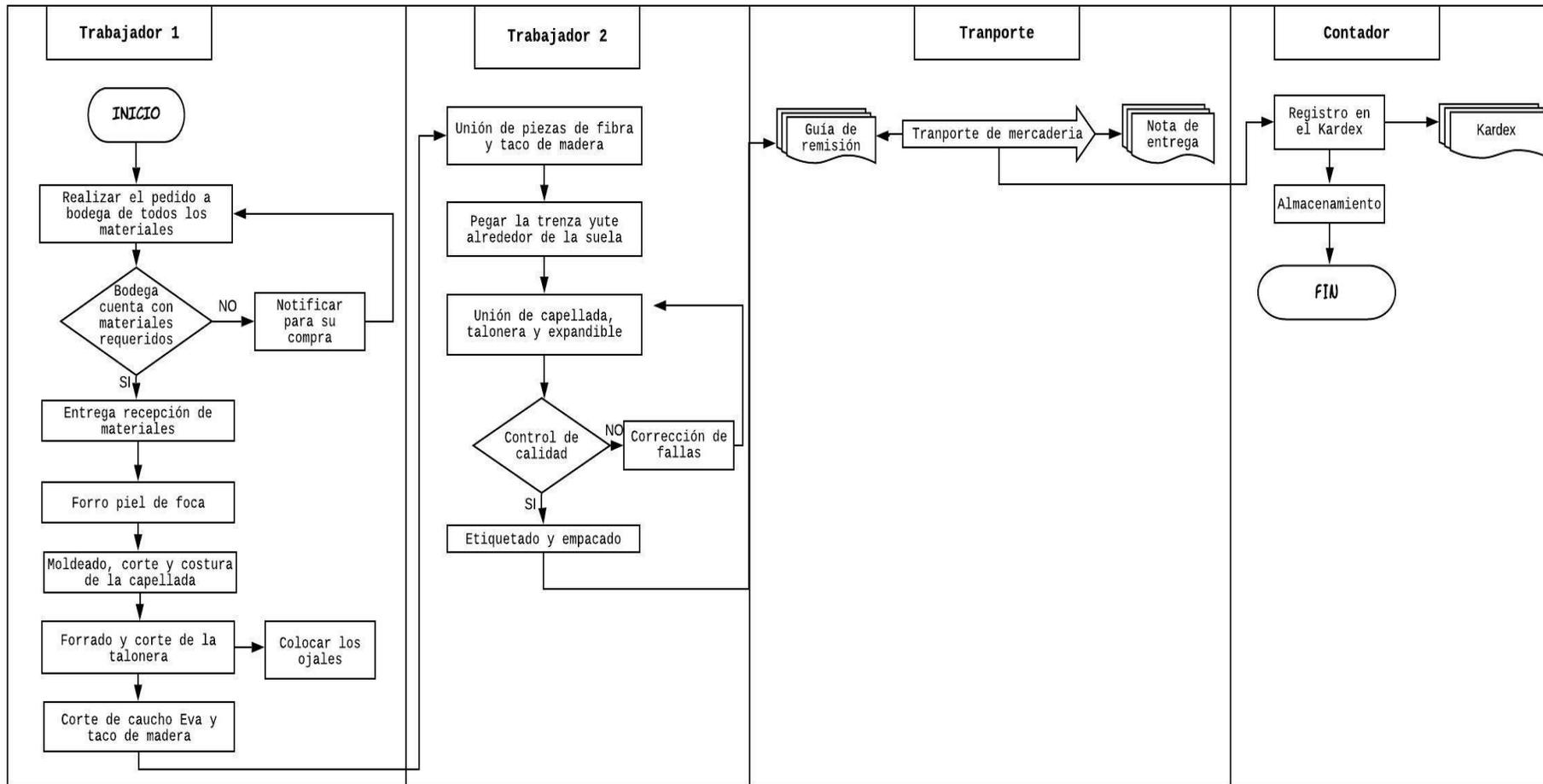


Figura 31 Producción de alpargatas mixtas.
Elaborado por: Las Autoras.

Inicia con el envío de la solicitud a bodega de los materiales necesarios para la producción; se procede a forrar la tela piel de foca con la manta blanca, se moldea las suelas de caucho Eva, se corta y cose las capelladas y las taloneras añadiendo a esto los ojales. Se corta la fibra amarilla y el expandible especial, se une con cemento de contacto todas las piezas; una vez que se tiene el producto se revisa si tiene defectos para corregir las fallas; luego se envía al proceso de acabado; por último, se etiqueta y empaca el producto para ser transportadas al local y realizar el respectivo ingreso al Kárdex.

Comercialización

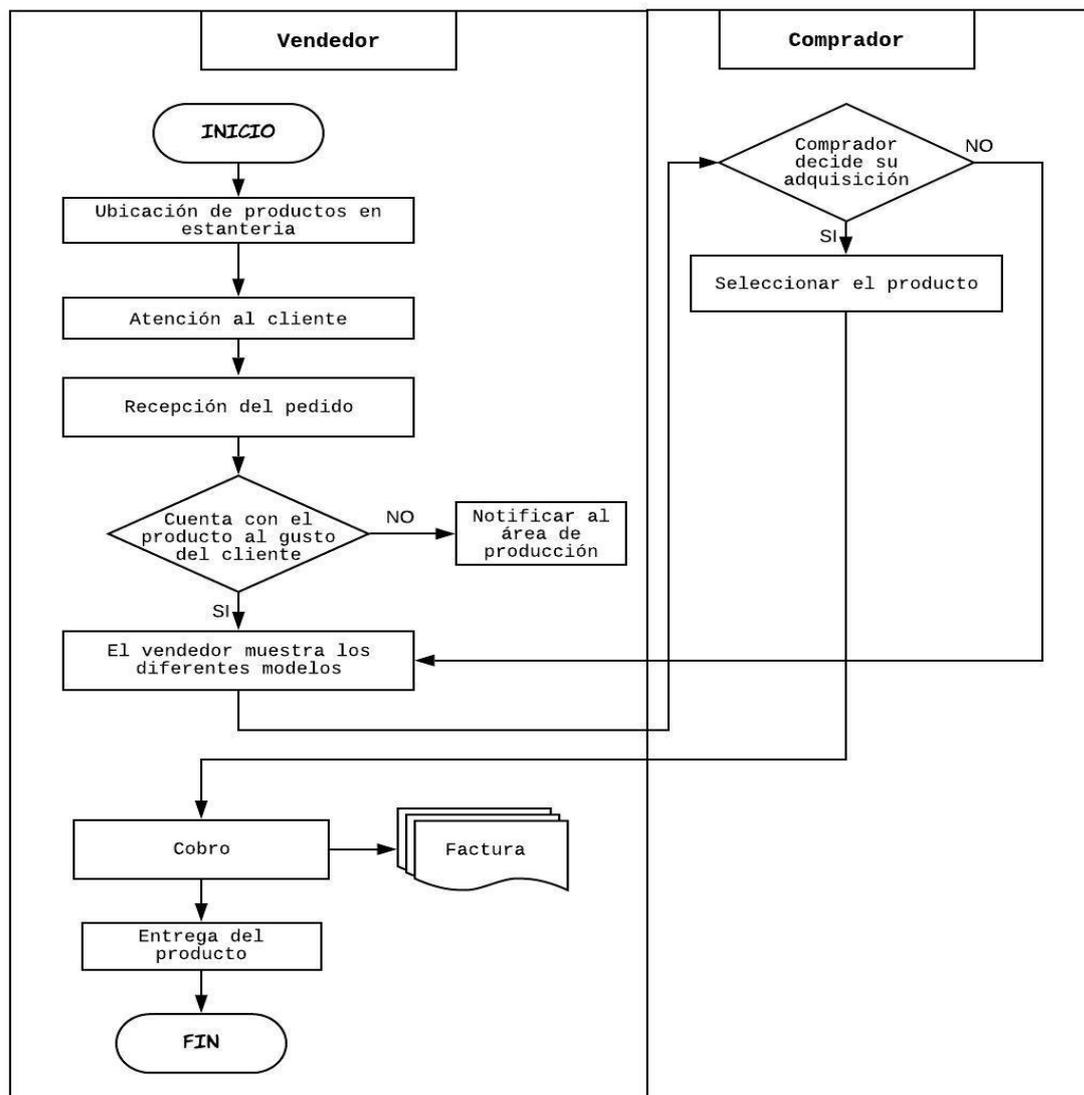


Figura 32 Comercialización
Elaborado por: Las Autoras.

Se inicia con la ubicación de los productos y las estanterías para exhibición, en cuanto asista algún cliente se debe atender de una forma adecuada y preguntarle el diseño que busca y confirmar si existe en inventario ese modelo si no existe dicho producto se debe notificar al área de producción, de lo contrario el vendedor indica las alpargatas que se encuentran en existencia en el local, si tiene la decisión de compra se procede a la venta, cobro, entrega y facturación.

4.2.6 Inversiones en activos fijos.

Para el funcionamiento de la microempresa se analizan los activos fijos que son de apoyo para la producción y comercialización de alpargatas.

Para el proyecto se considera lo siguiente:

4.2.6.1 Maquinaria y equipo.

Son aquellos activos requeridos en el proceso de elaboración de las alpargatas con el fin de mejorar el desempeño de los trabajadores y aumentar el nivel de producción. A continuación, se detalla las maquinarias necesarias para la fabricación:

Tabla 48

Maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Máquina Troqueladora	1	5.400,00	5.400,00
Máquina recta	1	374,99	374,99
TOTAL			5.774,99

Elaborado por. Las Autoras.

Para fabricar las alpargatas se hace uso de dos maquinarias; la troqueladora que ayuda al corte del caucho, la fibra y la plantilla, así reduciendo el tiempo que se tardaría si lo hace a mano; y la maquina recta que se utiliza para la costura de la capellada y la talonera.

4.2.6.2 Equipo de computación.

Son activos indispensables para el área comercial de la microempresa, debido a que agilizan las actividades diarias.

En el siguiente cuadro se muestran los equipos de cómputos necesarios para el funcionamiento del área de ventas y administrativa:

Tabla 49
Equipo de computación

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Laptop HP	1	540,00	540,00
Impresora Epson	1	239,00	239,00
Caja registradora	1	341,00	341,00
TOTAL			1.120,00

Elaborado por: Las Autoras

Para el funcionamiento de la microempresa es necesario adquirir una laptop HP para la gestión de inventarios, facturación, comunicaciones y solicitudes, de tal forma se adquiere una impresora Epson y una caja registradora la cual se emplea para emitir tickets y facturas para los clientes.

4.2.6.3 Muebles y enseres.

Son necesarios para crear un entorno laboral adecuado tanto para los trabajadores como para el inversionista, el mobiliario debe estar acorde al trabajo que se realiza tomando en cuenta el tamaño, calidad y material en el que están elaborados.

Es así como para la producción y comercialización se utilizan los siguientes muebles y enseres:

Tabla 50
Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
PRODUCCIÓN			
Mesa de corte	2	350,00	700,00
COMERCIALIZACIÓN			
Estación de trabajo	1	180,00	180,00
Sillones de espera	1	129,99	129,99
Vitrinas exhibidoras	1	350,00	350,00
TOTAL			1.359,99

Elaborado por: Las Autoras

4.2.7 Resumen de inversión fija.

La inversión fija que se efectúa en la microempresa son las siguientes:

Tabla 51

Inversión fija

Descripción	Valor
Maquinaria y Equipo	5.774,99
Equipo de computación	1.120,00
Muebles y enseres	1.359,99
TOTAL	8.254,98

Elaborado por: Las Autoras

El valor para invertir es de \$8.254,98 para la adquisición de maquinarias para la fabricación de las alpargatas, equipos de computación que permitan el eficiente manejo contable y los muebles y enseres que se los utiliza en la producción y la comercialización.

4.2.8 Bienes no depreciables.

Tabla 52

Bienes no depreciables

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Sillas	7	35,00	245,00
Estanterías	3	60,00	180,00
Tablero ranurado	2	60,00	120,00
Silla giratoria	2	60,00	120,00
TOTAL			665,00

Elaborado por: Las Autoras

4.2.9 Costos de producción.

Son aquellos costes en los que se incurre al adquirir la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación que se utiliza en la producción de las alpargatas.

4.2.9.1 Materia prima directa.

Para la elaboración de alpargatas se utiliza materias primas como: tela polyester, tela piel de foca, caucho Eva, cabuya, Fibra amarilla y expandible; como insumo se tiene los ojales metálicos, conos de hilos y cordones.

Tabla 53

Materia prima directa de alpargatas de caucho

Detalle		Precio	IVA	Total	Pares en plancha o tela	Costo por par	% Utilizado	Costo MP utilizada
Caucho Eva	1 plancha	25,00	3,00	28,00	60	0,47	25%	0,12
Fibra amarilla	1 plancha	20,50	2,46	22,96	30	0,77	18%	0,14
Expandible	1 metro	15,50	1,86	17,36	25	0,69	18%	0,12
Tela lycra	1 metro	9,75	1,17	10,92	30	0,36	17%	0,06
Tela para forrar	1 metro	4,50	0,54	5,04	30	0,17	9%	0,02
talonera		16,00	1,92	17,92	100	0,18	13%	0,02
Total						2,64	100%	0,48

Elaborado por: Las Autoras

Para la producción de las alpargatas de caucho se toma en cuenta el costo de la materia prima, sea por planchas de caucho o metros de tela según lo que se requiere para la elaboración.

Así mismo se muestra en el siguiente cuadro el costo de alpargatas mixtas:

Tabla 54

Materia prima de alpargatas mixtas

Detalle		Precio	IVA	Total	Pares en plancha o tela	Costo por par	% Utilizado	Costo MP utilizada
Caucho Eva	1 plancha	25,00	3,00	28,00	65	0,43	10%	0,04
Tela piel de foca	1 metro	60,00	7,20	67,20	30	2,24	15%	0,34
Tela de forro	1 metro	4,50	0,54	5,04	30	0,17	9%	0,02
Expandible especial	1 metro	35,00	4,20	39,20	25	1,57	18%	0,28
Fibra amarilla	1 plancha	18,50	2,22	20,72	30	0,69	9%	0,06
Talonera	1 metro	10,00	1,20	11,20	18	0,62	10%	0,06
Trenza yute	1 rollo	30,50	3,66	34,16	27	1,27	14%	0,18
Taco de madera		50,00	6,00	56,00	30	1,87	15%	0,28
TOTAL						8,85	100%	1,26

Elaborado por: Las Autoras

Las alpargatas mixtas tienen elevados costos a diferencia de las de caucho, siendo así \$8,85 por cada par, además se debe tomar en cuenta la mano de obra que se requiere para su elaboración.

Costos anuales de materia prima directa

Para la producción de 6.076 pares de alpargatas de caucho al año, se necesita de \$7.687,93 para la adquisición de materia prima.

Tabla 55

Costos anuales de materia prima de alpargatas de caucho

Detalle	Unidad	Valor unitario	Cantidades	Costo MP Anual
Caucho Eva	101	28,00	2.835	1.360,21
Fibra amarilla	203	22,96	4.650	2.230,75
Expandible	243	17,36	4.219	2.024,00
Tela lycra	203	10,92	2.212	1.060,97
Tela para forrar	203	5,04	1.021	489,68
talonera	61	17,92	1.089	522,32
TOTAL			16.026	7.687,93

Elaborado por: Las Autoras

La producción anual con respecto a las alpargatas mixtas es de 3.884 pares anuales para lo cual se debe invertir en la compra de materiales \$43.247,23.

Tabla 56

Costos anuales de alpargatas mixtas

Detalle	Unidad	Valor Unitario	Cantidades	Costo MP Anual
Caucho Eva	60	28,00	1.673	2.104,68
Tela piel de foca	129	67,20	8.700	10.944,32
Tela de forro	119	5,04	653	820,82
Expandible especial	155	39,20	6.090	7.661,03
Fibra amarilla	129	20,72	2.683	3.374,50
Talonera	216	11,20	2.417	3.040,09
Trenza yute	144	34,16	4.914	6.181,52
Taco de madera	129	56,00	7.250	9.120,27
TOTAL			34.379	43.247,23
TOTAL, MPD			50.405	50.935,16

Elaborado por: Las Autoras

4.2.9.2 Mano de obra directa.

Para el área de producción se contrata 1 operario que se encargue del manejo de la troqueladora y la máquina recta, una persona para el moldeo y el pegado, el valor que se le paga es el sueldo básico unificado con todos los beneficios de ley.

Tabla 57
Mano de obra directa

Denominación	# de trabajadores	Sueldo	Ingreso mensual	Ingreso anual	Aporte patronal IESS 12,15% mensual	Aporte patronal anual	10mo tercero	10mo cuarto	Total, anual
Operario 1	1	400	400	4.800	48,60	583,20	400	400	6.183,20
Trabajador	1	400	400	4.800	48,60	583,20	400	400	6.183,20
TOTAL	2	800	800	9.600	97,20	1.166,40	800	800	12.366,40

Elaborado por: Las Autoras

El horario de trabajo que debe cumplir son 8 horas al día y 5 días a la semana por lo que se paga un sueldo de \$400,00 más todos los beneficios de ley, dando un total de \$6.183,20 anual por cada trabajador.

