



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
PRODUCTOS ELABORADOS CON LOS DESECHOS DE MATERIAS
PRIMAS TEXTILES, UBICADA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI,
CANTÓN ANTONIO ANTE, IMBABURA, ECUADOR

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciatura en Contabilidad y
Auditoría CPA

AUTOR:

Sisa Pacarina Maldonado De la Torre

DIRECTORA:

MSC. Sandra Mercedes Guevara López

Ibarra, 2022

RESUMEN

El presente trabajo de grado expone el proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con los desechos de materias primas textiles en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, la cual su principal función es disminuir la contaminación ambiental del lugar mediante la reutilización de los residuos textiles que las empresas desechan al basurero.

En la estructura del trabajo se presentan la sustentación bibliográfica acorde al tema tratado, la metodología de investigación utilizada, los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales para tener presente en cuanto a los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos relacionados directamente a la creación de la empresa.

En la propuesta se encuentran establecidos el modelo negocio que se utilizó, el estudio de mercado que en ella se establece la oferta y demanda existente en el cantón para determinar la demanda insatisfecha; el estudio técnico – administrativo para detallar la localización del proyecto y exponer la distribución de las áreas de la empresa y el personal con sus respectivas responsabilidades; el estudio financiero donde se indica la viabilidad del negocio mediante indicadores financieros; y finalmente el estudio ambiental en el que se detalla los impactos negativos que puede provocar la creación de la empresa en la ciudad de Atuntaqui.

ABSTRACT

The present degree work exposes the entrepreneurship project for the creation of a company for the production and commercialization of products made with the waste of textile raw materials in the city of Atuntaqui, canton Antonio Ante, province of Imbabura, which its main function is reduce the environmental pollution of the place through the reuse of textile waste that companies dispose of in the dump.

In the structure of the work, the bibliographic support is presented according to the subject matter, the research methodology used, the political, economic, social, technological and environmental factors to keep in mind in terms of allies, opponents, opportunities and risks directly related to the creation of the company.

The proposal establishes the business model that was used, the market study that establishes the existing supply and demand in the canton to determine the unsatisfied demand; the technical – administrative study to detail the location of the project and expose the distribution of the areas of the company and the personnel with their respective responsibilities; the financial study where the viability of the business is indicated through financial indicators; and finally the environmental study detailing the negative impacts that the creation of the company can cause in the city of Atuntaqui.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100416192-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Maldonado De la Torre Sisa Pacarina		
DIRECCIÓN:	San Roque – Sector Peaje		
EMAIL:	sisal99624@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0939234334

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS CON LOS DESECHOS DE MATERIAS PRIMAS TEXTILES, UBICADA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, IMBABURA, ECUADOR
AUTOR (ES):	Maldonado De la Torre Sisa Pacarina
FECHA: AAAAMMDD	13 de mayo de 2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Contabilidad y Auditoría C.P.A
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Sandra Guevara

2. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes de mayo de 2022

EL AUTOR:



Sisa Pacarina Maldonado De la Torre

CI 100416192-1

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Directora de Trabajo de Grado presentado por la señorita Sisa Pacarina Maldonado De la Torre, para optar por el título de LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, cuyo tema es **Proyecto de Emprendimiento para la creación de una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con los desechos de materias primas textiles, ubicada en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, Imbabura, Ecuador**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 25 días del mes de febrero 2022



MSC. Sandra Mercedes Guevara López

C.I:100254138-9

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico primeramente a Dios y a la Virgencita por iluminarme y darme mucha fortaleza y así poder terminar mi carrera profesional.

A mi padre Marco Maldonado y a mi madre Celia De la Torre que me han apoyado para poder seguir adelante sin ningún problema.

A mis hermanos Cristian De la Torre y Daniela Maldonado que han estado conmigo en las buenas y en las malas y han sido un buen ejemplo a seguir para mí. A mi abuelita que en paz descanse que en algún momento le dije que lo voy a lograr.

Y, finalmente este trabajo me lo dedico a mí misma por haberme esforzado día y noche para poder titularme y cumplir este sueño que es especial para mí y toda mi familia.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios y a la Virgencita por haberme permitido llegar hasta donde anhelaba con todo mi corazón desde pequeña.

A mis padres y hermanos por apoyarme siempre en todo lo que he querido ser y sobre todo en cumplir este gran sueño.