4.2.9.3 Costos indirectos de fabricación.

Son aquellos costos que deben cubrir la parte operativa de la microempresa, así como: la materia prima indirecta las cuales participan en un menor porcentaje en la elaboración del producto final; como también la mano de obra indirecta que consiste en trabajadores contratados temporalmente o cada cierto tiempo.

Materia prima indirecta

Está conformada por materiales que intervienen en un menor porcentaje en la elaboración de las alpargatas.

Tabla 58
Materia prima indirecta

Alpargatas de caucho			
Detalle	Unidad	Precio	Total
Cemento de contacto	21	46,50	976,50
Tachuelas	13	4,50	58,50
Hilo lavable	21	4,00	84,00
Hilo zapatero	20	4,50	90,00
TOTAL			1.209,00
Alpargatas mixtas			
Detalle	Unidad	Precio	Total
Tachuelas	8	4,50	36,00
Ojales	5	9,00	45,00
Cemento de contacto	16	46,50	744,00
Hilo de tejer	13	5,50	71,50
Lazos	16	8,00	128,00
Hilo zapatero	8	4,50	36,00
TOTAL			1.060,50
TOTAL, MPI			2.269,50

Elaborado por: Las Autoras

Los materiales indirectos tanto para las alpargatas de caucho y mixtas ascienden a \$2.269,50 anuales.

Mano de obra indirecta

Son aquellos costos que no asisten de forma directa en la producción del bien, por lo tanto, la microempresa considera el pago al personal que va a realizar el mantenimiento de las maquinarias y al encargado de etiquetado y empaçado del producto.

Tabla 59

Mano de obra indirecta

Denominación	# de trabajadores	# de maquinas	Precio unitario	Precio total	Total, anual
Mantenimiento de la maquinaria	1	2	10,00	20,00	240,00
TOTAL	1			20,00	240,00

Elaborado por: Las Autoras

A esta persona se la paga mediante factura por servicios profesionales prestados, por lo tanto, el costo a cubrir en este rubro es de \$20,00 mensuales y \$240,00 anuales incluido IVA.

Otros costos indirectos

En este rubro se suman todos los materiales y recursos que no se incorporan físicamente en el producto, pero son importantes para obtener las alpargatas de calidad y se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 60
Otros costos indirectos

Descripción	No. De productos o prestación de servicios	Precio Unitario	Precio Total	Precio Anual
PRODUCTOS				
Tijeras	4	5,00	20,00	20,00
Canasta plástica	3	10,00	30,00	30,00
Ojaladora manual	1	70,00	70,00	70,00
Regla de madera	2	3,00	6,00	6,00
Esferos	10	0,35	3,50	3,50
Aceite de maquina	2	1,99	3,98	3,98
Brochas	5	2,00	10,00	10,00
Recipiente para cemento de contacto	4	2,00	8,00	8,00
Mascarilla	8	3,50	28,00	28,00
Mandiles	4	4,50	18,00	18,00
Guantes	4	2,50	10,00	10,00
Franelas	3	0,30	0,90	0,90
Tiñer(galón)	1	4,99	4,99	4,99
Agujas (caja 10 unidades)	2	3,00	6,00	6,00
SERVICIOS				
Energía eléctrica	1	24,00	24,00	288,00
Agua Potable	1	2,00	2,00	24,00
Transporte	1	7,00	7,00	84,00
TOTAL			252,37	615,37

Elaborado por: Las Autoras

Las herramientas y servicios antes mencionados son indispensables para el área de producción de las alpargatas desde el inicio del proceso de fabricación hasta obtener el producto final, por lo tanto, en este rubro se pretende tener un costo anual de \$615,37.

Resúmenes de costos indirectos de fabricación

A continuación, se detalla el cuadro resumen de los costos indirectos de fabricación tomando en cuenta la materia prima indirecta, mano de obra indirecta y otros costos de fabricación.

Tabla 61
Costos indirectos de fabricación

Costos indirectos de fabricación	
Detalle	Valor
Materia Prima Indirecta	2.269,50
Mano de Obra Indirecta	240,00
Otros costos de Fabricación	615,37
TOTAL, CIF	3.124,87

Elaborado por: Las Autoras

Resumen de costos de producción

Con lo expuesto en las tablas anteriores se realiza el resumen general de los costos de producción tomando en cuenta los rubros de materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación que fueron necesarios para la elaboración de las alpargatas.

Tabla 62
Resumen de costos de producción

Costos de producción	
Detalle	Valor
Materia Prima Directa	50.935,16
Mano de Obra Directa	12.366,40
Costos Indirectos de Fabricación	3.124,87
TOTAL	66.426,43

Elaborado por: Las Autoras

Los costos ascienden a \$66.426,43 para la elaboración de las alpargatas, en las cuales incluye la materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación. Ese valor es lo que se requiere en el primer año de creación de la microempresa.

4.2.10 Gastos de ventas.

Son aquellos desembolsos que están relacionados con la venta del producto como se detalla a continuación:

4.2.10.1 Arriendo del local.

La microempresa cuenta con un local comercial en la ciudad de Otavalo, para lo cual se debe pagar un arriendo de \$300,00 mensuales y \$3.600,00 al año.

Tabla 63
Arriendo local

Descripción	Valor	Anual
Arriendo	300,00	3.600,00
TOTAL	300,00	3.600,00

Elaborado por: Las Autoras

4.2.10.2 Servicios de internet.

Para el local comercial se contrata el servicio de internet, dando así un total de \$300,00 anuales.

Tabla 64
Servicio de internet

Descripción	Tiempo	Precio Unitario	P. Total mensual	P. Total anual
Internet	Mensual	1 25,00	25,00	300,00
TOTAL				300,00

Elaborado por: Las Autoras

4.2.10.3 Suministros de limpieza.

La microempresa cuenta con algunos suministros de limpieza que se detallan a continuación:

Tabla 65
Suministros de limpieza

Detalle	Cantidad	Valor	Total, Anual
Escoba	3	2,75	8,25
Galón de desinfectante	6	3,00	18,00
Basurero	2	5,00	10,00
Fundas de basura	5	1,00	5,00
Franelas	8	0,80	6,40
Papel higiénico (24 rollos)	3	15,00	45,00
Trapeador	2	2,50	5,00
Dispensador	2	15,00	30,00
Gel antiséptico (galones)	3	14,00	42,00
Balde	2	2,50	5,00
Pastillas inodoro	6	1,50	9,00
Ambientador	2	19,00	38,00
Cloro (galón)	4	4,50	18,00
jabón líquido (galón)	4	8,00	32,00
TOTAL			271,65

Elaborado por: Las Autoras

El valor anual de los suministros asciende a \$271,65. Todo esto se adquiere con el objetivo de que el local sea presentable y limpio ante los clientes.

4.2.10.4 Personal de ventas.

Se contrata una persona para el área de ventas y atención al cliente en el local donde se comercializa las alpargatas y ésta se ubica cerca de la plaza de ponchos en la ciudad de Otavalo.

Tabla 66

Personal de ventas

Denominación	# de personas	Sueldo	Ingreso anual	Aporte patronal IESS 12,15% mensual	Aporte patronal anual	10mo tercero	10mo cuarto	Total, Anual
Vendedor	1	400,00	4.800,00	48,60	583,20	400,00	400,00	6.183,20
TOTAL	1	400,00	4.800,00	48,60	583,20	400,00	400,00	6.183,20

Elaborado por: Las Autoras

La persona encargada presta el servicio sobre el sueldo básico unificado incluido los beneficios de ley, por lo tanto, el gasto incurrido anual en este rubro es de \$6.183,20.

4.2.10.5 Gastos de publicidad.

Para dar a conocer la existencia de la nueva microempresa y el producto que se lanza al mercado se lo hace a través de cuñas radiales, una cantidad de 300 volantes y la creación de una página en las redes sociales para los respectivos anuncios publicitarios.

Tabla 67
Gastos de publicidad

Descripción	Frecuencia	Cantidad	Costo unitario	Valor	Costo Anual
Cuñas radiales	Semanal	6	2,50	15,00	720,00
Volantes	Semestral	300	0,05	15,00	30,00
Redes sociales	Mensual	1	10,00	10,00	120,00
TOTALES					870,00

Elaborado por: Las Autoras

Los medios de publicidad antes mencionados son indispensables, para que la nueva microempresa tenga acogida en el mercado, para este rubro se registra un gasto anual de \$870,00.

4.2.10.6 Otros gastos de ventas.

Son aquellos desembolsos para realizar la comercialización y entrega de las alpargatas que ofrece la nueva microempresa.

Tabla 68
Otros gastos de venta

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo Anual
Etiquetas adhesivas	400	0,00125	0,50	6,00
Funda de papel de empaque	500	0,30		150,00
Maniqués	3	7,50		22,50
Maniqués(pies)	4	12,00		48,00
Armadores de alambre (12 unidades)	4	3,25		13,00
Exhibidor de calzado	100	1,30		130,00
TOTAL				369,50

Elaborado por: Las Autoras

Los suministros para utilizar en esta área son importantes en el local de ventas, en cuanto permita diferenciarlo de los demás almacenes, el gasto incurrido en este rubro es de un monto anual de \$369,50.

Resumen gastos de venta

A continuación, se presenta el cuadro resumen de los rubros incluidos en el gasto de venta

Tabla 69

Resumen de gastos de venta

Detalle	Valor
Arriendo	3.600,00
Servicios de internet	300,00
Suministros de limpieza	271,65
Personal de ventas	6183,20
Gasto publicidad	870,00
Otros Gastos de ventas	369,50
TOTAL	11.594,35

Elaborado por: Las Autoras

El valor para cubrir en el gasto de ventas es de \$11.594,35, tomando en cuenta el arriendo mensual, servicios de internet, el personal que está a cargo en el local, los diferentes medios de publicidad y los demás suministros indispensables en la comercialización de las alpargatas.

4.2.10 Gastos de administración.

Son aquellos desembolsos necesarios en el control y la dirección para la buena marcha de la microempresa y que no se relaciona con la actividad principal.

4.2.10.1 Gasto permiso de funcionamiento.

A continuación, se realiza el respectivo cálculo de los permisos de funcionamiento:

Tabla 70

Gasto permiso de funcionamiento

Descripción	Precio Unitario	Precio total anual
Permiso de bomberos	1	20,00
Patente municipal	1	45,00
TOTAL		65,00

Elaborado por: Las Autoras

Para la puesta en marcha de la microempresa se requiere tramitar los respectivos permisos, por el cual se paga \$65,00 anuales. Dichos permisos no son considerados gastos de constitución porque no representan un valor considerable.

4.2.10.2 Otros gastos administrativos.

Se detallan aquellos gastos que incurre en una organización, sean por los servicios generales y suministros necesarios para el mejor desempeño de las actividades.

Tabla 71

Otros gastos administrativos

Descripción	Tiempo	Precio Unitario	Precio total mensual	Precio total anual
Resmas de papel	Trimestral	4	3,80	15,20
Facturero	Anual	5	15,00	75,00
Tinta para impresora	Trimestral	4	7,50	30,00
Rollo de papel para caja registradora	Bimensual	6	1,00	6,00
Esferos	Anual	1	6,00	6,00
Archivador	Anual	3	4,80	14,40
TOTAL				146,60

Elaborado por: Las Autoras

Los servicios y suministros antes mencionados son indispensables para que el área administrativa tenga un correcto funcionamiento, al momento de que la microempresa esté en marcha, en este rubro se presenta un monto a cubrir de \$146,60 anuales.

Resumen gastos administrativos

A continuación, se detalla el cuadro resumen tomando en cuenta los desembolsos para la constitución, honorarios por el servicio y otros gastos de administración:

Tabla 72
Resumen gastos administrativos

Resumen gastos administrativos	
Detalle	Valor
Permisos de funcionamiento	65,00
Otros gastos administrativos	146,60
TOTAL	211,60

Elaborado por: Las Autoras

El monto para cubrir los gastos en esta área es importante, tomando en cuenta, el funcionamiento legal de la microempresa, el personal que lleva la contabilidad y los suministros que utilicen a diario, por lo tanto, el valor es de \$211,60.

4.2.11 Depreciación de activos fijos.

La depreciación es la pérdida de valor de un bien material por el uso que se da en la actividad productiva dentro de un tiempo establecido; para el proyecto se determinan como activos fijos a la maquinaria, equipo de computación, muebles y enseres.

A continuación, se detalla lo siguiente:

Tabla 73
Depreciación de activos fijos

Detalle	Valor en libros	Año de vida útil	V.R	V.D
Maquinaria y equipo	5.774,99	10	577,50	519,75
Equipo de computación	1.120,00	3	112,00	336,00
Muebles y enseres	1.359,99	10	136,00	122,40
TOTAL	8.254,98			978,15

Elaborado por: Las Autoras

El valor de la depreciación es de \$978,15 para lo cual se utiliza el método de línea recta para efectuar su respectivo cálculo, como también se toma en cuenta la vida útil de cada activo.

4.2.12 Capital de trabajo.

El capital que se requiere para la puesta en marcha del proyecto es para un mes, así como se detalla a continuación:

Tabla 74
Capital de trabajo

Descripción	Anual	Mensual
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Materia prima directa	50.935,16	4.244,60
Mano de obra directa	12.366,40	1.030,53
Costos indirectos de fabricación	2.812,87	234,41
Materia Prima Indirecta	2.269,50	
Mano de Obra Indirecta	240,00	
Otros costos de Fabricación	303,37	
GASTOS DE VENTA		
Arriendo local	3.600,00	300,00
Servicios básicos	300,00	25,00
Suministros de limpieza	271,65	22,64
Personal de ventas	6.183,20	515,27
Gastos de publicidad	870,00	72,50
Otros gastos de ventas	369,50	30,79
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
Otros gastos administrativos	146,60	12,22
TOTAL	77.855,38	6.487,95

Elaborado por: Las Autoras

El capital de trabajo se calcula de la suma de los costos de producción y los gastos de venta y administración para el primer mes, debido a que, desde el segundo mes, la microempresa genera ingresos que pueden cubrir los gastos.

4.2.13 Inversión inicial.

Tabla 75
Inversión inicial

Descripción	Valor
Inversión Fija	8.254,98
Capital de trabajo	6.487,95
TOTAL	14.742,93

Elaborado por: Las Autoras

La inversión inicial está compuesta por los costos en la adquisición de maquinarias y equipos necesarios para la producción de las alpargatas dando un total de \$8.254,98, como

también el capital de trabajo que da como resultado \$6.487,95 que se requiere para que la microempresa se encuentre en funcionamiento al menos durante el primer mes.

4.2.14 Financiamiento.

La inversión que se requiere para la puesta en marcha del proyecto es de \$14.772,93 los cuales se financian de la siguiente manera: 55,25% o \$8.144,93 es por aporte de los accionistas y el 44,75% es decir, el \$6.598,00 a través de un crédito en el Banco BanEcuador el cual ofrece a una tasa de interés del 17% anual con un plazo de 3 años.

Tabla 76
Financiamiento

Detalle	Total	Porcentaje
Crédito	6.598,00	44,75%
Capital propio	8.144,93	55,25%
Total	14.742,93	100%

Elaborado por: Las Autoras

4.2.15 Conclusiones.

- ✓ Se determina la macro y micro localización tanto del área de producción como de comercialización de las alpargatas, disponibilidad de la materia prima y mano de obra, la capacidad instalada del proyecto, los flujogramas de procesos para la elaboración y venta del producto, el tamaño y destino de la inversión y su financiamiento necesarios para la puesta en marcha de la microempresa.
- ✓ El área de producción está ubicada en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura y el punto de venta se fija en la ciudad de Otavalo, cerca de la plaza de ponchos.
- ✓ Se elabora flujogramas de procesos tanto para la producción como para la comercialización de las alpargatas con la finalidad proponer una visión clara de los pasos ordenados a seguir.
- ✓ Se costeo la materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación que son necesarios para la elaboración del producto.

- ✓ Se determina que la inversión inicial que se necesita para el funcionamiento del proyecto es \$14.742,93 que incluye inversión fija y capital de trabajo.
- ✓ Para la puesta en marcha del proyecto se requiere financiamiento de \$6.598,00 a través de un crédito en BANECUADOR a una tasa de interés del 17% pagaderos a 3 años.

ESTUDIO FINANCIERO

Introducción

En este capítulo se establece la información económica a partir del estudio de mercado y técnico, se elaboran las proyecciones de ingresos, costos y gastos necesarios para la microempresa.

Se desarrollan informes financieros como: el estado de situación financiera correspondiente al año 0, de resultados en el que se establece la diferencia de ingresos menos los costos y gastos con el propósito de obtener la utilidad esperada, el cálculo del estado de flujo de efectivo proyectado para los 5 años que es la vida útil del proyecto con la finalidad de buscar los movimientos netos de cada año y a partir de éstos realizar una evaluación de factibilidad.

Por último, se presenta un tablero integral de comandos con los indicadores que representan una ayuda para determinar la viabilidad del proyecto. Dentro del informe económico es importante fijar los valores hallados en el estudio de mercado y técnico para realizar las proyecciones de los ingresos, costos y gastos que genera la microempresa, de esta manera conocer si el proyecto a implementar subsiste la vida útil que se plantea en esta investigación.

Objetivos

Objetivo general.

Realizar un análisis económico a través de la proyección de ingresos, costos y gastos, los estados financieros proforma y verificar mediante la aplicación de los indicadores financieros la viabilidad del proyecto.

Objetivos específicos

- ✓ Calcular los ingresos, costos y gastos con las respectivas proyecciones para la vida útil del proyecto.
- ✓ Determinar la remuneración y los beneficios de ley para todo el personal que preste los servicios en cada área de la microempresa.
- ✓ Estructurar los estados de situación financiera, de resultados y flujo de efectivo proforma para cada año de vida útil del proyecto.

- ✓ Evaluar la viabilidad del proyecto a través de los indicadores financieros.

4.3.1 Determinación de los ingresos proyectados.

Los ingresos son la fuente principal de recursos que generan rentabilidad para la microempresa y están representados por las ventas. Para la proyección se aplica el parámetro de inflación de precios de los últimos 5 años establecidos por el Banco Central del Ecuador desde el año 2015 al 2019, calculados en la siguiente tabla:

Tabla 77

Inflación de precios

Año	% Inflación
2015	3,38
2016	1,12
2017	-0,20
2018	0,27
2019	-0,07
TOTAL	4,50
Inflación promedio	0,90

Elaborado por: Las Autoras

La tasa promedio determinada a través de la inflación de precios de los últimos 5 años representa el 0,90%; que se utiliza para el cálculo de los ingresos según los años de vida útil del proyecto.

Para la proyección de la cantidad se maneja la tasa de 0,19% que representa el promedio de crecimiento poblacional según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo.

Se multiplica la cantidad a ser producida anualmente de alpargatas de caucho por el costo de cada par que es \$5,00 y mixtas por un valor de \$15,00; para la proyección del incremento en la cantidad, se usa el porcentaje de crecimiento poblacional de Otavalo y para el precio se toma en cuenta el promedio de inflación de los últimos 5 años, lo que se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 78

Proyección de ingresos

Producto	Cantidad	P. U	Total, Anual	Cantidad	P. U	Total, Anual	Cantidad	P. U	Total, Anual	Cantidad	P. U	Total, Anual	Cantidad	P. U	Total, Anual
			AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5
caucho	6.076	5,00	30.380,00	6.088	5,05	30.713,96	6.100	5,09	31.051,47	6.112	5,14	31.392,57	6.124	5,18	31.737,29
mixta	3.884	15,00	58.260,00	3.891	15,14	58.890,29	3.898	15,27	59.527,20	3.905	15,41	60.170,80	3.912	15,55	60.821,17
TOTAL	9.960		88.640,00	9.979		89.604,25	9.998		90.578,67	10.017		91.563,37	10.036		92.558,46

Elaborado por: Las Autoras

Se presenta la tabla resumen de ingresos de los años de vida útil del proyecto:

Tabla 79
Resumen de ingresos

Años proyectados	Ingresos
Año 1	88.640,00
Año 2	89.604,25
Año 3	90.578,67
Año 4	91.563,37
Año 5	92.558,46

Elaborado por: Las Autoras

4.3.2 Egresos.

Son aquellos desembolsos de dinero que cancela la empresa por diferentes movimientos económicos o son los costos necesarios para fabricar un bien y los gastos que la entidad necesite adquirir.

En el proyecto se identifican los costos necesarios para la producción de las alpargatas por concepto de materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación, así como los gastos de administración, ventas y financieros.

4.3.3 Proyección de costos y gastos.

La materia prima, los costos de fabricación, los gastos administrativos, de ventas, y financieros, se calculan con la tasa promedio de inflación de precios, mientras que la mano de obra se obtiene con el porcentaje del incremento de sueldo básico unificado de los últimos 5 años.

4.3.3.1 Costos de producción.

Está integrado por los tres elementos principales para la transformación del nuevo producto como son: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

4.3.3.2 Materia prima directa.

Es el elemento esencial que necesita ser transformado durante el proceso de producción con el fin de convertirse en un nuevo bien de consumo.

La materia prima directa para la elaboración de alpargatas de caucho es: el caucho Eva, fibra amarilla, que se adquiere al costo por planchas; el expandible, la tela lycra, la tela de forro y las taloneras se obtienen por metros, los insumos son adquiridos a los proveedores del mismo sector y en algunos locales dedicados a vender estos tipos de materiales de la ciudad de Otavalo. En el siguiente cuadro se detalla los costos de cada materia:

Tabla 80
Costo MP de alpargatas de caucho

ALPARGATAS DE CAUCHO								
Detalle		Precio	IVA	Total	Pares en plancha o tela	Costo por par de alpargatas	% Utilización	Costo MP utilizada
Caucho Eva	1 plancha	25,00	3,00	28,00	60	0,47	25%	0,12
Fibra amarilla	1 plancha	20,50	2,46	22,96	30	0,77	18%	0,14
Expandible	1 metro	15,50	1,86	17,36	25	0,69	18%	0,12
Tela lycra	1 metro	9,75	1,17	10,92	30	0,36	17%	0,06
Tela para forrar talonera	1 metro	4,50	0,54	5,04	30	0,17	9%	0,02
		16,00	1,92	17,92	100	0,18	13%	0,02
Total						2,64	100%	0,48

Elaborado por: Las Autoras

Para la fabricación de alpargatas mixtas se tiene como materia prima directa: el caucho Eva, fibra amarilla a costo por plancha, expandible especial, tela piel de foca, lienzo de forro, talonera a costo por metro; la trenza de yute por rollos y tacos de madera por pares; la adquisición de los materiales se realiza a proveedores locales dedicados a la venta de estos insumos en la ciudad de Otavalo. A continuación, se presenta la tabla de costo de alpargatas mixtas:

Tabla 81
Costo MP de alpargatas mixtas

ALPARGATAS MIXTAS								
Detalle		Precio	IVA	Total	Pares en plancha o tela	Costo por par de alpargatas	% Utilización	Costo MP utilizada
Caucho Eva	1 plancha	25,00	3,00	28,00	65	0,43	10%	0,04
Tela piel de foca	1 metro	60,00	7,20	67,20	30	2,24	15%	0,34
Tela de forro	1 metro	4,50	0,54	5,04	30	0,17	9%	0,02
Expandible especial	1 metro	35,00	4,20	39,20	25	1,57	18%	0,28
Fibra amarilla	1 plancha	18,50	2,22	20,72	30	0,69	9%	0,06
Talonera	1 metro	10,00	1,20	11,20	18	0,62	10%	0,06
Trenza yute	1 rollo	30,50	3,66	34,16	27	1,27	14%	0,18
Taco de madera		50,00	6,00	56,00	30	1,87	15%	0,28
TOTAL						8,85	1,00	1,26

Elaborado por: Las Autoras

La proyección de la cantidad de materia prima para las alpargatas de caucho se multiplica por el valor unitario, en este caso es de \$2,64 y para las mixtas de \$8,85 por par y se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 82

Proyección de costos de materias primas

Producto	Q.M	Q.A	Peso par unitario	Costo par	Total	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5				
						costo MPD	Q par	C.U	costo MPD	Q par	C.U	costo MPD	Q par	C.U	costo MPD	Q par	C.U	costo MPD
caucho	506	6.076	2,64	0,48	16.026	7.687,93	16.058	0,48	7.772,45	16.089	0,49	7.857,86	16.121	0,49	7.944,17	16.153	0,50	8.031,41
mixta	324	3.884	8,85	1,26	34.379	43.247,23	34.441	1,27	43.715,10	34.503	1,28	44.187,88	34.565	1,29	44.665,64	34.627	1,30	45.148,42
TOTAL	830	9.960			50.405	50.935,16	50.499		51.487,54	50.593		52.045,74	50.686		52.609,82	50.780		53.179,83

Elaborado por: Las Autoras

A continuación, se presenta el cuadro resumen del rubro de materia prima para los años de vida útil del proyecto:

Tabla 83

Resumen materia prima

Detalle	Valor
Año 1	50.935,16
Año 2	51.487,54
Año 3	52.045,74
Año 4	52.609,82
Año 5	53.179,83

Elaborado por: Las Autoras

4.3.3.3 Mano de obra directa.

Se refiere a los valores que se costea al personal que presta los servicios directamente en el área de producción. Para el proyecto se asigna como mano de obra directa, los valores que se cancelan a dos personas: un operario y un trabajador que labora en el área de producción.

Se realiza la proyección del sueldo más los beneficios de ley, para las personas que trabajan en el área de producción como: un operario encargado de manejar la maquinaria y un trabajador que está en el área de pegado y acabado del producto final, los cálculos se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 84

Crecimiento del SBU

Año	SBU	Valores absolutos	%	%*100
2015	354,00			
2016	366,00	12	0,034	3,3898
2017	375,00	9	0,025	2,4590
2018	386,00	11	0,029	2,9333
2019	394,00	8	0,021	2,0725
2020	400,00	6	0,015	1,5228
			0,12	
Total, Promedio			0,025	

Elaborado por: Las Autoras.

Tabla 85
Proyección de la mano de obra

Detalle	Sueldo	Ingreso Anual	Aporte patronal	13er	14to	Fondos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
			IESS anual			de					
						Reserva					
Operario	400,00	4.800,00	583,20	400,00	400,00	399,84	6.183,20	6.736,11	6.902,86	7.073,74	7.248,85
Trabajador	400,00	4.800,00	583,20	400,00	400,00	399,84	6.183,20	6.736,11	6.902,86	7.073,74	7.248,85
Total, MOD	800,00	9.600,00	1.166,40	800,00	800,00	799,70	12.366,40	13.472,21	13.805,72	14.147,48	14.497,70

Elaborado por: Las Autoras

Se presenta el cuadro resumen del rubro de mano de obra directa para los años de vida útil del proyecto:

Tabla 86

Resumen de la proyección de la mano de obra

Detalle	Valor
Año 1	12.336,40
Año 2	13.472,21
Año 3	13.805,72
Año 4	14.147,48
Año 5	14.497,70

Elaborado por: Las Autoras

4.3.3.5 Costos generales de fabricación.

Son aquellos costos que se relacionan de manera indirecta en la elaboración de un bien. Están integrados por: materia prima indirecta, mano de obra indirecta y otros costos de fabricación.

Materia prima indirecta. - Son materiales utilizados en el proceso de producción, que no se asigna directamente al objeto de costo. Para la elaboración de alpargatas de caucho y mixtas se consideran aquellos insumos que no se pueden identificar con facilidad, pero sí influyen en la producción; la proyección del incremento se realiza en base a la tasa de inflación de precios de los últimos cinco años para cada material. A continuación, se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 87

Materia prima de las alpargatas de caucho

Producto	CAUCHO														
	AÑO1			AÑO2			AÑO3			AÑO4			AÑO5		
	Q	C.U	Total	Q	C.U	Total	Q	C.U	Total	Q	C.U	Total	Q	C.U	Total
cemento de contacto (21 canecas)	21	46,50	976,50	21	46,92	994,06	21	47,34	1.011,93	22	47,77	1.030,13	22	48,20	1.048,65
tachuelas (13 cajas)	13	4,50	58,50	13	4,54	59,55	13	4,58	60,62	13	4,62	61,71	13	4,66	62,82
hilo lavable (21 conos)	21	4,00	84,00	21	4,04	85,51	21	4,07	87,05	22	4,11	88,61	22	4,15	90,21
hilo zapatero (20 conos)	20	4,50	90,00	20	4,54	91,62	20	4,58	93,27	21	4,62	94,94	21	4,66	96,65
Total	75		1.209,00	76		1.230,74	76		1.252,87	77		1.275,39	78		1.298,33

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 88

Materia prima de las alpargatas mixtas

Producto	MIXTAS														
	AÑO1			AÑO2			AÑO3			AÑO4			AÑO5		
	Q	C.U	Total	Q	C.U	Total	Q	C.U	Total	Q	C.U	Total	Q	C.U	Total
tachuelas (8 cajas)	8	4,50	36,00	8	4,54	36,65	8	4,58	37,31	8	4,62	37,98	8	4,66	38,66
ojales (5 caja)	5	9,00	45,00	5	9,08	45,81	5	9,16	46,63	5	9,25	47,47	5	9,33	48,32
cemento de contacto (16 canecas)	16	46,50	744,00	16	46,92	757,38	16	47,34	770,99	16	47,77	784,86	17	48,20	798,97
hilo de tejer (13 conos)	13	5,50	71,50	13	5,55	72,79	13	5,60	74,09	13	5,65	75,43	13	5,70	76,78
lazos (16 conos)	16	8,00	128,00	16	8,07	130,30	16	8,14	132,64	16	8,22	135,03	17	8,29	137,46
hilo zapatero (8 conos)	8	4,50	36,00	8	4,54	36,65	8	4,58	37,31	8	4,62	37,98	8	4,66	38,66
TOTAL	66		1.060,50	67		1.079,57	67		1.098,98	68		1.118,74	68		1.138,85
Total, Materiales indirectos			2.269,5			2.310,31			2351,85			2.394,13			2.437,18

Elaborado por: Las Autoras

A continuación, se presenta el cuadro resumen de los años de vida útil del proyecto:

Tabla 89
Resumen materia prima indirecta

DETALLE	VALOR
Año 1	2.269,50
Año 2	2.310,31
Año 3	2.351,85
Año 4	2.394,13
Año 5	2.437,18

Elaborado por: Las Autoras

Mano de obra indirecta. - Son valores que se paga al personal que no participan de forma directa en la producción, pero es necesario para el apoyo y desarrollo del proceso productivo.

Está integrado por una persona encargada del mantenimiento de las maquinarias: troqueladora y recta industrial, a quien se le paga \$20,00 por el servicio; para la proyección se aplica el porcentaje promedio de crecimiento del sueldo básico unificado de los últimos 5 años.

Tabla 90
Proyección de mano de obra indirecta

SBU VIGENTE	Sueldo	Ingresos mensuales	Ingreso anual	Total, Año 1	Total, Año 2	Total, Año 3	Total, Año 4	Total, Año 5
Mantenimiento	20,00	20,00	240,00	240,00	245,94	252,03	258,27	264,66
Total, MOI	20,00	20,00	240,00	240,00	245,94	252,03	258,27	264,66

Elaborado por: Las Autoras

Otros costos indirectos de fabricación. - Se considera a los insumos que son de utilidad para la elaboración de las alpargatas de caucho y mixta; la proyección se realiza en base a la inflación promedio de precios para los años de vida útil.

Tabla 91
Proyección de otros costos indirectos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tijeras	20,00	20,18	20,36	20,54	20,73
Canasta plástica	30,00	30,27	30,54	30,82	31,09
Ojaladora manual	70,00	70,63	71,27	71,91	72,55
Regla de madera	6,00	6,05	6,11	6,16	6,22
Esferos	3,50	3,53	3,56	3,60	3,63
Aceite de máquina	3,98	4,02	4,05	4,09	4,13
Brochas	10,00	10,09	10,18	10,27	10,36
Recipiente para cemento de contacto	8,00	8,07	8,14	8,22	8,29
Mascarilla	28,00	28,25	28,51	28,76	29,02
Mandiles	18,00	18,16	18,33	18,49	18,66
Guantes	10,00	10,09	10,18	10,27	10,36
Franelas	0,90	0,91	0,92	0,92	0,93
Tiñer Galón	4,99	5,03	5,08	5,13	5,17
Agujas	6,00	6,05	6,11	6,16	6,22
Energía eléctrica	288,00	290,59	293,21	295,85	298,51
Agua potable	24,00	24,22	24,43	24,65	24,88
Transporte	84,00	84,76	85,52	86,29	87,07
TOTAL	615,37	620,91	626,50	632,13	637,82

Elaborado por: Las Autoras

A continuación, se presenta el cuadro resumen de los costos indirectos de fabricación:

Tabla 92
Proyección de costos indirectos de fabricación

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima indirecta	2.269,50	2.294,28	2.319,32	2.344,64	2.370,24
Mano de obra indirecta	240,00	245,94	252,03	258,27	264,66
Otros costos indirectos de fabricación	615,37	620,91	626,50	632,13	637,82
TOTAL	3.124,87	3.161,13	3.197,85	3.235,05	3.272,73

Elaborado por: Las Autoras

Se presenta el cuadro resumen de los tres elementos principales de costo de producción como son: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

Tabla 93

Proyección de los costos de producción

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	50.935,16	51.487,54	52.045,74	52.609,82	53.179,83
Mano de obra directa	12.366,40	13.472,21	13.805,72	14.147,48	14.497,70
CIF	3.124,87	3.177,16	3.230,37	3.284,54	3.339,66
Total	66.426,43	68.120,88	69.049,31	69.992,34	70.950,26

Elaborado por: Las Autoras

4.3.3.6 Gastos de ventas.

Son aquellos desembolsos vinculados a la venta de las alpargatas, se le paga un SBU más los beneficios de ley al vendedor, los gastos de publicidad, arriendo de local de venta, servicios básicos, suministros de limpieza.