A todos mis docentes profesores que tuve desde que inicié mi carrera universitaria, por estar pendientes y hacer su mejor esfuerzo por explicar y compartir sus conocimientos con mi persona.

A mis compañeros de clase que estuvieron presentes apoyándome en la culminación de mi carrera profesional.

Hoy les digo gracias, gracias y gracias por todo y a todos por creer en mí.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	I
ABSTRACT	II
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	III
APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
CAPÍTULO I.....	1
1 Diagnóstico	1
1.1 Introducción	1
1.2 Objetivo	1
1.3 Determinación y justificación del problema.....	1
1.4 Propuesta de la idea de negocios	4
1.5 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios.....	5
1.6 Identificación de las variables diagnósticas.....	7
1.7 Matriz Diagnóstica.....	8
1.8 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio	10
1.8.1 Situación del macro ambiente	10
1.8.2 Situación competitiva de la Industria	24
1.9 Matriz AOOR.....	26
1.10 Conclusión Diagnóstica	27
CAPÍTULO II.....	29
2 Fundamentación Teórica.....	29
2.1 Introducción	29
2.2 Objetivo	29
2.3 Fundamentación metodológica	29
2.3.1 Tipo de investigación	29
2.3.2 Método.....	30
2.3.3 Tipo de muestreo	31
2.3.4 Técnicas e instrumentos	33
2.4 Fundamentación de la propuesta.....	34

2.4.1	Términos Generales.....	34
2.4.2	Términos Específicos	37
CAPÍTULO III		41
3	Propuesta.....	41
3.1	Introducción	41
3.2	Objetivo general.....	41
3.2.1	Objetivos específicos.....	41
3.3	Modelo de negocio.....	42
3.3.1	Lienzo CANVAS.....	43
3.3.2	Descripción de los elementos CANVAS.....	44
3.4	Estudio de mercado.....	50
3.4.1	Diseño de la investigación de mercados.....	50
3.4.2	Segmentación de mercados	53
3.4.3	Clientes	53
3.4.4	Tipo de muestreo y cálculo de la muestra	55
3.4.5	Instrumentos de recolección	56
3.4.6	Resultados y discusión	58
3.4.7	Análisis de la demanda.....	89
3.4.8	Análisis de la oferta	92
3.4.9	Demanda insatisfecha o Nivel de aceptación	95
3.4.10	Estrategias de comercialización.....	96
3.5	Estudio técnico – administrativo.....	98
3.5.1	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto	98
3.5.2	Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa	100
3.5.3	Ingeniería del proyecto	103
3.5.4	Identificación y descripción de los procesos	105
3.5.5	Estructura organizativa y administrativa	108
3.5.6	Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual	140
3.6	Estudio financiero	143
3.6.1	Inversiones y capital de trabajo	144
3.6.2	Estado de situación inicial	153
3.6.3	Estado de Resultados	156
3.6.4	Flujo de efectivo	157
3.6.5	Cálculo del valor actual neto	158

3.6.6	Cálculo de la tasa interna de retorno	159
3.6.7	Período de recuperación	160
3.6.8	Punto de equilibrio	161
3.6.9	Análisis Costo / Beneficio	162
3.6.10	Análisis de sensibilidad	163
3.7	Estudio ambiental.....	164
3.7.1	Descripción de las acciones del emprendimiento.....	164
3.7.2	Factores ambientales para interrelacionar en la Evaluación del Impacto Ambiental.....	165
3.7.3	Descripción del método a aplicar	165
3.7.4	Escalas o rangos de valoración ambiental para la Evaluación del Impacto Ambiental.....	166
3.7.5	Interrelación entre las acciones y factores ambientales del emprendimiento.....	168
3.7.6	Determinación de la magnitud, importancia, severidad o significancia.	169
3.7.7	Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación	170
3.7.8	Matriz de plan de manejo ambiental sobre la base de la jerarquización ambiental.....	171
CAPÍTULO IV		172
4	Validación	172
4.1	Introducción	172
4.2	Descripción del estudio.....	172
4.3	Objetivo	172
4.4	Equipo de Trabajo.....	173
4.5	Métodos de Verificación.....	173
4.6	Método de Calificación.....	174
4.7	Rango de Interpretación.....	174
4.8	Resultados	175
4.9	Análisis	184
Conclusiones.....		185
Recomendaciones		186
5	Anexos:	188
Bibliografía.....		199

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Variables e Indicadores Diagnósticos</i>	7
<i>Tabla 2: Matriz Diagnóstica</i>	8
<i>Tabla 3: Político Legal</i>	10
<i>Tabla 4: Población económicamente activa (PEA)</i>	17
<i>Tabla 5: Población económicamente activa ocupada</i>	17
<i>Tabla 6: Población económicamente activa desocupada</i>	18
<i>Tabla 7: Proyección número de familias</i>	19
<i>Tabla 8: Matriz AOOD</i>	27
<i>Tabla 9: Segmento de mercado</i>	32
<i>Tabla 10: Lienzo CANVAS</i>	43
<i>Tabla 11: Diseño de la investigación de mercados</i>	51
<i>Tabla 12: Segmentación de mercados</i>	53
<i>Tabla 13: Número de familias del cantón</i>	53
<i>Tabla 14: Número de familias que tienen mascotas</i>	54
<i>Tabla 15: Familias que tienen hijos de 2 a 12 años</i>	54
<i>Tabla 16: Interés de compra</i>	59
<i>Tabla 17: Lugar de residencia</i>	59
<i>Tabla 18: Posee mascotas</i>	60
<i>Tabla 19: ¿Tiene hijos?</i>	61
<i>Tabla 20: Compras del hogar</i>	62
<i>Tabla 21: Motivación de compra, pañoletas para mascotas</i>	63
<i>Tabla 22: Motivación de compra, ropa para muñecos</i>	63
<i>Tabla 23: Motivación de compra, organizadores de espacios</i>	64
<i>Tabla 24: Creación de una empresa de elaboración de productos con desechos textiles</i>	65
<i>Tabla 25: Frecuencia de compra - pañoletas para mascotas</i>	66
<i>Tabla 26: Frecuencia de compra - ropa para muñecos</i>	66
<i>Tabla 27: Frecuencia de compra - organizadores de espacios</i>	67
<i>Tabla 28: Precio - pañoletas para mascotas</i>	68
<i>Tabla 29: Precio - ropa de muñecos</i>	69
<i>Tabla 30: Precio - organizadores de espacios</i>	69
<i>Tabla 31: Formas de pago</i>	70
<i>Tabla 32: Lugar de preferencia</i>	71
<i>Tabla 33: Formas de adquirir el producto</i>	72
<i>Tabla 34: Medios de comunicación</i>	72
<i>Tabla 35: Promociones</i>	73
<i>Tabla 36: Opiniones – pañoletas para mascotas</i>	74
<i>Tabla 37: Opiniones – ropa para muñecos</i>	75
<i>Tabla 38: Interés – organizadores de espacios</i>	76
<i>Tabla 39: Interés – pañoletas para mascotas</i>	76
<i>Tabla 40: Interés – ropa para muñecos</i>	77
<i>Tabla 41: Características del producto</i>	78
<i>Tabla 42: Aceptación de la nueva empresa textil</i>	90