Suministros de limpieza. - Es el rubro que se dedica a la adquisición de los bienes que se utiliza para el aseo de la microempresa como: escobas, trapeadores, desinfectantes, entre otros y la respectiva proyección se realiza con el promedio de inflación de precios para los años de vida útil.

Tabla 94

Proyección de los suministros de limpieza

Detalle	Cantidad	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Escoba	2	2,75	5,50	5,55	5,60	5,65	5,70
Galón de desinfectante	2	3,00	6,00	6,05	6,11	6,16	6,22
Basurero	1	5,00	5,00	5,05	5,09	5,14	5,18
Fundas de basura	3	1,00	3,00	3,03	3,05	3,08	3,11
Franelas	5	0,80	4,00	4,04	4,07	4,11	4,15
Papel higiénico (24 rollos)	1	15,00	15,00	15,14	15,27	15,41	15,55
Trapeador	2	2,50	5,00	5,05	5,09	5,14	5,18
Dispensadores gel antiséptico (galones)	2	15,00	30,00	30,27	30,54	30,82	31,09
Balde	3	14,00	42,00	42,38	42,76	43,14	43,53
Balde	2	2,50	5,00	5,05	5,09	5,14	5,18
Pastillas inodoro	6	1,50	9,00	9,08	9,16	9,25	9,33
Ambientador	2	19,00	38,00	38,34	38,69	39,04	39,39
Cloro (galón)	4	4,50	18,00	18,16	18,33	18,49	18,66
jabón líquido (galones)	4	8,00	32,00	32,29	32,58	32,87	33,17
Total			271,65	274,09	276,56	279,05	281,56

Elaborado por: Las Autoras

Arriendo del local. - Para el área de comercialización de productos se arrienda un local cerca de la plaza de ponchos por un valor mensual de \$300,00 incluido energía eléctrica y agua potable.

Tabla 95

Proyección del arriendo del local

Descripción	Valor mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	300,00	3.600,00	3.632,40	3.665,09	3.698,08	3.731,36
TOTAL	300,00	3.600,00	3.632,40	3.665,09	3.698,08	3.731,36

Elaborado por: Las Autoras

Servicios de internet. - El servicio de internet es indispensable para el proyecto, pues permite tener contacto con los clientes de otras ciudades y también archivar facturas y guías de remisión, así como la elaboración de declaraciones para el Servicio de Rentas Internas.

Tabla 96

Proyección de los servicios de internet

Descripción	Tiempo	P. U	P.T.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
				Mensual				
Internet	Mensual	25,00	25,00	300,00	302,70	305,42	308,17	310,95
TOTAL				300,00	302,70	305,42	308,17	310,95

Elaborado por: Las Autoras

Personal de ventas. -Se contrata una persona para el área de ventas con un salario básico unificado más todos los beneficios de ley. A continuación, se detalla el cuadro de proyección para los años de vida útil.

Tabla 97

Proyección de las remuneraciones

Detalle	Ingresos mensuales	Ingreso anual	Aporte patronal IESS mensual	Aporte patronal IESS anual	13ero	14to	Fondo de reserva	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor 1	400,00	4.800,00	48,60	583,20	400,00	400,00	399,84	6.183,2	6.736,11	6.902,86	7.073,74	7.248,85
Total, ventas	400,00	4.800,00	48,60	583,20	400,00	400,00	399,84	6.183,2	6.736,11	6.902,86	7.073,74	7.248,85

Elaborado por: Las Autoras

Gastos de publicidad. - Las cuñas radiales, volantes y redes sociales, son los mecanismos para impulsar la venta de las alpargatas y de esta manera generar mayores ingresos.

Tabla 98
Proyección de los gastos de publicidad

Descripción	Frecuencia	Q	C.U	Valor	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cuñas radiales	semanal	6	2,50	15,00	720,00	726,48	733,02	739,62	746,27
Volantes	semestral	300	0,05	15,00	30,00	30,27	30,54	30,82	31,09
Redes sociales	mensual	1	10,00	10,00	120,00	121,08	122,17	123,27	124,38
TOTALES					870,00	877,83	885,73	893,70	901,75

Elaborado por: Las Autoras

Otros gastos de ventas. - Corresponde al desembolso a realizar por la adquisición de insumos como: las etiquetas adhesivas, fundas de empaque, exhibidor de calzados y maniqués, en la tabla siguiente se presenta la proyección para los años de vida útil:

Tabla 99
Proyección de otros gastos de venta

Descripción	Q	C.U	C.M	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Etiquetas adhesivas	400	0,0013	0,50	6,00	6,05	6,11	6,16	6,22
Funda de papel de empaque	500	0,30		150,00	151,35	152,71	154,09	155,47
Maniqués	3	7,50		22,50	22,70	22,91	23,11	23,32
Maniqués(pies)	4	12,00		48,00	48,43	48,87	49,31	49,75
Armadores de alambre(12u)	4	3,25		13,00	13,12	13,24	13,35	13,47
Exhibidor de calzado	100	1,30		130,00	131,17	132,35	133,54	134,74
TOTALES				369,50	372,83	376,18	379,57	382,98

Elaborado por: Las Autoras

Resumen gastos de ventas

Representan los rubros necesarios para la venta y la remuneración del personal que labora en el área de comercialización.

Tabla 100

Proyección de los gastos de venta

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto en personal de ventas	6.183,20	6.736,11	6.902,86	7.073,74	7.248,85
Arriendo de local	3.600,00	3.632,40	3.665,09	3.698,08	3.731,36
Internet	300,00	302,70	305,42	308,17	310,95
Suministros de limpieza	271,65	274,09	276,56	279,05	281,56
Gasto publicidad	870,00	877,83	885,73	893,70	901,75
Otros gastos de venta	369,50	372,83	376,18	379,57	382,98
Total, gasto de ventas	11594,35	12195,96	12411,85	12632,31	12857,45

Elaborado por: Las Autoras

4.3.3.7 Gastos de administración.

Son aquellos desembolsos que contribuyen al funcionamiento de la microempresa, tomando en cuenta la remuneración del personal administrativo, permisos de funcionamiento, gestión de riesgos y otros insumos.

Gasto permiso de funcionamiento. - Son desembolsos que la microempresa necesita realizar para el correcto funcionamiento de manera legal, entre esto se encuentra el pago de permiso de bomberos y la patente municipal.

Tabla 101

Proyección del gasto de permiso de funcionamiento

Descripción	P.U.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Permiso de bomberos	1	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Patente municipal	1	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Total		65,00	65,00	65,00	65,00	65,00

Elaborado por: Las Autoras

Gestión de riesgos. - Al establecer el proyecto se debe tomar en cuentas algunos eventos negativos que pueden ocurrir en el futuro, para lo cual se debe analizar y buscar las posibles soluciones para afrontarlos.

Tabla 102
Plan de contingencia

PLAN DE CONTINGENCIA								
Propósito general del plan	Elaborar alpargatas de caucho y mixtas de calidad, a gusto del cliente y de diferentes tallas.							
Objetivos del plan de contingencia	Para la adecuada elaboración de alpargatas hacer uso del flujograma de procesos elaborado en el Estudio Técnico.							
Desarrollo y ejecución								
Listado de Contingencias y amenazas que podrían afectar a la empresa	Supuestos de respuestas al listado de desastres y amenazas	Actividades para ejecutar	Tiempo de ejecución	Persona responsable	Porcentaje de riesgo	Presupuesto Año 1	Presupuesto Año 2 - 5	Observaciones
Paralización de las actividades operativas de la microempresa a causa de apagones.	Adquisición de un generador de energía eléctrica.	Compra de una planta generadora eléctrica	Año 1	Propietario	35%	850,00	-	
Riesgo de Incendios en las instalaciones de la microempresa.	Adquisición de equipos contra incendios	Compra de 2 extintores	Año 1	Propietario	25%	60,00	20,00	
Sismos naturales que afecten a la microempresa	Contratación de seguros	Contratar seguros contra desastres naturales	Año 1	Propietario	20%	800,00	800,00	
Robo a las instalaciones de la microempresa	Instalación de cámaras de seguridad	Compra de cámaras de seguridad	Año 1	Propietario	20%	200,00	-	
					100%	1.910,00	820,00	

Elaborado por: Las Autora

Se detalla la proyección a 5 años de la gestión de riesgos de la microempresa:

Tabla 103

Proyección de gestión de riesgos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gestión de riesgos	1.910,00	820,00	820,00	820,00	820,00
Total	1.910,00	820,00	820,00	820,00	820,00

Elaborado por: Las Autoras

En el primer año se prevé adquirir un generador eléctrico por el valor de \$850,00; 2 extintores por riesgo de incendio a \$60,00; se contrata un seguro contra desastres naturales por \$800,00 y la instalación de una cámara de seguridad por \$200,00 dando un total de \$1.910,00. A partir del segundo año se procede a renovar el seguro por lo que el contrato es de pago anual.

Recuperación de activos no depreciables. - Son bienes que no tienen un valor significativo por eso no se consideran activos fijos. A continuación, se realiza la proyección para la adquisición y reposición:

Tabla 104

Recuperación de activos no depreciables

Descripción	Q	P. U	Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sillas	7	35,00	245,00	49,00	58,80	70,56	84,67	101,61
Estanterías	3	60,00	180,00	36,00	43,20	51,84	62,21	74,65
Tablero ranurado	2	60,00	120,00	24,00	28,80	34,56	41,47	49,77
Silla giratoria	2	60,00	120,00	24,00	28,80	34,56	41,47	49,77
TOTAL			665,00	133,00	159,60	191,52	229,82	275,79

Elaborado por: Las Autoras

Para el cálculo del valor de la reposición se toma en cuenta 20% del costo de adquisición del año 1.

Otros gastos administrativos. - Para el correcto funcionamiento de la administración de la microempresa es necesario adquirir los suministros que se detallan a continuación:

Tabla 105

Proyección de otros gastos administrativos

Descripción	Tiempo	P. U	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Resmas de papel	Trimestral	3,80	15,20	15,34	15,47	15,61	15,75
Facturero	Anual	15,00	75,00	75,68	76,36	77,04	77,74
Tinta para impresora	Trimestral	7,50	30,00	30,27	30,54	30,82	31,09
Rollo de papel para caja registradora	Bimensual	1,00	6,00	6,05	6,11	6,16	6,22
Esferos	Anual	6,00	6,00	6,05	6,11	6,16	6,22
Archivador	Anual	4,80	14,40	14,53	14,66	14,79	14,93
TOTAL			146,60	147,92	149,25	150,59	151,95

Elaborado por: Las Autoras

Para el cálculo de la proyección se utiliza el 0,009 correspondiente a la inflación promedio de precios de los últimos 5 años, dando así un total de \$151,95 para el quinto año de vida del proyecto.

A continuación, se detallan los gastos en los que incurre para que la microempresa sea eficiente en todas las actividades.

Tabla 106

Proyección de los gastos administrativos

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto permiso de funcionamiento	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
Gestión de riesgos	1.910,00	820,00	820,00	820,00	820,00
Recuperación activos no depreciables	133,00	159,60	191,52	229,82	275,79
Otros gastos administrativos	146,60	147,92	149,25	150,59	151,95
Totales	2.254,60	1.192,52	1.225,77	1.265,42	1.312,74

Elaborado por: Las Autoras

4.3.3.8 Depreciación costo y depreciación gastos de activos fijos.

Se lo puede definir como el desgaste de un activo fijo con el pasar del tiempo debido al uso del bien; para considerarse como activo fijo debe cumplir con características como: tener un valor considerable, una vida útil superior a un año y debe ser destinado a las actividades operativas de la empresa.

El método de depreciación a aplicar es de línea recta, a continuación, se detallan los activos a depreciarse:

Tabla 107
Depreciación

	Valor actual	Valor residual	Años
Maquinaria y equipo	5.774,99	577,50	10
Equipo de computación	1.120,00	112,00	3
Muebles y enseres	1.359,99	136,00	10

Elaborado por: Las Autoras

Los activos fijos considerados para la producción de las alpargatas son: la troqueladora que sirve para el corte de las plantillas y tiene un valor de \$5.400,00; también se necesita una máquina recta para la costura de las capelladas y taloneras y tiene un valor de \$374,99.

El equipo de computación está constituido por una laptop, impresora Epson y una caja registradora valorados en \$1.120,00, estos bienes se deprecian a 3 años; los muebles y enseres integrados por una mesa de corte, una estación de trabajo, sillones de espera y vitrinas exhibidoras representan \$1.359,99 y son depreciados a 10 años.

A continuación, se detalla la tabla de depreciación tomando en cuenta los años de vida útil de la maquinaria.

Tabla 108
Depreciación maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo	V. en libros	Depreciación	Dep. acumulada	Saldo
Año 1	5774,99	519,75	519,75	5255,24
Año 2	5774,99	519,75	1039,50	4735,49
Año 3	5774,99	519,75	1559,25	4215,74
Año 4	5774,99	519,75	2079,00	3695,99
Año 5	5774,99	519,75	2598,75	3176,24
Año 6	5774,99	519,75	3118,49	2656,50
Año 7	5774,99	519,75	3638,24	2136,75
Año 8	5774,99	519,75	4157,99	1617,00
Año 9	5774,99	519,75	4677,74	1097,25
Año 10	5774,99	519,75	5197,49	577,50

Elaborado por: Las Autoras

A continuación, se detalla la tabla de depreciación del equipo de computación:

Tabla 109

Depreciación equipo de computación

Equipo de computación	V. en libros	Depreciación	Dep. Acumulada	Saldo
Año 1	1.120,00	336,00	336,00	784,00
Año 2	1.120,00	336,00	672,00	448,00
Año 3	1.120,00	336,00	1.008,00	112,00

Elaborado por: Las Autoras

La depreciación se obtiene de la diferencia del valor actual menos el valor residual y esto dividido para los años de vida. Esta cantidad se registra en gastos debido a que el activo es para el área de comercialización y administración de la microempresa.

Así mismo se detalla la tabla de depreciación de muebles y enseres:

Tabla 110

Depreciación muebles y enseres

Muebles y enseres	V. en libros	Depreciación	Dep. acumulada	Saldo
Año 1	1.359,99	122,40	122,40	1.237,59
Año 2	1.359,99	122,40	244,80	1.115,19
Año 3	1.359,99	122,40	367,20	992,79
Año 4	1.359,99	122,40	489,60	870,39
Año 5	1.359,99	122,40	612,00	747,99
Año 6	1.359,99	122,40	734,39	625,60
Año 7	1.359,99	122,40	856,79	503,20
Año 8	1.359,99	122,40	979,19	380,80
Año 9	1.359,99	122,40	1.101,59	258,40
Año 10	1.359,99	122,40	1.223,99	136,00

Elaborado por: Las Autoras

A continuación, se muestra el total de las depreciaciones:

Tabla 111

Resumen de depreciaciones

Detalle	Valor de rescate	Dep. Costo	Dep. Gasto	Total, costos y gastos
Maquinaria y equipo	3.176,24	519,75		
Equipo de computación	112,00		336,00	
Muebles y enseres	747,99		122,40	
TOTAL	4.036,24	519,75	458,40	978,15

Elaborado por: Las Autoras

4.3.3.9 Gastos financieros.

Para la puesta en marcha del proyecto es necesario la consecución de un crédito de \$6.598,00 pagaderos a 3 años a una tasa de interés del 17%. Debido a que la microempresa cancela la deuda trimestralmente, con un total de 12 cuotas por pagar.

Tabla 112
Gastos financieros

Deuda	6.598,00
Plazo	3 años
Tasa	17%
Frecuencia de pago	Trimestral

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 113
Tabla de amortización

N.º de cuota	Capital	Valor de la cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	6.598,00	703,16	264,13	439,03	6.158,97
2	6.158,97	703,16	246,55	456,61	5.702,36
3	5.702,36	703,16	228,27	474,89	5.227,47
4	5.227,47	703,16	209,26	493,90	4.733,58
5	4.733,58	703,16	189,49	513,67	4.219,91
6	4.219,91	703,16	168,93	534,23	3.685,68
7	3.685,68	703,16	147,54	555,62	3.130,06
8	3.130,06	703,16	125,30	577,86	2.552,21
9	2.552,21	703,16	102,17	600,99	1.951,22
10	1.951,22	703,16	78,11	625,05	1.326,17
11	1.326,17	703,16	53,09	650,07	676,09
12	676,09	703,16	27,07	676,09	0,00
TOTAL		8.437,91	1.839,91	6.598,00	

Elaborado por: Las Autoras

El sistema de amortización que se aplica es el francés, que se caracteriza porque el valor de la cuota es constante.

4.3.4 Estado de situación financiera.

Es el estado financiero que ayuda a detectar los recursos económicos que necesita el proyecto para la puesta en marcha. A continuación, se muestra el estado de situación financiera de la microempresa elaborado al año 0, que equivale al valor de la inversión inicial.