<i>Tabla 43: Demanda del conjunto de ropa para muñecos</i>	90
<i>Tabla 44: Demanda pañoletas para mascotas</i>	90
<i>Tabla 45: Demanda de organizadores de espacios</i>	91
<i>Tabla 46: Demanda proyectada de los tres productos</i>	92
<i>Tabla 47: Ofertantes de productos similares</i>	93
<i>Tabla 48: Oferta anual de los tres productos</i>	93
<i>Tabla 49: Oferta proyectada para los tres productos</i>	94
<i>Tabla 50: Análisis de precios</i>	95
<i>Tabla 51: Demanda insatisfecha de los tres productos</i>	96
<i>Tabla 52: Microlocalización</i>	99
<i>Tabla 53: Capacidad instalada</i>	102
<i>Tabla 54: Nivel de producción</i>	102
<i>Tabla 55: Distribución de las áreas</i>	103
<i>Tabla 56: Mapa de procesos</i>	111
<i>Tabla 57: Subproceso – S01: Adquisición de la materia prima</i>	121
<i>Tabla 58: Subproceso - S02: Clasificación de la materia prima</i>	122
<i>Tabla 59: Subproceso - S01: Diseño de productos</i>	122
<i>Tabla 60: Subproceso - S01: Corte de diseños</i>	124
<i>Tabla 61: Subproceso – P08 - S01: Producción ropa para muñecos</i>	125
<i>Tabla 62: Subproceso - P08 - S02: Producción pañoletas para mascotas</i>	126
<i>Tabla 63: Subproceso - P08 - S03: Producción Organizadores de espacios</i>	128
<i>Tabla 64: Subproceso - P09 - S01: Ventas al por mayor</i>	129
<i>Tabla 65: Subproceso - P09 - S02: Venta directa</i>	130
<i>Tabla 66: Manual de funciones - Gerente</i>	132
<i>Tabla 67: Manual de funciones - Contador</i>	133
<i>Tabla 68: Manual de funciones - Diseñador textil</i>	134
<i>Tabla 69: Manual de funciones - Asistente de compras</i>	135
<i>Tabla 70: Manual de funciones - jefe de producción</i>	136
<i>Tabla 71: Manual de funciones -Bodeguero</i>	137
<i>Tabla 72: Manual de funciones - Operario de producción</i>	138
<i>Tabla 73: Manual de funciones - Vendedor</i>	139
<i>Tabla 74: Gestiones para constituir una S.A.S</i>	141
<i>Tabla 75: Proceso de registro de marca</i>	142
<i>Tabla 76: Trámite para el registro de la marca</i>	143
<i>Tabla 77: Obra civil de la empresa</i>	144
<i>Tabla 78: Maquinaria y equipo</i>	146
<i>Tabla 79: Capital de trabajo</i>	148
<i>Tabla 80: Total inversión</i>	149
<i>Tabla 81: Financiamiento</i>	149
<i>Tabla 82: Tabla de amortización del préstamo</i>	150
<i>Tabla 83: Costo de capital</i>	151
<i>Tabla 84: Estado de situación financiera</i>	153
<i>Tabla 85: Presupuesto de costos</i>	155
<i>Tabla 86: Presupuesto de ventas</i>	156
<i>Tabla 87: Estado de resultados</i>	157

<i>Tabla 88: Flujo de efectivo</i>	<i>157</i>
<i>Tabla 89: Flujo de efectivo</i>	<i>158</i>
<i>Tabla 90: Cálculo de la tasa interna de retorno.....</i>	<i>159</i>
<i>Tabla 91: Período de recuperación</i>	<i>160</i>
<i>Tabla 92: Costo de producción.....</i>	<i>161</i>
<i>Tabla 93: Punto de equilibrio</i>	<i>162</i>
<i>Tabla 94: Análisis costo/beneficio</i>	<i>162</i>
<i>Tabla 95: Análisis de sensibilidad</i>	<i>163</i>
<i>Tabla 96: Factores ambientales.....</i>	<i>165</i>
<i>Tabla 97: Magnitud del impacto ambiental.....</i>	<i>167</i>
<i>Tabla 98: Importancia del impacto ambiental.....</i>	<i>167</i>
<i>Tabla 99: Severidad del impacto ambiental.....</i>	<i>167</i>
<i>Tabla 100: Matriz de identificación de interacciones</i>	<i>168</i>
<i>Tabla 101: Matriz de evaluación de interacciones.....</i>	<i>169</i>
<i>Tabla 102: Jerarquización según su evaluación.....</i>	<i>170</i>
<i>Tabla 103: Matriz de plan de manejo ambiental</i>	<i>171</i>
<i>Tabla 104: Equipo de Trabajo.....</i>	<i>173</i>
<i>Tabla 105: Métodos de verificación.....</i>	<i>173</i>
<i>Tabla 106: Método de calificación</i>	<i>174</i>
<i>Tabla 107: Rango de interpretación</i>	<i>174</i>
<i>Tabla 108: Porcentaje de cada factor a evaluar</i>	<i>175</i>
<i>Tabla 109: Matriz de validación.....</i>	<i>176</i>
<i>Tabla 110: Matriz de validación.....</i>	<i>179</i>
<i>Tabla 111: Matriz de validación.....</i>	<i>182</i>

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1: Producto Interno Bruto del Ecuador</i>	12
<i>Figura 2: Producto Interno Bruto de la Industria</i>	14
<i>Figura 3: Inflación</i>	15
<i>Figura 4: Ingreso Familiar vs Canasta Básica</i>	16
<i>Figura 5: Mapa de empatía</i>	44
<i>Figura 6: Interés de compra</i>	59
<i>Figura 7: Lugar de residencia</i>	60
<i>Figura 8: Tiene mascotas</i>	60
<i>Figura 9: ¿Tiene hijos?</i>	61
<i>Figura 10: Compras del hogar</i>	62
<i>Figura 11: Motivación de compra, pañoletas para mascotas</i>	63
<i>Figura 12: Motivación de compra, ropa para muñecos</i>	64
<i>Figura 13: Motivación de compra, organizadores de espacios</i>	64
<i>Figura 14: Creación de una empresa</i>	65
<i>Figura 15: Frecuencia de compra - pañoletas para mascotas</i>	66
<i>Figura 16: Frecuencia de compra - ropa para muñecos</i>	67
<i>Figura 17: Frecuencia de compra - organizadores de espacios</i>	67
<i>Figura 18: Precio - pañoletas para mascotas</i>	68
<i>Figura 19: Precio - ropa de muñecos</i>	69
<i>Figura 20: Precio - organizadores de espacios</i>	70
<i>Figura 21: Formas de pago</i>	70
<i>Figura 22: Lugar de preferencia</i>	71
<i>Figura 23: Formas de adquirir el producto</i>	72
<i>Figura 24: Medios de comunicación</i>	73
<i>Figura 25: Promociones</i>	73
<i>Figura 26: Opiniones – pañoletas para mascotas</i>	74
<i>Figura 27: Opiniones – ropa para muñecos</i>	75
<i>Figura 28: Interés – organizadores de espacios</i>	76
<i>Figura 29: Interés – pañoletas para mascotas</i>	77
<i>Figura 30: Interés – ropa para muñecos</i>	77
<i>Figura 31: Características del producto</i>	78
<i>Figura 32: Macrolocalización</i>	98
<i>Figura 33: Planta Física</i>	104
<i>Figura 34: Proceso productivo</i>	107
<i>Figura 35: P05 – S01: Adquisición de la materia prima</i>	112
<i>Figura 36: P05 – S02: Clasificación de la Materia Prima</i>	113
<i>Figura 37: P06 – S01: Diseño de productos</i>	114
<i>Figura 38: P07 – S01: Corte de los diseños</i>	115
<i>Figura 39: P08 – S01: Ropa para muñecos</i>	116
<i>Figura 40: P08 – S02: Pañoletas de mascotas</i>	117
<i>Figura 41: P08 – S03: Organizadores de espacios</i>	118
<i>Figura 42: P09 – S01: Al por mayor</i>	119
<i>Figura 43: P09 – 02: Venta Directa</i>	120
<i>Figura 44: Organigrama Estructural</i>	131

CAPÍTULO I

1 Diagnóstico

1.1 Introducción

En el presente capítulo se detalla la determinación y justificación del problema, así como también la propuesta de la idea de negocio en el cual este proyecto va enfocado para su ejecución, mediante la innovación que se realizará a través de los productos a ofertar y de las estrategias de ventas.

Por otra parte, se analizarán las variables diagnósticas que contribuyan en la propuesta de negocio que se quiere realizar para el funcionamiento de la misma, tales como: políticos, económicos, sociológicos, tecnológicos y medioambientales, las cuales se estudiarán a través de indicadores que ayuden a determinar la posibilidad de posicionar una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con desechos de materia prima textiles en la ciudad de Atuntaqui y que éstas a su vez serán comercializadas en el cantón Antonio Ante.

Además, se analizará la situación competitiva de la industria a través de las Cinco Fuerzas de Porter que permiten determinar la situación competitiva del negocio en la industria y finalmente se estudiarán los aliados, las oportunidades, los oponentes y los riesgos que tenga el presente proyecto de emprendimiento.

1.2 Objetivo

Diagnosticar la situación actual relacionada con los desechos de materias primas textiles en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio ante, Imbabura, Ecuador.

1.3 Determinación y justificación del problema

La industria textil es uno de los sectores más contaminantes a nivel mundial. Según una información brindada por el portal web futuro a fondo detalla que “cada año se

producen alrededor de 80.000 millones de prendas en el mundo, el equivalente a un poco más de 11 prendas por habitante cada año”. Cisneros (2020)

Además, Cisneros (2020) añade que “la desechabilidad es algo clave en este volumen de negocio tan grande. La poca calidad de muchos productos sumada a los bajos precios motiva la necesidad de cambiar de ropa habitualmente y gran parte de esta ropa desechada llega a los vertederos o se incinera”.