Tabla 114
Estado de situación financiera

“LA ZAPATEADA”		
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA		
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2020		
ACTIVOS		
Activos Corrientes		6.487,95
Efectivo y Equivalentes al efectivo	6.487,95	
Activos No Corrientes		8.254,98
Maquinaria y equipo	5.774,99	
Equipo de computación	1.120,00	
Muebles y enseres	1.359,99	
TOTAL, ACTIVOS		<u>14.742,93</u>
PASIVOS		
Pasivos corrientes		
Obligaciones bancarias	6.598,00	
TOTAL, PASIVOS		6.598,00
PATRIMONIO		8.144,93
Capital social	8.144,93	
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO		<u>14.742,93</u>

Elaborado por: Las Autoras

4.3.5 Estado de resultados.

También conocido como estado de pérdidas y ganancias es un documento en donde se detallan los ingresos, costos y gastos que tiene la empresa para determinar la utilidad neta. En el proyecto no se registra el impuesto a la renta debido a que no sobrepasa la base imponible. Se presenta el estado de resultados para cada uno de los años de vida útil del proyecto:

Tabla 115

Estado de resultados

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas	88.640,00	89.604,25	90.578,67	91.563,37	92.558,46
(-) Costos de producción	66.946,18	68.640,63	69.569,06	70.512,09	71.470,01
= Utilidad bruta en ventas	21.693,82	20.963,62	21.009,61	21.051,28	21.088,45
(-) Gastos de administración	2.713,00	1.650,92	1.684,17	1.723,82	1.771,14
(-) Gastos de ventas	11.594,35	12.195,96	12.411,85	12.632,31	12.857,45
= Utilidad bruta en operaciones	7.386,47	7.116,74	6.913,59	6.695,15	6.459,87
(-) Gastos financieros	948,22	631,27	260,43	0,00	0,00
= Utilidad neta antes de participación trabajadores	6.438,25	6.485,48	6.653,16	6.695,15	6.459,87
(-) 15% participación trabajadores	965,74	972,82	997,97	1.004,27	968,98
= Utilidades netas antes de impuesto a la renta	5.472,52	5.512,65	5.655,19	5.690,88	5.490,89
(-) Impuesto a la renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
= Utilidad neta	5.472,52	5.512,65	5.655,19	5.690,88	5.490,89

Elaborado por: Las Autoras

4.3.6 Estado de flujo de efectivos.

Es uno de los estados financieros que muestra el movimiento del efectivo y equivalentes. Para que la microempresa tenga un buen funcionamiento es necesario mantener un nivel de liquidez que cubra los costos y gastos. Se debe considerar que en el año 4 se experimenta un incremento en el flujo de caja, esto se debe a que desde este periodo en adelante no cancelan por concepto de amortizaciones.

Tabla 116
Estado de flujo de efectivo

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO							
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
ventas netas		88.640,00	89.604,25	90.578,67	91.563,37	92.558,46	
(+) valor de rescate							4.036,239
TOTAL, DE INGRESOS		88.640,00	89.604,25	90.578,67	91.563,37	92.558,46	4.036,24
Costos producción		66.946,18	68.640,63	69.569,06	70.512,09	71.470,01	
Gastos de administración		2.713,00	1.650,92	1.684,17	1.723,82	1.771,14	
Gastos de ventas		11.594,35	12.195,96	12.411,85	12.632,31	12.857,45	
Gastos financieros (intereses)		948,22	631,27	260,43	0,00	0,00	
(-) TOTAL EGRESOS		82.201,75	83.118,77	83.925,51	84.868,22	86.098,59	
(=) Utilidad neta antes de Part. Trabajadores		6.438,25	6.485,48	6.653,16	6.695,15	6.459,87	
(-) 15% participación trabajadores		965,74	972,82	997,97	1.004,27	968,98	
(=) Utilidad neta antes del imp. Renta		5.472,52	5.512,65	5.655,19	5.690,88	5.490,89	
(-) 25% impuesto a la renta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) Utilidad neta		5.472,52	5.512,65	5.655,19	5.690,88	5.490,89	
(+) Depreciaciones		978,15	978,15	978,15	978,15	978,15	
(+) Amortizaciones activos diferidos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(-) Inversiones	-8.254,98						
(+) Crédito	6.598,00						
(-) Capital de trabajo	-6.487,95						
(-) Amortizaciones del préstamo		-1.864,42	-2.181,37	-2.552,21	0,00	0,00	
(+) Recuperación del capital de trabajo							
(=) FLUJO DE CAJA NETO	-8.144,93	4.586,24	4.309,43	4.081,13	6.669,03	6.469,04	4.036,24
TOTAL	-14.742,93	4.586,24	4.309,43	4.081,13	6.669,03	6.469,04	4.036,24

Elaborado por: Las Autoras

El estado de flujo de efectivo muestra tanto los aportes de los inversionistas, el valor del crédito y el capital del trabajo, así como los flujos netos previstos para cada año.

4.3.7 Evaluación financiera.

El objetivo es determinar si existe viabilidad económica para el proyecto a través del análisis de indicadores como el VAN, el TIR, la TMAR, el costo de oportunidad y el período de recuperación de la inversión.

4.3.7.1 Determinación del costo de capital.

Este valor se determina mediante el crédito financiado por BanEcuador con una tasa de interés del 17%, mientras que el aporte de los accionistas puede ser invertido en una póliza de inversión a una tasa máxima del 6,50% de acuerdo con las tasas referenciales del Banco Central del Ecuador.

Tabla 117

Costo de oportunidad

Origen de los fondos	Inversión	% Composición	Tasa de Operación	Valor Ponderado
Aporte Propio	8.144,93	0,55	6,50%	0,04
Aporte Financiado	6.598,00	0,45	17%	0,08
	14.742,93	100		
COSTO DE OPORTUNIDAD				11,20

Elaborado por: Las Autoras

El resultado que se obtiene es el 11,20% que es superior a la tasa pasiva referencial del Banco Central del Ecuador, lo que significa que es mejor invertir en la puesta en marcha del proyecto que colocarlo en una inversión a plazo fijo.

4.3.7.2 Valor actual neto.

Es un indicador financiero que consiste en traer a valor presente los flujos netos de efectivo de los años que se proyecta, se toma en cuenta las siguientes consideraciones:

VAN < 0 El proyecto no es rentable.

VAN = 0 El proyecto no genera ni rentabilidad ni pérdidas.

VAN > 0 El proyecto es rentable.

Tabla 118
Valor actual neto

Años	Flujos netos	Fórmula	Flujo actualizado
0	-14.742,93	$FN/(1 + I)^n$	-14.742,93
1	4.586,24	$FN/(1 + 0,112)^1$	3.919,87
2	4.309,43	$FN/(1 + 0,112)^2$	3.148,10
3	4.081,13	$FN/(1 + 0,112)^3$	2.548,14
4	6.669,03	$FN/(1 + 0,112)^4$	3.558,93
5	6.469,04	$FN/(1 + 0,112)^5$	2.950,60
6	4.036,24	$FN/(1 + 0,112)^6$	1.573,48
	VAN		2.956,18

Elaborado por: Las Autoras

Una vez aplicada la fórmula y realizado el cálculo se obtiene que el VAN es de \$2.956,18, que significa que el proyecto es factible debido a que representa un valor mayor a cero.

4.3.7.3 Tasa interna de retorno.

Representa la tasa de rentabilidad de la inversión que se realiza, también es considerada como una tasa de descuento que hace que el VAN se iguale a cero. La fórmula que se utiliza para obtener la TIR es:

$$TIR = I1 + (I2 + I1) * \frac{VAN 1}{(VAN1 - VAN2)}$$

Tabla 119
Tasa interna de retorno

Años	Flujos netos
0	-14.742,93
1	4.586,24
2	4.309,43
3	4.081,13
4	6.669,03
5	6.469,04
6	4.036,24
TIR	24,10%

Elaborado por: Las Autoras

Se obtiene una tasa interna de retorno del 24,10% que significa que el proyecto es rentable debido a que es superior a la tasa referencial que propone el Banco Central del Ecuador si estos recursos se hubieran invertido a plazo fijo.

4.3.7.4 Relación beneficio costo.

Es un indicador financiero que permite determinar el valor que se gana por cada dólar que se invierte en el proyecto. Se debe tomar en cuenta los siguientes criterios de decisión:

B/C > 1 Los beneficios superan los costos, por ende, el proyecto es considerado.

B/C = 1 No existe ni ganancias ni pérdidas.

B/C < 1 Indica que los costos son mayores que los beneficios.

A continuación, se detalla el cálculo del beneficio costo:

Tabla 120

Relación costo beneficio

Año	Ingresos	Factor (Inflación)	Flujos Actualizados Ingresos	Costos	Costos Actualizados
0	-14742,93	1	-14.742,93		0,00
1	88.640,00	0,991080278	87.849,36	82.201,75	81.468,53
2	89.604,25	0,982240116	88.012,88	83.118,77	81.642,59
3	90.578,67	0,973478807	88.176,41	83.925,51	81.699,70
4	91.563,37	0,964795646	88.339,94	84.868,22	81.880,49
5	92.558,46	0,956189937	88.503,47	86.098,59	82.326,61
	TOTAL		426.139,13		409.017,92

Elaborado por: Las Autoras

La fórmula que se considera para el cálculo es:

$$\text{Beneficio} - \text{Costo} = \frac{\sum \text{Ingresos}}{\sum \text{Egresos}}$$

$$\text{Beneficio} - \text{Costo} = \frac{426.139,13}{409.017,92} = 1,04$$

La fórmula que se aplica es la sumatoria de los flujos de ingresos actualizados sobre los costos actualizados y se obtiene como resultado que por cada dólar que se invierte el proyecto devuelve 0,04 centavos adicionales.

4.3.7.5 Período de recuperación de la inversión.

Es un instrumento que ayuda a identificar el tiempo en el que se recupera la inversión inicial del proyecto.

Tabla 121

Período de recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJO ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	-14.742,93	
1	4.586,24	4.586,24
2	4.309,43	8.895,67
3	4.081,13	12.976,80
4	6.669,03	19.645,83
5	6.469,04	26.114,86

Elaborado por: Las Autoras

El período de recuperación del capital que se invierte es 3 años, 5 meses y 5 días, los cuales se detallan a continuación:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión inicial.

c = Flujo de efectivo acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Para calcular el PRI se emplea la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

$$PRI = 2 + \frac{(14.742,93 - 8.895,67)}{4.081,13}$$

$$PRI = 3,43 \text{ años}$$

$$PRI = (3,43 - 3) * 12 = 5,19 \text{ meses}$$

$$PRI = (5,19 - 5) * 30 = 5,79 \text{ días}$$

Se puede decir que la inversión es recuperable en 3 años, 5 meses y 5 días.

4.3.7.6 Punto de equilibrio.

Es una herramienta que ayuda a identificar la cantidad de producto que la microempresa debe vender para recuperar los costos y gastos. A partir del punto de equilibrio los recursos que se generan por las ventas, constituyen ganancias para los inversionistas. A continuación, se aplica la fórmula para determinar el punto de equilibrio:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \text{Costos variables/ventas}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{16.087,31}{1 - (66.114,43 / 88.640,00)}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \$63.304,93$$

Tabla 122
Punto de equilibrio

Productos	Año 1			Composición	Composición	P.E. Q
	Q	P. U	Total	En %	En Valores	
Alpargatas de caucho	6.076	5,00	30.380	0,34	21.696,79	4.339
Alpargatas mixtas	3.884	15,00	58.260	0,66	41.608,14	2.774
TOTAL	9.960		88.640	1	63.304,93	7.113

Elaborado por: Las Autoras

Para el cálculo del punto de equilibrio en unidades se establece el porcentaje de composición de las ventas con respecto a cada tipo de producto que se ofrece; para esto se divide el valor anual de los ingresos aportados por las de caucho para el total de ventas, se realiza el mismo proceso con las alpargatas mixtas.

Se procede a multiplicar cada uno de los porcentajes que se obtienen por el punto de equilibrio en valores. Finalmente, cada valor que se encuentra se divide para el precio unitario de cada tipo de producto y el resultado es el número de unidades que la microempresa debe vender para alcanzar a cubrir los costos y gastos.

Para el caso del proyecto se establece que debe vender 7.113 pares de alpargatas para alcanzar el punto de equilibrio.

4.3.7.7. Resumen evaluación financiera.

Es una herramienta que permite agrupar los indicadores, con la finalidad de identificar si la creación de la microempresa de alpargatas en la ciudad de Otavalo tiene o no factibilidad económica.

Tabla 123

Resumen indicador financiero

Tablero Integral de Comandos	Valor Obtenido	Valor Esperado	Resultado	Resultado
Valor Presente Neto	2.956,18	Mayor a 0	factible	√
Tasa Interna de Retorno	24,10%	Superior al 6,25% tasa pasiva y al 17% tasa referencial del BCE.	factible	√
TIR Descontado	7,10%	Mayor a 0	factible	√
Tasa De Rendimiento Promedio	42,26	Es superior al 6,25% tasa pasiva y al 17% tasa referencial del BCE.	factible	√
Costo De Oportunidad	11,20	Superior a Tasa pasiva	factible	√
Tasa Mínima Aceptable Rendimiento	22,18	Superior a 6,25% tasa pasiva referencial del BCE.	factible	√
Índice de Beneficio Costo	1,04	Superior a 1	factible	√
Punto de Equilibrio \$	63.304,93	71,42% del total ingresos	factible	√
Punto de Equilibrio Q	4.339 2.774	Caucho Mixtas	factible	√
Periodo Recuperación	3 años 5 meses	70% vida útil del proyecto	factible	√
Inversión	5 días		le	

Elaborado por: Las Autoras

Según el tablero integral de comandos la implementación del proyecto es factible, porque cumple con todos los requisitos y las respuestas son favorables.

Conclusiones

- ✓ La implementación de una microempresa de alpargatas en la ciudad de Otavalo es factible debido a que el VAN es de \$2.956,18 y el TIR es de 24,10%. Así mismo el tiempo de recuperación de la inversión inicial del proyecto es en 3 años, 5 meses y 5 días, por lo que se puede afirmar que es favorable.
- ✓ La relación costo beneficio ayuda a identificar que por cada dólar que se invierte existe una ganancia del \$0,04, lo cual es positivo para el proyecto.
- ✓ Mediante el costo de oportunidad se determina que es rentable invertir en el proyecto porque se obtiene una tasa del 11,20%, si se invierten estos recursos en una póliza a plazo fijo solo genera el 6,50%.
- ✓ Se determina que el punto de equilibrio en cantidades es 7.113 y en valor es \$63.304,93, es decir, alcanza a cubrir los costos y gastos cuando alcanza el 71,42% de las ventas.
- ✓ Por todo lo expuesto se puede decir que la creación de una microempresa productora y comercializadora de alpargatas es rentable, porque permite cubrir los costos de producción y los gastos en los que se incurren a lo largo del periodo.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Introducción

El estudio organizacional comprende el diseño del sistema administrativo que se emplea para el desarrollo de las actividades, se fija una denominación para la microempresa, se crea una filosofía empresarial constituida por: visión, misión, objetivos empresariales y valores corporativos; se establecen políticas tanto para los trabajadores, como para proveedores, clientes y de la entidad; se diseña una estructura organizacional para asignar funciones y responsabilidades para cada cargo con el fin de que el proyecto se ejecute de manera eficiente.

Objetivo general.

Efectuar una propuesta organizacional, a través de un organigrama estructural y funcional y el establecimiento de ocupaciones para cada cargo, con la finalidad de que el personal tenga claras las actividades que deben realizar y lo desarrollen de manera adecuada.

Objetivos específicos.

- Establecer la razón social de la microempresa
- Crear una filosofía empresarial
- Diseñar una estructura organizacional y funcional
- Analizar los aspectos legales para los trabajadores, proveedores, clientes y para la entidad

4.4.1 Denominación de la microempresa.

Es la forma de identificación de una empresa, se trata de poner un nombre oficial o legal que le permitan distinguirse de las demás que ofertan el mismo producto. La principal característica: debe ser sencillo, fácil de recordar y a la vez inspirar confianza.

La microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de alpargatas de caucho y mixtas lleva el nombre “LA ZAPATEADA”, es corto y fácil de recordar por los consumidores y hace referencia al uso que se da al producto final en las fiestas tradicionales locales.

4.4.1.1 Logotipo.

Es un símbolo que identifica a la microempresa, formado por una imagen y letras que sean legibles y que generen un impacto visual a los consumidores, de manera que llame la atención a simple vista y sea fácil de recordar:

“La Zapateada”

Figura 33 Nombre.
Elaborado por: Las Autoras.

4.4.1.2 Slogan.

Es una palabra o una frase corta fácil de recordar, un lema original que se puede introducir para la nueva microempresa de tal manera que tenga una conexión positiva entre la marca y el consumidor.

El slogan de la microempresa se identifica con la siguiente frase:

“pasos que dejan huellas”

Figura 34 Slogan.
Elaborado por: Las Autoras.

Representa la innovación de diseños, modelos y calidad de alpargatas de caucho y mixtas.



Figura 35 Logotipo.
Elaborado por: Las Autoras.

4.4.2 Filosofía empresarial.

Es el conjunto de ciertos elementos que permiten la identificación de la microempresa con lo que es y lo que se propone lograr, identificar la misión, visión, objetivos empresariales, valores corporativos que hacen que sea única. Con una buena filosofía se puede construir una organización productiva y equipada para enfrentar cualquier desafío.