De acuerdo con el documental The True Cost publicado por Plot11 (2020) menciona que durante los últimos diez años la cantidad de ropa y desperdicios de textiles que se botan han ido aumentando constantemente, tal es el caso en los Estados Unidos que detalla que el estadounidense promedio tira 37 kilos de desechos textiles cada año sumando un total de 11 millones de toneladas de estos desperdicios solo en este país, desperdicios que en gran porcentaje pueden ser reutilizados en la elaboración de nuevos productos como por ejemplo: ropa para muñecos, organizadores de espacios y pañoletas para las mascotas, disminuyendo así, el índice de contaminación ambiental ya que la mayor parte de estos desechos no son biodegradables, lo que significa que se queda en vertederos hasta 200 años o más.

Mediante una investigación realizada por Andrade (2018) asegura que “en el Ecuador, después de la explotación de minas y canteras, la segunda de mayor impacto ambiental es la industria manufacturera y apenas el 35,95% de 2232 empresas investigadas, tiene licencia ambiental”. Es decir, que entre las industrias manufactureras el sector textil es una de las empresas que más amenaza al medio ambiente ya que tiene un porcentaje alto de contaminación.

Por otra parte, según la Cámara de Comercio del cantón Antonio Ante afirma que “existen alrededor de 500 talleres y fábricas de confección los cuales generan

aproximadamente 6000 empleos directos”, pero el problema que surge es que dentro de estos talleres y fábricas de este cantón ninguna de estas empresas se dedica a la producción y comercialización de los productos mencionados anteriormente, es decir, que no hay empresas que fabriquen diferentes accesorios con desechos textiles.

Algo semejante ocurre con la dificultad que tienen las personas para adquirir estos productos, pues como se dijo anteriormente, no hay empresas que se dediquen a esta producción y mucho menos existen tiendas que ofrezcan directamente estos accesorios en la ciudad de Atuntaqui, pues mediante una observación realizada durante el primer trimestre del año 2021 a esta ciudad, no se pudo constatar que existan locales o tiendas que comercialicen ropa para muñecos, organizadores de espacios y pañoletas para las mascotas. Sin embargo, en la sección de pañoletas existen veterinarias que sí brindan dicho producto a sus clientes, pero cabe recalcar que estas pañoletas que usualmente ofrecen son elaboradas con diseños simples y de mediana calidad y por esta razón son ofertados a un bajo precio.

Hay tiendas online como la denominada Perros y Gatos que se dedica a la comercialización de comida, medicina y varios accesorios a nivel nacional, no obstante, se pudo observar que entre esta amplia lista de productos no existe una sección de pañoletas con diseños especiales para las mascotas. Al tener contacto con uno de los encargados de esta empresa se dio a conocer que sí ofrecen dicho producto, pero por el momento solamente bajo pedido y son confeccionados con los diseños que en la mayoría de los lugares se puede conseguir fácilmente. El precio varía dependiendo de la cantidad que el cliente solicite.

Así mismo, por medio de una observación realizada a los supermercados y a las tiendas de los sitios de la ciudad se pudo verificar que sí están a la venta los organizadores de

espacio, pero como no son tiendas que se dedican especialmente a la comercialización de este producto sino también a otros, ellos no poseen diseños diferentes y de igual manera sus precios son elevados. Según información brindada por la señora Estefanía Mora propietaria de la empresa Organiza tu Espacio que se dedica a la comercialización de dichos organizadores a nivel nacional, el precio de este producto se encuentra entre un rango de \$12,00 y \$25,00 dependiendo del tamaño, dimensión que tenga cada uno y el tiempo que se invierte en fabricar este producto.

Tiendas online como Mercado libre y Amazon disponen de ropa para muñecos con un precio que oscila desde los \$3,00 en adelante, precio que varía según el tamaño y el color. Pero se debe tomar en cuenta que las ropas para muñecos que ofrecen estas tiendas online son fabricados con materiales que no son reciclados, y eso hace la diferencia con el proyecto de emprendimiento que se quiere realizar, ya que la ropa para muñecos que se pretende comercializar deben ser confeccionados con los desechos textiles que las empresas ya no utilizan.