4.4.2.1 Misión.

Es el motivo o la razón de ser de una organización, se enfoca en el presente, tomando en cuenta el entorno en el que se encuentra y los recursos de los que dispone; la misión depende de la actividad a la que se dedica en ese momento.

“La Zapateada es una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de alpargatas caucho y mixta que aplica un proceso productivo con el fin de brindar a la población productos de calidad con diseños y colores a precios accesibles, contribuyendo así a la satisfacción de las necesidades de calzado para todas las edades.”

4.4.2.2 Visión.

Se refiere a la imagen que una organización plantea en un futuro, sobre como proyecta estar constituida en un límite de tiempo, la función es guiar y motivar al grupo de trabajo hacia la meta.

“Ser una microempresa competitiva en el ámbito de la confección de calzado indígena y constituirse en la pionera en la creación de nuevos diseños y modelos para la

satisfacción de los clientes, cumpliendo las políticas de responsabilidad con el medio ambiente.”

4.4.2.3 Objetivos empresariales.

- ✓ Posicionar a la microempresa La Zapateada en el mercado a través de la creación y venta de calzado indígena de buena calidad con la utilización de materiales y procesos responsables con el medio ambiente.
- ✓ Lograr convertirse en una empresa autosustentable económicamente, procurar el crecimiento y mantenerse en el mercado.
- ✓ Ser una microempresa reconocida y buscar la fidelidad de los clientes.
- ✓ Cubrir parte de la demanda insatisfecha referente a las alpargatas caucho y mixtas dentro de la ciudad de Otavalo y los alrededores.

4.4.2.4 Valores corporativos.

Son elementos propios de cada negocio que corresponden a una cultura organizacional en cuanto a las características, condiciones del entorno y expectativas de los grupos de interés como son: clientes, proveedores y trabajadores. A continuación, se presentan los valores que se aplican dentro de la microempresa.

Calidad. - La microempresa pretende realizar alpargatas de caucho y mixtas a través del uso de materiales e insumos de calidad.

Creatividad. - Fabricar nuevos diseños y modelos para las alpargatas de caucho añadir un bordado especial en la tela lycra, para las mixtas en cuanto a la capellada y talonera agregar una capa de tejido crochet, alrededor de la suela cubrir con la trenza yute, reemplazar a los cordones normales por cintas de colores y hacer que sean diferentes a las de la competencia.

Responsabilidad. - Mantener al día información que los organismos de control requieren, así como la obtención de todos los permisos para el legal funcionamiento.

Puntualidad. - Entregar los pedidos de las alpargatas a los clientes locales y provinciales en los plazos, cantidades y condiciones previamente establecidas.

Compromiso con la entidad. - Ofrecer a los clientes una atención permanente, el personal encargado de cada área de trabajo debe cumplir las funciones de manera eficiente y eficaz y brindar una atención excelente.

Disciplina. - Fomentar el trabajo ordenando, respetando los subprocesos de producción, para así obtener un producto final de calidad.

4.4.2.5 Políticas.

Son reglas básicas del comportamiento que deben cumplir tanto los clientes, proveedores, trabajadores y la misma entidad, para que de esta manera se puedan lograr los objetivos propuestos a cabalidad.

A continuación, se presentan las siguientes políticas:

Cliente

- ✓ El cliente tiene derecho a un descuento del 10% por compras superiores a 30 pares de alpargatas.
- ✓ Los consumidores deben cancelar en efectivo por la adquisición del producto.
- ✓ Esperar el turno de atención en caso de que existan varios clientes.
- ✓ Una vez salida la mercadería no se aceptan devoluciones, a menos que se compruebe que existen fallas en la fabricación del producto.
- ✓ Los días de atención al cliente son desde el miércoles hasta el sábado, en horarios de 10:00 am a 19:00 pm con un descanso de una hora para el almuerzo y los domingos de 10:00 am a 13:00 pm.
- ✓ Brindar un trato justo a todos los clientes, respondiendo las inquietudes que los tengan al momento que se acerquen al punto de ventas para adquirir el producto.

- ✓ Una vez que se entregue el producto al consumidor, este debe pagar el valor total, enseguida se emite la factura por la venta realizada.

Proveedores

- ✓ En caso de tener una mayor cantidad de pedidos, se debe acordar con el proveedor, entregar los materiales e insumos solicitados en el lugar de producción.
- ✓ Mantener una comunicación directa entre el proveedor y el productor.
- ✓ Devolución de los materiales e insumos en mal estado.
- ✓ Si el empaque del producto final presenta fallas se procede a la devolución inmediata.
- ✓ El pedido se realiza con 2 días de anticipación y con un abono del 30% para asegurar la mercadería.
- ✓ Los pagos por las compras de materiales e insumos se deben realizar en efectivo.

Entidad

- ✓ Para un buen rendimiento en el proceso de elaboración de las algargatas se debe realizar el mantenimiento constante de las maquinarias.
- ✓ Se asignan espacios adecuados para cada subproceso, con el fin de tener un mejor resultado del producto final.
- ✓ Se evalúan periódicamente los resultados alcanzados por la microempresa.
- ✓ Definir el valor agregado del producto para mantener una ventaja competitiva.
- ✓ Ofrecer productos de calidad que garanticen la satisfacción del cliente.
- ✓ La entidad está obligada a entregar facturas, como respaldo de adquisición del producto para el consumidor.
- ✓ Para mayor seguridad de la microempresa se instalan cámaras de vigilancia tanto en la parte interna como externa.

Trabajador

- ✓ Los trabajadores prestan servicios los 5 días de la semana, cumpliendo las 8 horas diarias del trabajo.
- ✓ El horario de ingreso y salida es de 8:00 am a 17:00 pm, con un tiempo de descanso de 12:00 pm a 13:00 pm para el almuerzo.
- ✓ Se debe pagar la remuneración vigente establecida por el sectorial del IESS a los trabajadores con todos los beneficios de ley de manera mensual.
- ✓ Si el empleado falta al trabajo, debe presentar una justificación al propietario, caso contrario se descontará el sueldo.
- ✓ En caso de que la microempresa tenga que entregar pedidos a los clientes en cantidades mayores, el personal debe estar dispuesto a laborar los fines de semana y horas extras, por lo cual el propietario paga los valores adicionales correspondientes.
- ✓ Los trabajadores tienen la obligación de usar el uniforme y equipo de seguridad proporcionado por la microempresa.

4.4.3 Estructura organizacional.

Se determina la forma en la que la microempresa se va a desarrollar en el ámbito administrativo con la distribución en niveles jerárquicos, departamentos y funciones de cada unidad, con la finalidad de alcanzar las metas propuestas.

4.4.3.1 Organigrama estructural.

Se presenta de forma gráfica la estructura empresarial de La Zapateada.

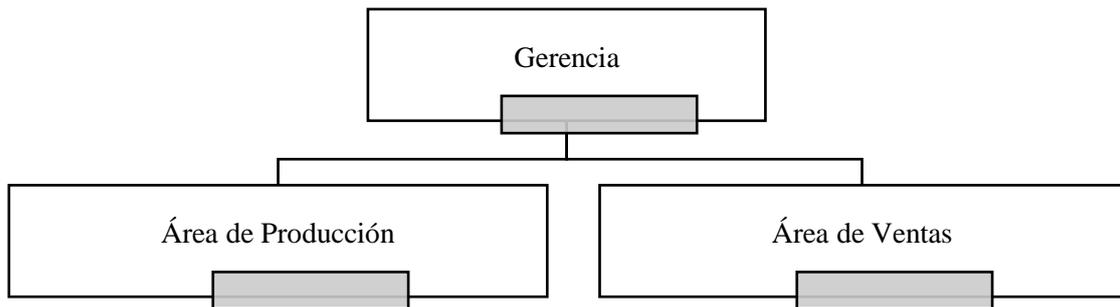


Figura 36 Organigrama Estructural
Elaborado por: Las Autoras

En base al organigrama estructurado se observa que está constituido por dos niveles jerárquicos que son: el directivo, conformado por la gerencia quien es la máxima autoridad de la microempresa, el operativo establecido por dos áreas como son: de producción y ventas.

4.4.3.2 Organigrama funcional.

Se detallan las funciones que cada persona debe cumplir dentro de la microempresa:

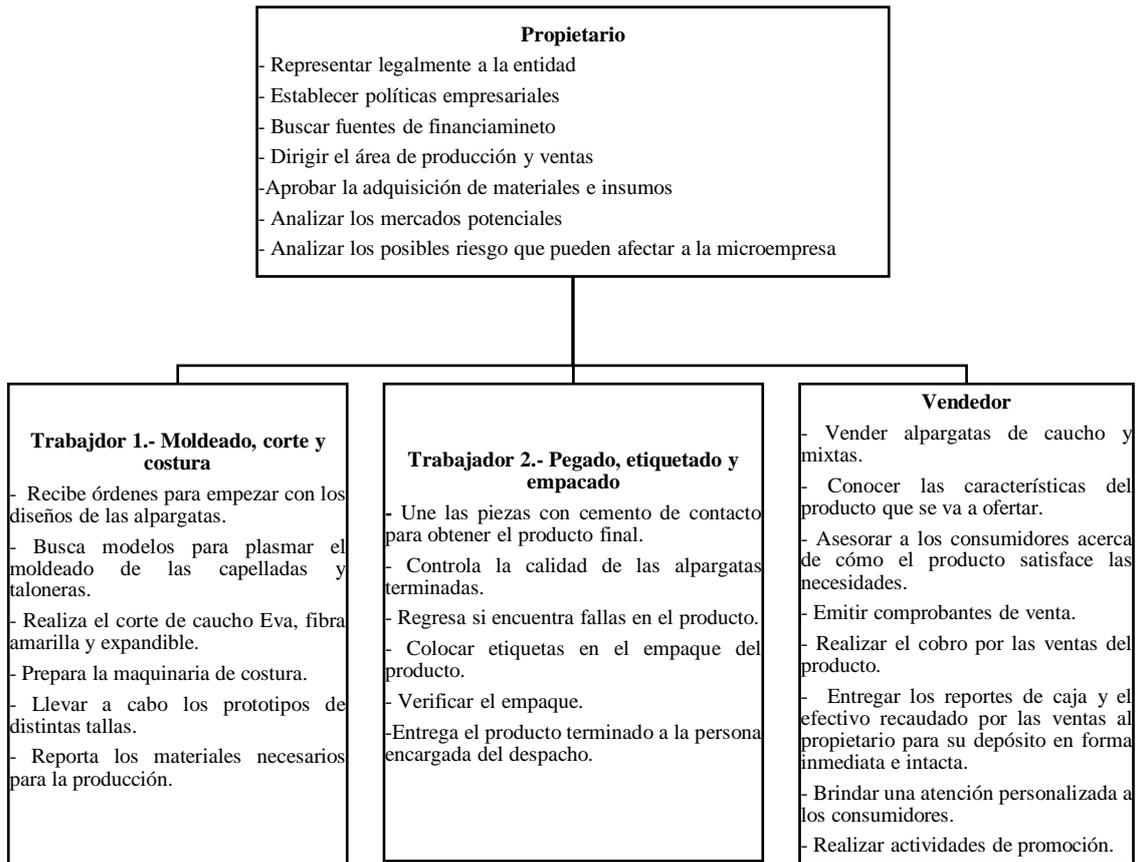


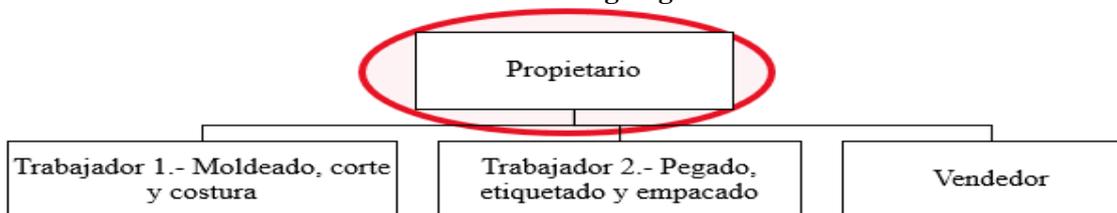
Figura 37 Organigrama funcional
Elaborado por: Las Autoras

4.4.3.3 Manual de funciones.

Es un documento de asignación de responsabilidades y funciones a cada persona que es parte de la microempresa. Por lo tanto, se realiza una ficha para cada departamento compuesta por información básica, objetivo, funciones y requisitos para asumir el puesto.

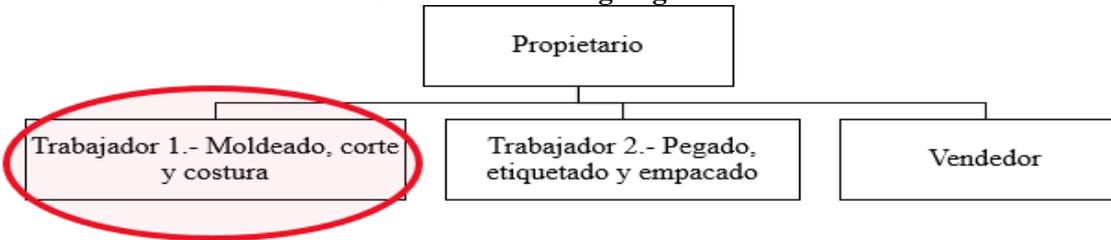
Se presentan las fichas con la información para cada cargo:

Tabla 124
Manual de funciones del propietario

MANUAL DE FUNCIONES	
	<p>“LA ZAPATEADA” Otavalo- Ecuador Telf.: 0994653771 - 0983396507</p>
INFORMACIÓN BÁSICA	
Nombre del puesto	Propietario
Departamento	Gerencia
Reporta a	-
Supervisa a	Áreas de producción, ventas y administrativo
OBJETIVO	
Velar por el buen funcionamiento de las diferentes áreas que conforma la microempresa con el fin de mantener unidad y trabajo en equipo, tomar acciones correctivas en caso de que lo requiera.	
Ubicación en el organigrama	
	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Representa legalmente a la microempresa • Establece políticas empresariales • Busca fuentes de financiamiento • Realiza la contratación de trabajadores • Realiza la adquisición de materiales e insumos para el área de producción, administración y ventas. • Negocia con los proveedores • Analiza los mercados potenciales • Analiza los posibles riesgos que pueden afectar a la microempresa a fin de mitigar sus consecuencias. • Contrata al personal de apoyo para el manejo financiero. • Amplia las estrategias de mercado a través de publicidad. • Vela por el cumplimiento de entrega de los pedidos. 	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
Edad:	Mayor de edad
Preparación académica:	No indispensable
Conocimiento específico:	Administrar negocio
Experiencia laboral:	25 años
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Trabajar en equipo • Elaboración de alpargatas

Elaborado por: Las Autoras

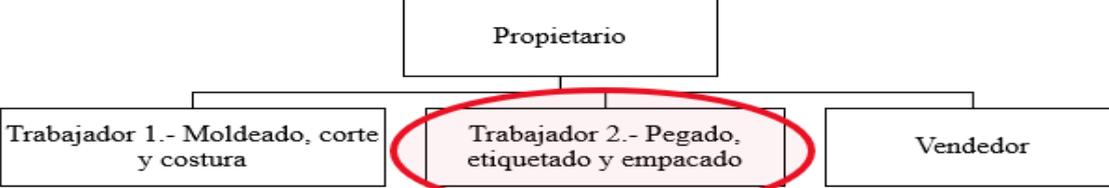
Tabla 125
Manual de funciones del trabajador 1

MANUAL DE FUNCIONES	
	<p>“LA ZAPATEADA” Otavalo- Ecuador Telf.: 0994653771 - 0983396507</p>
INFORMACIÓN BÁSICA	
Nombre del puesto	Jefe de producción
Departamento	Producción
Supervisa a	Trabajador 1.- Moldeado, corte y costura
OBJETIVO	
Controlar las actividades de moldeado, corte y costura de los materiales con el fin de obtener el producto final de calidad.	
Ubicación en el organigrama	
 <pre> graph TD Propietario[Propietario] --> T1[Trabajador 1.- Moldeado, corte y costura] Propietario --> T2[Trabajador 2.- Pegado, etiquetado y empacado] Propietario --> Vendedor[Vendedor] </pre>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recibe órdenes para empezar con los diseños de las alpargatas. • Busca modelos para plasmar el moldeado de las capelladas y taloneras. • Realiza el corte de caucho Eva, fibra amarilla y expandible. • Prepara la maquinaria de costura. • Llevar a cabo los prototipos de distintas tallas. • Reporta los materiales necesarios para la producción. 	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
Edad:	Mayor de edad
Preparación académica:	No indispensable
Conocimiento específico:	Administrar el área de moldeado, corte y costura
Experiencia laboral:	5 años
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de las maquinarias • Elaboración de alpargatas • Trabajo en equipo