1.4 Propuesta de la idea de negocios

La propuesta de esta idea de negocio es la elaboración de productos con los desechos de materia prima textiles tales como ropa para muñecos, organizadores de espacios para el hogar y pañoletas para mascotas, estos productos tendrán diseños únicos e innovadores para el gusto de cada cliente porque además se implementará la co-creación en cada accesorio para que así las personas queden satisfechas con el resultado del producto final. Cada producto va dirigido a un segmento de mercado diferente que se encuentran en el cantón Antonio Ante: las ropas para muñecos están dirigidas a los padres de familia que tengan hijos desde los 2 hasta los 12 años de edad, los organizadores de espacios para el hogar están dirigidos a las amas de casa independientemente de la edad que tengan y las

pañoletas van dirigidas a las personas que tengan mascotas. El modelo de negocio para este emprendimiento será el modelo fabricante, pues la materia prima que en este caso es la tela tendrá un proceso de transformación para obtener el producto final y la forma de comercialización se lo realizará de manera directa con los clientes.

1.5 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios

Los productos que se elaborarán serán únicos en el mercado, en primer lugar, para la fabricación de las prendas para muñecos serán de dos diseños, es decir, serán reversibles. Así mismo, si al cliente le gustó el diseño de la ropa de muñecos y desea la misma prenda para que su hijo o hija lo luzca se le confeccionaría de manera similar para que ambos vistieran el mismo diseño.

Con respecto a los organizadores de espacios, estos serán elaborados con telas que tengan diferentes texturas, diferentes diseños y tamaños, con estampados que vayan acorde al sitio al que va a ser colocado este producto, tales sitios como: los cajones del escritorio, cajones de un clóset, o un auto para que guarde las cosas que andan sueltas por todo el vehículo, etc.

Finalmente, para la elaboración de las pañoletas estas serán de material especial, es decir, la tela será de textura suave para que no afecte de manera física ni le incomode al animalito, esta pañoleta será fabricada con un bordado especial el cual tendrá un funcionamiento importante, pues este bordado tendrá un pequeño espacio donde se le podrá colocar alguna colonia o talco para las pulgas de las mascotas, o también, se le podrá poner alguna planta seca que sirva como un perfume para dichos animalitos.

Por otra parte, las ventas de estos productos serán mediante plataformas digitales y tienda física, los cuales serán expuestos en todos los diseños, colores, tamaños y precios

para que los clientes puedan elegir a su gusto, y puedan asegurarse de que el producto sea de la calidad que ellos buscan.

Por la emergencia sanitaria que está aún atravesando tanto el país como el mundo entero, varias empresas han optado en realizar las ventas de sus productos mediante plataformas digitales, pues el COVID – 19 ha sido un gran impedimento para que las personas se acerquen de manera presencial a adquirir productos que desean comprar, eso sí, el local físico también tendrá sus respectivas medidas de bioseguridad para los clientes que deseen visitar el local. La rapidez que se tendrá en el servicio atraerá a más clientes para que conozcan y compren los productos.

1.6 Identificación de las variables diagnósticas

Tabla 1: Variables e Indicadores Diagnósticos

Variables	Indicadores
Factores Políticos	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución de la República del Ecuador • Ley Orgánica de Defensa del Consumidor • Ley de Gestión Ambiental, Codificación • Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación • Ordenanza Sustitutiva de Control y Calidad Ambiental Del Cantón Antonio Ante
Factores Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • PIB del Ecuador de los últimos cinco años • PIB de la industria de los últimos cinco años • Inflación • Tasa de Interés • Ingreso Familiar vs Canasta Básica • Empleo, subempleo y desempleo
Factores Sociológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Calidad de vida (Infraestructura) • Tradiciones • Nuevos estilos de vida
Factores Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología utilizada en el mundo • Tecnología utilizada en el país • ¿Cuál es la empresa pionera o más destacada en uso tecnológico? • Tecnologías utilizadas en el cantón/región
Factores Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> • Normativa Ambiental • Afectaciones ambientales • Tratamiento de Residuos • Manejo de Recursos Naturales
Posición de la Industria	<ul style="list-style-type: none"> • Intensidad de la rivalidad entre los competidores del sector • El poder de negociación de los proveedores • El poder de negociación de los clientes • La amenaza de nuevos entrantes • La amenaza de productos o servicios sustitutos