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 126

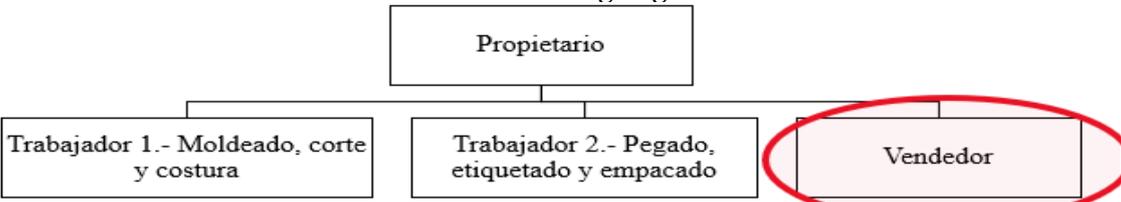
Manual de funciones del trabajador 2

MANUAL DE FUNCIONES	
	<p>“LA ZAPATEADA” Otavalo- Ecuador Telf.: 0994653771 - 0983396507</p>
INFORMACIÓN BÁSICA	
Nombre del puesto	Jefe de producción
Departamento	Producción
Supervisa a	Trabajador 2.- Pegado, etiquetado y empackado
OBJETIVO	
Desempeñar la función de pegado, etiquetado y empackado de acuerdo a las especificaciones de la microempresa y la entrega rápida del producto.	
Ubicación en el organigrama	
 <pre> graph TD Propietario[Propietario] --- T1[Trabajador 1.- Moldeado, corte y costura] Propietario --- T2[Trabajador 2.- Pegado, etiquetado y empackado] Propietario --- Vendedor[Vendedor] </pre>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Une las piezas con cemento de contacto para obtener el producto final. • Controla la calidad de las alpargatas terminadas. • Regresa si encuentra fallas en el producto. • Colocar etiquetas en el empaque del producto. • Verificar el empaque. • Entrega el producto terminado a la persona encargada del despacho. 	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
Edad:	Mayor de edad
Preparación académica:	No indispensable
Conocimiento específico:	Administrar el área de producción
Experiencia laboral:	5 años
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Empacar a mano una amplia variedad de productos • Revisar el producto final • Trabajo en equipo

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 127

Manual de funciones del departamento de ventas

MANUAL DE FUNCIONES	
	<p>“LA ZAPATEADA” Otavalo- Ecuador Telf.: 0994653771 - 0983396507</p>
INFORMACIÓN BÁSICA	
Nombre del puesto	Jefe de ventas
Departamento	Ventas
Reporta a	Propietario y contador
Supervisa a	Vendedor
OBJETIVO	
Brindar una atención personalizada a los clientes y dar a conocer las promociones y descuentos que ofrece la microempresa.	
Ubicación en el organigrama	
 <pre> graph TD Propietario[Propietario] --- T1[Trabajador 1.- Moldeado, corte y costura] Propietario --- T2[Trabajador 2.- Pegado, etiquetado y empacado] Propietario --- Vendedor[Vendedor] </pre>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Vende alpargatas de caucho y mixtas. • Conoce las características del producto que se va a ofertar. • Asesora a los consumidores acerca de cómo el producto satisface las necesidades. • Emite comprobantes de venta. • Realiza el cobro por las ventas del producto y las recaudaciones sirven para cubrir los costos y gastos que genera la microempresa. • Brinda una atención personalizada a los consumidores. • Realiza actividades de promoción. 	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
Edad:	Mayor de edad
Preparación académica:	Bachiller
Conocimiento específico:	Atención al cliente
Experiencia laboral:	3 años
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar y organizar el trabajo • Manejo de las computadoras • Buena atención al cliente

Elaborado por: Las Autoras

4.4.4 Constitución jurídica de la microempresa.

La Zapateada tiene como accionistas a las Srtas. Daysi Anguaya y Jessica Túquerres, quienes desempeñan como Persona Natural no obligada a llevar contabilidad. Es importante que tenga el Registro Único de Contribuyente que otorga el Servicio de Rentas Internas, que le permita emitir y entregar facturas autorizadas por la misma entidad, además debe realizar las declaraciones semestrales del impuesto de acuerdo con la actividad económica.

4.4.4.1 Requisitos de constitución de la compañía.

Es importante que la microempresa “La Zapateada” cumpla con los siguientes requisitos para seguir el funcionamiento.

1. Registro Único del Contribuyente.
2. Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos.
3. Obtención de patente municipal de comerciante.
4. Permiso de Funcionamiento

4.4.4.2 Constitución de capital social.

El capital con el que inicia el funcionamiento “La Zapateada” es con el aporte de cada accionista que representa \$4.072,47 con un total de \$8.144,93 que es igual al 55,25% y un crédito otorgado por BANECUADOR de \$6.598,00 o 44,75% de los cuales se destinan para la adquisición de las maquinarias: troqueladora y recta industrial y compra de los materiales e insumos necesarios para los primeros meses; por lo que la inversión total asciende a \$14.742,93.

4.4.5 Documentos habilitantes para el funcionamiento de la microempresa.

Es importante que la microempresa inicie el funcionamiento de manera legal y cumpliendo todas las obligaciones establecidas por los organismos de control.

4.4.5.1 RUC.

Es un sistema de identificación del contribuyente, creado por el Servicio de Rentas Internas para personas naturales y jurídicas que realizan actividades económicas y tienen obligaciones tributarias. En el caso del proyecto es importante llevar el registro de ingresos y egresos, también los pagos efectuados por impuestos, además la emisión y entrega de comprobantes de venta.

Los requisitos que debe reunir una persona natural no obligada a llevar contabilidad se presentan a continuación:

- Original y copia de la cédula de identidad
- Certificado de votación del último proceso electoral
- Copia de un documento que certifique la dirección del domicilio:
- Planilla de servicio básico
- Comprobante de pago del impuesto predial del año actual
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado
- Patente comercial

4.4.5.2 Patente municipal.

Como requisito para el funcionamiento de la microempresa es necesario cumplir con las legislaciones establecidas en el Art. 547 del Código Orgánico Organizacional Territorial Autonomía Descentralización, aquel documento de carácter obligatorio que deben tener las personas naturales y jurídicas que realizan la actividad económica dentro de la ciudad; una vez adquirida se procede a pagar el impuesto a la patente comercial otorgada por la municipalidad.

4.4.5.3 Permiso de bombero.

Otro de los requisitos que necesita La Zapateada es cumplir con lo establecido en el Art. 35 de la Ley de Defensa contra incendios, los jefes principales del cuerpo de

bomberos de cada localidad otorgan permisos anuales para el funcionamiento de la actividad comercial a la que se dedica la microempresa.

CAPITULO V

VALIDACIÓN DE RESULTADOS

Introducción

La validación de resultados tiene como objetivo verificar si la creación de una microempresa productora y comercializadora de alpargatas tiene viabilidad para implementarse en la ciudad de Otavalo.

Con la propuesta planteada se busca que el proyecto sea rentable desde el punto de vista económico y que al implementarse como microempresa sea eficiente en las actividades.

5.1 Descripción del estudio

Se identifica que en la ciudad de Otavalo existen pocas microempresas dedicadas a la producción y venta de alpargatas, por tal motivo se diseña una propuesta para la creación de una organización que se dedique a esta actividad económica. Se realiza una matriz de validación que permite analizar el grado de aplicabilidad de la propuesta.

5.1.1 Cronograma de actividades.

Tabla 128

Matriz de actividades

N.º	Nombre de la actividad	Responsables	Tiempo de ejecución	
			Enero	Febrero
1	Validación de la propuesta			
1	Marco teórico			
2	Procedimientos metodológicos			
3	Diagnostico Situacional			
4	Propuesta			
4.1	Estudio de Mercado			
4.2	Estudio Técnico			
4.3	Estudio Financiero			
4.4	Propuesta organizacional			
5	Validación			

Elaborado por: Las Autoras

5.1.2 Objetivo.

Realizar la validación de resultados mediante la aplicación de procedimientos metodológicos con el objetivo de determinar el grado de aplicabilidad y confiabilidad del trabajo.

5.1.3 Equipo de trabajo.

El equipo de trabajo está conformado por:

Tabla 129
Equipo de trabajo

Equipo de trabajo		Cargo
Autoras de la matriz	Srta. Daysi Anguaya Srta. Jessica Tuquerres	Elaborar la matriz de validación
Aprobación de la matriz	Msc. Rolando Soria	Revisión y corrección
Oponentes	Ing. José Jácome Dra. Alba Cevallos	Encargados de verificar la aplicabilidad del Estudio de factibilidad respondiendo a la matriz

Elaborado por: Las Autoras

5.2 Método de verificación

Se identifican los indicadores que se deben tomar en cuenta al momento de calificar el nivel de aplicabilidad del proyecto para posteriormente emitir el criterio y la interpretación correspondiente.

5.2.1 Factores a validar.

Para el proyecto se validan los siguientes factores encontrados en la propuesta:

Estudio de mercado. - Es un factor importante que permite determinar las características en las que se encuentra el mercado actual, por lo tanto, se requiere validar los siguientes indicadores: la oferta y la demanda de los posibles consumidores, el uso de las diferentes estrategias de comercialización que son: producto, precio, plaza, publicidad y promoción.

Estudio Técnico. - Las principales variables que requieren ser validados en esta unidad son: la macro y micro localización adecuada para la instalación de la microempresa, los procesos productivos estructurados en el flujo gram, el tamaño y destino de la inversión inicial y la conveniencia del financiamiento para el proyecto.

Estudio Financiero. - Los aspectos relevantes a validar en esta unidad son: las proyecciones de ingresos, costos y gastos durante la vida útil del proyecto, el análisis de los estados financieros, la evaluación de los indicadores financieros con el fin de determinar la viabilidad económica.

Estudio Organizacional. - Según la propuesta de esta unidad es necesario evaluar los siguientes aspectos: la filosofía empresarial propuesta, la estructura de la organización, las funciones que deben cumplir las personas en cada área de trabajo y analizar los aspectos legales que debe cumplir la microempresa para su funcionamiento.

5.3 Método de calificación

Para la validación de la propuesta se indican los parámetros de calificación que son los siguientes:

Tabla 130

Método de calificación

Parámetros	Calificación
Muy Aplicable	3
Aplicable	2
Poco aplicable	1

Elaborado por: Las Autoras

Se debe utilizar una estructura de la matriz que contenga la siguiente información:

Tabla 131

Matriz de validación

Matriz de validación						
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ALPARGATAS DE CAUCHO EN EL CANTÓN OTAVALO.						
N.º	Variables	Indicadores	Calificación			Observación
			Muy aplicable	Aplicable	Poco aplicable	
1	Estudio de mercado					
2						
3						
4						
5						
6	Estudio técnico					
7						
8						
9	Estudio financiero					
10						
11						
12						
13						
14	Estudio organizacional					
15						
TOTAL						

Elaborado por: Las Autoras

5.4 Rango de interpretación

Consiste en una serie de indicadores que requieren de una escala para evaluar, que pueden ser de manera numérica, literal, gráfica y descriptiva. Para el caso del proyecto se utiliza la escala numérica con la finalidad de presentar resultados comprensibles.

Se interpretan de la siguiente manera:

Tabla 132

Rango de interpretación

Rango	Parámetro
67% al 100%	Muy aplicable
34% al 66%	Aplicable
0% al 33%	Poco aplicable

Elaborado por: Las Autoras

Para una mejor interpretación cabe recalcar qué, el rango en el que se encuentra la microempresa es el resultado del total de la calificación de las preguntas elaboradas sobre

el total de las planteadas en la matriz de validación y para obtener el resultado porcentual se multiplica por el 100.

Se expresa en:

$$V = \frac{CO}{CT}$$

En donde:

V= Validación

CO= Calificación obtenida

CT= Calificación Total

5.5 Resultados

Tabla 133

Matriz de validación Dra. Alba Cevallos.

Matriz de validación						
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ALPARGATAS DE CAUCHO EN EL CANTÓN OTAVALO.						
N.º	Variable	Indicadores	Calificación			Observación
			Muy Aplicable	Aplicable	Poco Aplicable	
1	Estudio de Mercado	¿Tiene factibilidad de mercado la propuesta de la creación de una microempresa productora y comercializadora de alpargatas en la ciudad de Otavalo?		✓		
2		¿La determinación de la demanda insatisfecha dentro del estudio de mercado es considerada suficiente para que el nuevo producto tenga acogida por parte de los posibles consumidores?		✓		
3		¿Las características del producto presentado en la propuesta cumplen con los requerimientos del mercado meta?		✓		
4		¿Los indicadores establecidos para el análisis de la oferta y la				

		demanda permiten conocer los aspectos de la competencia existente y la cuantificación de la demanda insatisfecha?		✓		
5		¿Las estrategias de comercialización expuestas en la propuesta son las adecuadas para el mercado meta?		✓		
6	Estudio Técnico	¿Los flujos gramas presentados en la propuesta del estudio técnico representan de manera adecuada los procesos necesarios para cada una de las actividades del negocio?		✓		
7		¿Los ingresos, costos y gastos proyectados cubren las necesidades y orientan a la microempresa a cumplir sus objetivos?		✓		
8		¿El tamaño y destino de la inversión inicial estimada en la propuesta es suficiente para el funcionamiento del proyecto?		✓		
9		¿Para el establecimiento de la macro y micro localización, se consideran las características necesarias para el adecuado funcionamiento de las actividades de la microempresa?		✓		
10		Estudio Financiero	¿Los ingresos, costos y gastos proyectados, prevén un grado de seguridad y confiabilidad para el inversionista al momento de tomar la decisión para la implementación del proyecto?		✓	

11		¿Los estados financieros proforma expresan la situación económica y los resultados previstos de manera razonable en caso de llegar a ejecutar el proyecto?		✓		
12		¿El análisis financiero presentado en la propuesta refleja claramente la factibilidad del proyecto?		✓		
13	Estudio Organizacional	¿El organigrama estructural y funcional presentado en la propuesta contiene la distribución adecuada de cargos, funciones y responsabilidades para las personas que conforman la microempresa?		✓		
Total			0	26	0	

Elaborado por: Las Autoras



Firma
Msc. Alba Cevallos
OPONENTE

Tabla 134

Matriz de validación Ing. José Jácome.

Matriz de validación						
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ALPARGATAS DE CAUCHO EN EL CANTÓN OTAVALO.						
N.º	Variable	Indicadores	Calificación			Observación
			Muy Aplicable	Aplicable	Poco Aplicable	
1	Estudio de Mercado	¿Tiene factibilidad de mercado la propuesta de la creación de una microempresa productora y comercializadora de alpargatas en la ciudad de Otavalo?	x			
2		¿La determinación de la demanda insatisfecha dentro del estudio de mercado es considerada suficiente para que el nuevo producto tenga acogida por parte de los posibles consumidores?		x		
3		¿Las características del producto presentado en la propuesta cumplen con los requerimientos del mercado meta?	x			
4		¿Los indicadores establecidos para el análisis de la oferta y la demanda permiten conocer los aspectos de la competencia existente y la cuantificación de la demanda insatisfecha?		x		
5		¿Las estrategias de comercialización expuestas en la propuesta son las adecuadas para el mercado meta?	x			
6	Estudio Técnico	¿Los flujos gramas presentados en la propuesta del estudio técnico representan de manera adecuada los procesos necesarios para cada una de las		x		

		actividades del negocio?				
7		¿Los ingresos, costos y gastos proyectados cubren las necesidades y orientan a la microempresa a cumplir sus objetivos?		x		
8		¿El tamaño y destino de la inversión inicial estimada en la propuesta es suficiente para el funcionamiento del proyecto?	x			
9		¿Para el establecimiento de la macro y micro localización, se consideran las características necesarias para el adecuado funcionamiento de las actividades de la microempresa?		x		
10		¿Los ingresos, costos y gastos proyectados, prevén un grado de seguridad y confiabilidad para el inversionista al momento de tomar la decisión para la implementación del proyecto?	x			
11	Estudio Financiero	¿Los estados financieros proforma expresan la situación económica y los resultados previstos de manera razonable en caso de llegar a ejecutar el proyecto?	x			
12		¿El análisis financiero presentado en la propuesta refleja claramente la factibilidad del proyecto?	x			
13	Estudio Organizacional	¿El organigrama estructural y funcional presentado en la propuesta contiene la distribución adecuada de cargos, funciones y	x			

		responsabilidades para las personas que conforman la microempresa?				
Total			24	10	0	

Elaborado por: Las Autoras

**JOSE
GUILLERMO
JACOME LEON**

Firmado digitalmente por
JOSE GUILLERMO
JACOME LEON
Fecha: 2021.01.04
09:40:46 -05'00'

Firma
Ing. José Jácome
OPONENTE

Tabla 135
Resultados

FRECUENCIA	FRECUENCIA*RESULTADO
3	24
2	36
1	0
TOTAL	60

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 136
Resultados totales

TOTAL	RESULTADO	PORCENTAJE
26/39	0,67	67%
34/39	0,87	87%
TOTAL	0,77	77%

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Una vez obtenido el porcentaje de validación de la propuesta y analizado los rasgos de interpretación, se determina que el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de alpargatas de caucho en el cantón Otavalo es aplicable con un porcentaje de validación del 77%.

CONCLUSIONES

- ✓ A través del marco teórico se fundamentan términos: generales, específicos y técnicos que ayudan a obtener una mejor comprensión acerca de los temas que se tratan en el desarrollo del proyecto.
- ✓ Mediante los procedimientos metodológicos se seleccionan técnicas, instrumentos y herramientas de recopilación de información útiles en el proceso de investigación.
- ✓ Por medio del diagnóstico situacional se identifica el entorno actual donde se implementa el proyecto, mediante el análisis de los factores: demográficos, geográficos, económicos, sociales, políticos, ambientales y culturales.
- ✓ Dentro del estudio de mercado se identifica que la demanda en función a la cantidad del producto es de 141.610 unidades y la oferta es de 98.304 unidades; mediante la aplicación de instrumentos de investigación se determina que la demanda insatisfecha existente es de 43.306 cantidades de las cuales se pretende cubrir el 23% es decir 9.960, además se fija el precio para las alpargatas de caucho a cinco dólares y las mixtas a quince, las recaudaciones obtenidas se destinan a los costos y gastos que tiene la entidad.
- ✓ A través del estudio técnico se determina la macro y micro localización para el área de producción y comercialización de las alpargatas, el tamaño y destino de la inversión inicial, los flujos gramas de procesos que ayudan a realizar las actividades de forma ordenada y sistemática, además se identifican las fuentes de financiamiento con el que cuenta la microempresa.
- ✓ En el estudio económico se determina la viabilidad económica del proyecto a través del cálculo de indicadores financieros entre los cuáles está el VAN con una cantidad positiva de 2.956,18 y el TIR con un porcentaje del 24,10%.

- ✓ A través de la propuesta organizacional se diseña la filosofía apropiada para la microempresa que consta de misión, visión, objetivos estratégicos y políticas, se elabora un organigrama estructural y funcional para la asignación de responsabilidades al personal.
- ✓ Por medio de la validación se establece el nivel de aplicabilidad que tiene la propuesta presentada por las autoras.

RECOMENDACIONES

- ✓ Revisar la terminología desarrollada en la fundamentación teórica y comprender de mejor manera los conceptos utilizados para el proyecto y que éstas sean en base a fuentes bibliográficas confiables y de igual forma estén validadas con artículos científicos de los cinco últimos años vigentes.
- ✓ Aplicar las técnicas e instrumentos de investigación con la finalidad de recolectar información clara y concisa que permitan interpretar los resultados que se obtienen a lo largo de la investigación.
- ✓ La implementación del proyecto se debe realizar en dos lugares: la planta de producción en la comunidad de Calpaqui y la comercialización en la ciudad de Otavalo, en vista de que es una zona que cuenta con un segmento significativo de población indígena que son potenciales clientes.
- ✓ Se debe aprovechar que existe acogida para la implementación del proyecto por parte de los potenciales clientes que dio como resultado de la encuesta aplicada en la ciudad de Otavalo.
- ✓ Con respecto al estudio técnico se debe tomar en cuenta la capacidad instalada para cumplir con la productividad de la microempresa, es necesario el financiamiento de un crédito, con la finalidad de iniciar el funcionamiento adecuado del proyecto.
- ✓ Con respecto al análisis financiero, el proyecto cumple con todos los requerimientos necesarios debido a que los indicadores evidencian la viabilidad económica por lo tanto se plantea su implementación.
- ✓ Es conveniente realizar la validación del proyecto por medio de un cuestionario que ayude a encontrar los aspectos positivos y negativos de la propuesta, con el

fin de tratar de potencializar los aspectos favorables y mitigar los negativos que puedan derivarse de su implementación.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, M. (2017). *Modelo para el análisis de factibilidad de proyectos de software en entornos de incertidumbre*. doi:5486806
- Baca, G. (2016). *Evaluación de proyectos* (octava ed.). México: Mc graw hill education. doi:978-607-15-1374-8
- Barona, B., Rivera, J., & Garizado, P. (2017). Inversión y financiación en empresas innovadoras del sector servicios en Colombia. *Finanzas y Políticas Económicas*, 5.
- Barona, B., Rivera, J., & Garizado, P. (Diciembre de 2017). Inversión y financiación en empresas innovadoras del sector servicios en Colombia. *Finanzas y Políticas Económicas*, 9(2), 345-372. doi:2248-6046
- Brigham, E., & Ehrhardt, M. (2018). *Finanzas Corporativas*. México: Cengage Learning.
- Burneo, S., Delgado, R., & Vérez, A. (16 de Junio de 2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Redalyc.org*, 305. doi:0258-5960
- Bustamante, K., & Cabrera, K. (1 de Agosto de 2017). Microcrédito, microempresa y educación en Ecuador. *ESPACIOS*, 38(53), 1-16. doi:0798 1015
- Bustamante, K., & Cabrera, K. (2017). Microcrédito, microempresa y educación en Ecuador. Caso de estudio: Cantón Zamora. *ESPACIOS*, 4-5.
- Castaño, C., & Arias, J. (Junio de 2014). Análisis financiero integral de empresas colombianas 2009-2012 desde la perspectiva de la competitividad. *Análisis financiero sectores*, 275- 284.
- Cepeda, A., & Cepeda, S. (2015). *Enfoque multidisciplinario sobre el método científico* (primera ed., Vol. 14). (ARCD, Ed.) México: Tópicos culturales A . doi:03-2015-072010141000-01

- Corrillo, F., & Gutiérrez, M. (marzo de 2016). Estudio de localización de un proyecto. *Revistas Bolivarianas*. Obtenido de http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11_a05.pdf
- Corrillo, F., & Gutiérrez, M. (mayo de 2016). Estudio de localización de un proyecto. *Revista Ventana Científica*. Obtenido de http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S2305-60102016000100005&script=sci_arttext
- Delgado, S. (2014). Modelo de Gestión de Riesgos para el proceso de Implantación de Software Financiero, Fiduciario y de Inversión. *Artículos científicos - Psgrados*, 2.
- Delgado, S. (2014). Modelo de Gestión de Riesgos para el proceso de Implantación de Software Financiero, Fiduciario y de Inversión. *Postgrados NUEVO*, 1-10. Recuperado el 3 de Noviembre de 2019, de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/8941>
- Durand, P. (2017). Análisis de estados financieros y toma de decisiones. *Análisis de estados financieros y toma de decisiones*, 1-3.
- Duvergel, Y., & Argota, L. (14 de diciembre de 2017). *3C Tecnología*. Obtenido de 3C Tecnología: <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/12/Art4-1.pdf>
- Economía. (Mayo de 2014). *Las inversiones financieras*. Obtenido de <https://manueconomia.files.wordpress.com/2014/05/t14-inversiones-financieras.pdf>
- Falconí, D. (13 de abril de 2015). *EVALUACIONDEPROYECTOSPSM*. Recuperado el 4 de noviembre de 2019, de *EVALUACIONDEPROYECTOSPSM*: <https://evaluaciondeproyectospsm.wordpress.com/2015/04/13/que-es-un-estudio-de-factibilidad/>

- González, J., Roldán, C., Arias, D., Valverde, J., & Camacho, D. (2018). Evaluación financiera de generación eléctrica de 2 MW a partir de biomasa forestal en Costa Rica. *Forestal Mesoamericana Karú*, 1-9.
- Ilundáin, J. (2017). *El proyecto estratégico de la empresa*. ESIC. doi:5885803
- Izar, J. M. (2017). *Ingeniería Económica y Financiera*. México: Editorial Trillas.
- Jiménez, M., & Romo, Z. (2017). *¿Cómo aplicar los conceptos básicos de publicidad?* UOC. doi:4824501
- Larson, J. (2014). *Estado de situación financiera*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2019, de http://gc.initelabs.com/recursos/files/r157r/w13017w/ContaFin1_unidad2.pdf
- López, A., & Lankenau, D. (2017). *Administración de proyectos*. México: Pearson.
- Martínez, E. (2017). *Proyecto y viabilidad del negocio o microempresa* (Segunda ed.). IC. doi:5350061
- Meza, J. (2017). *Evaluación financiera de proyectos* (cuarta ed.). Bogotá, Colombia: Ecoediciones. doi:978-958-771-468-5
- Mungaray, A. (2017). *Ensayos económicos sobre microempresas de subsistencia en Méico*. doi:5426135
- Nokes, & Greenwood. (2017). *La guía definitiva de la GESTIÓN DE PROYECTOS*. España: Pearson Educación, S.A.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación* (cuarta ed.). (ISBN, Ed.) Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. doi:978-958-762-188-4
- Pérez. (2017). *La evaluación económica de las inversiones*. ESIC. doi:5885830
- Pérez. (2017). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. CEP, SL. doi:5214037

- Pérez, J., & Gardey, A. (2017). *Definicion.de: Definición de alpargatas*. Obtenido de Definicion.de: Definición de alpargatas: <https://definicion.de/alpargatas/>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2017). *Definicion.de: Definición de alpargatas*. Obtenido de <https://definicion.de/alpargatas/>
- Prado, R., & Nebreda, L. (2018). *Marketing industrial y de servicios*. ESIC. doi:5758474
- Programa de Apoyo a Docencia, Investigación y Difusión de las Artes. (Agosto de 2014). *Guía PADID*. Obtenido de <https://www.cenart.gob.mx/wp-content/uploads/2014/08/Gu%C3%ADa-PADID-2014.docx.pdf>
- Rodríguez. (2017). *Estudio técnico*. Obtenido de <https://doctrina.vlex.com.mx/vid/estudio-tecnicos-702304333>
- Sierra, A. (2017). *Reatil marketing: estrategias de marketing para los minoritas*. ESIC. doi:5885883
- Solózano, A. (2015). *Diseño y producto: plancha para impronta*. doi:4760798
- Soria, M. (2017). *Marketing y promoción en el punto de venta*. CEP, SL. doi:5214039
- Thompson, I. (2019). *El estudio de mercado*.
- Universidad Interamericana para el Desarrollo. (2017). *UNID*. Obtenido de Evaluación de proyectos de inversión: https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/pos/AN/PI/S11/PI11_lectura.pdf
- Universidad Militar Nueva Granada. (2016). *Costos indirectos de fabricación*. Nueva Granada.
- Vásquez, M., & Martínez, Á. (2015). Estimación empírica de elasticidades de oferta y demanda. *Ciencias Agrícolas*, 1-2.
- Viñán, J., Navarrete, F., Puente, M., Pino, S., & Caicedo, F. (mayo de 2018). Metodología de la investigación científica como instrumento en la producción y realización de una investigación. *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*.

Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/05/investigacion-cientifica.html>

ANEXOS

Anexo 1 Formato de la encuesta aplicada



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Estimado encuestado, gracias por su interés en nuestra investigación.

Con su participación en esta encuesta, está contribuyendo a lograr un estudio de mercado de calidad, que garantice el conocimiento de las preferencias de las alpargatas del cantón Otavalo.

Sus respuestas serán tratadas de forma anónima y de forma estrictamente confidencial. Serán analizadas solamente en el contexto de este proyecto de investigación, no comercial.

Seleccione la respuesta según su percepción.

DATOS GENERALES:

- a.- GÉNERO: M () F ()
- b.- EDAD: 18 a 24 () 25 a 30 () 31 a 40 () 41 en adelante ()
- c.- OCUPACIÓN: Estudiante () Manufactura () Comerciante ()
Quehaceres Domésticos ()

CUESTIONARIO

- 1) ¿ACOSTUMBRA A UTILIZAR ALPARGATAS?
Si ()
No ()
A veces ()
- 2) ¿QUE TIPO DE ALPARGATAS PREFERE UTILIZAR?
Caucho ()
Cabuya ()
Mixta ()
- 3) ¿CON QUE FRECUENCIA COMPRA LAS ALPARGATAS?
Bimensual ()
Trimestral ()
Semestral ()
Anual ()
- 4) AL REALIZAR LAS COMPRAS DE LAS ALPARGATAS, ¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS QUE OBSERVA?
Diseño ()
Calidad ()
Colores ()
Materiales ()
- 5) ¿ES IMPORTANTE PARA USTED EL PRECIO A LA HORA DE COMPRAR LAS ALPARGATAS?

Si ()

No ()

- 6) DE FORMA INDIVIDUAL ¿CUÁNTO ES EL PRESUPUESTO QUE ASIGNA PARA LA COMPRA DE ALPARGATAS DE ADULTOS?

CAUCHO	CABUYA	MIXTA
3 a 5 USD	15 a 20 USD	12 a 15 USD
6 a 8 USD	21 a 26 USD	16 a 20 USD
MÁS DE 8 USD	MÁS DE 27 USD	MÁS DE 20 USD

- 7) ¿DÓNDE ADQUIERE LAS ALPARGATAS?

Mercado ()

Almacén ()

Productor ()

- 8) ¿EN QUÉ OCASIONES SUELE ADQUIRIR ALPARGATAS?

Ocasiones Especiales ()

Festividades tradicionales ()

Trabajo ()

Presentación en eventos ()

Otros ()

Cuales: _____

- 9) ¿ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR LAS ALPARGATAS PARA USTED Y SU FAMILIA EN UNA NUEVA MICROEMPRESA?

Si ()

No ()

- 10) ¿CÓMO DEBERÍA DARSE A CONOCER ESTA NUEVA MICROEMPRESA?

Radios locales ()

Televisión local ()

Redes sociales ()

- 11) SI SU RESPUESTA ANTERIOR FUE LA RADIO, ¿CUÁL ES DE SU PREFERENCIA?

Radio Ilumán ()

Radio América ()

Radio Inti Pacha ()

Radio Canela ()

Radio Exa ()

Otra ()

Cuales: _____

- 12) ¿EN QUÉ PARTE DEL CANTÓN OTAVALO LE GUSTARÍA QUE ESTÉ UBICADA LA MICROEMPRESA?

Cerca al Mercado Copacabana ()

Mercado 24 de mayo ()

Cerca de la Plaza de ponchos ()

Otros ()

Cuales: _____

- 13) ¿PARA LA ENTREGA DEL PRODUCTO, EN QUÉ TIPO DE PRESENTACIÓN DESEARÍA QUE SEA EL EMPAQUE DE LAS ALPARGATAS?

Caja ()

Funda plástica ()

Funda de papel ()

Funda de cabuya ()

- 14) ¿CON QUÉ PRODUCTOS ADICIONALES LE GUSTARÍA QUE CUENTE LA MICROEMPRESA?

Camisas bordadas ()

Bisutería ()

Anacos ()

Otros ()

Cuales: _____

- 15) ¿QUÉ TIPO DE ATENCIÓN PREFERE?

Ventas en el local ()

Catálogos físicos ()

Catálogos virtuales ()

- 16) ¿CUÁL ES LA PROMOCIÓN DE LA QUE MÁS LE GUSTARÍA BENEFICIARSE?

Descuentos ()

Regalos por su compra ()

Rebajas a partir del 2º par ()

Otros ()

Cuales: _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2 Formato de la entrevista



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONÓMICAS

GUIÓN DE ENTREVISTA

- 1) ¿Cuántas pares de alpargatas produce a la semana?
- 2) ¿Qué variedad de alpargatas elabora usted?
- 3) ¿Cuenta con almacén para la venta de las alpargatas?
- 4) ¿Cuál es el precio mínimo de un par de alpargatas?
- 5) ¿En qué fechas tiene más demanda de alpargatas?
- 6) ¿Cuenta con una sucursal de su negocio?
- 7) ¿Realiza promociones para sus clientes?
- 8) ¿Cuenta con espacios publicitarios para dar a conocer su producto?

Anexo 3 Formato de la ficha de observación



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

FICHA DE OBSERVACIÓN

Ficha N°				
Fecha				
Lugar				
Dirección				
N°	INDICADORES	SI	NO	OBSERVACIÓN
1	La calidad del producto es buena			
2	Las alpargatas tienen etiquetas de precios			
3	Entregan en empaques al consumidor			
4	Existen variedad diseños			
5	Tiene división de estanterías por tallas			
6	Ofrece productos complementarios			
7	Buena atención al cliente			

Anexo 4 Proformas



Usado - 3 vendidos ♥

Troqueladoras Heim Americanas 32 - 40 Toneladas

U\$S 5.900

👤 Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)



Nuevo - 2 vendidos ♥

Maquina Recta Industrial Incluye Mesa

U\$S 374⁹⁹

👤 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo,
tarjeta de crédito.
[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad ▾ (498 disponibles)

[Comprar](#)





Nuevo - 1005 vendidos ♥

Laptop Hp Intel Core I7 8gb+4gb Tarj. Video Nueva Garantia

U\$S 949⁴⁹

- 👤 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)
- 👤 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Color: **NEGRA**

Cantidad: 1 Unidad ▾ (495 disponibles)





Nuevo - 2406 vendidos ♥

Epson L3150 Wifi Impresora Multifuncion Tinta Continua L4150

U\$S 196⁴²

- 👤 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)
- 👤 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad ▾ (377 disponibles)

Comprar



Usado - 3 vendidos

Mesa De Corte Para Tela

U\$S 790

 Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
 Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)



Nuevo - 9 vendidos

Caja De Cobro Cyber Computadoras Recibidor

U\$S 180

 Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
 Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad (84 disponibles)

[Comprar](#)

Anexo 5 Producto