Elaborado por: La autora

1.7 Matriz Diagnóstica

Tabla 2: Matriz Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
Estudiar los aspectos legales que van acorde al tema.	Factores Políticos	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución de la República del Ecuador • Ley Orgánica de Defensa del Consumidor • Ley de Gestión Ambiental, Codificación • Ordenanza Sustitutiva de Control y Calidad Ambiental Del Cantón Antonio Ante 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental • Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de Rentas Internas • Ministerio de Trabajo
Estudiar la economía que está atravesando el sector en la actualidad.	Factores Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • PIB del Ecuador de los últimos cinco años • PIB de la industria de los últimos cinco años • Inflación • Tasa de Interés • Ingreso Familiar vs Canasta Básica • Empleo, subempleo y desempleo 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental • Bibliográfica • Análisis 	<ul style="list-style-type: none"> • Banco Central del Ecuador • INEC • Índice de Precios al Consumidor • Cámara de Comercio de Guayaquil – 2017 • Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura 2015 – 2035 (2018)
Conocer los aspectos sociales del sector.	Factores Sociológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Calidad de vida (economía, salud, educación, Infraestructura) • Tradiciones • Nuevos estilos de vida 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Bibliográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura 2015 – 2035 (2018) • INEC

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
Investigar la tecnología que implementan las empresas textiles	Factores Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Innovaciones Tecnológicas • Tecnología utilizada en el mundo • Tecnología utilizada en el país • ¿Cuál es la empresa pionera o más destacada en uso tecnológico? • Tecnologías utilizadas en el cantón / región 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliográfica • Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Páginas web • Empresas textiles
Emplear las normativas ambientales dispuestas por el Ministerio del Ambiente para la protección de los recursos naturales.	Factores Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> • Normativa Ambiental • Afectaciones ambientales • Tratamiento de Residuos • Manejo de Recursos Naturales 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliográfica • Análisis 	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio del Ambiente • Páginas web
Establecer estrategias para asegurar la posición de la industria.	5 fuerzas de Porter	<ul style="list-style-type: none"> • Intensidad de la rivalidad entre los competidores del sector • El poder de negociación de los proveedores • El poder de negociación de los clientes • La amenaza de nuevos entrantes • La amenaza de productos o servicios sustitutos 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación al mercado • Páginas web

Elaborado por: La autora

1.8 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio

1.8.1 Situación del macro ambiente

1.8.1.1 Político legal

Tabla 3: Político Legal

Normativa Legal	Artículos	Análisis
Constitución de la República del Ecuador	Art. N.º 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, <i>sumak kawsay</i> . Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. (Constitución de la República del Ecuador, 2018, pág. 14)	Es importante el cuidado del medio ambiente para vivir en un país con bajos índices de contaminación, por esta razón, tanto sectores manufactureros especialmente las empresas textiles como las personas en general, deben contribuir y tener la iniciativa de conservar el entorno que les rodea mediante la reutilización de desechos que surgen de actividades de producción.
	Art. N.º 395.- Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional. (Constitución de la República del Ecuador, 2018, pág. 192)	Todas las personas y empresas deben cumplir con las normas ambientales que se les aplique para garantizar el cuidado del medio ambiente, es así como, las empresas textiles deben contar con permisos legales y ambientales para seguir en marcha con sus actividades.

Normativa Legal	Artículos	Análisis
	<p>Art. N.º 288.- Las compras públicas cumplirán con criterios de eficiencia, transparencia, calidad, responsabilidad ambiental y social. Se priorizarán los productos y servicios nacionales, en particular los provenientes de la economía popular y solidaria, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas. (Constitución de la República del Ecuador, 2018, pág. 140)</p>	<p>Es necesario contar con productos que sean elaborados con materiales de calidad para que las microempresas tengan más mercado y el producto sea adquirido por más personas, y estas a la misma vez, aporten de una manera sana al ecosistema.</p>
<p>Ley de Gestión Ambiental, Codificación</p>	<p>Art. N.º 2.- La Gestión Ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientales, sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales. (Ley de Gestión Ambiental, Codificación, 2004, pág. 2)</p>	<p>Mediante un buen manejo de reciclaje y reutilización de los desechos se logrará alcanzar el objetivo que propone este artículo, un claro ejemplo sería que las empresas textiles reutilicen la materia prima para fabricar subproductos y así causar menos daño a la naturaleza.</p>
<p>Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación</p>	<p>Art. N.º 13.- Con la finalidad de acompañar el desarrollo de emprendimientos, el ente rector de la gestión inmobiliaria del sector público brindará apoyo y facilitará instalaciones, infraestructuras o establecimientos disponibles a su cargo, mediante la suscripción de convenios, a los Gobiernos Autónomos Descentralizados e instituciones del gobierno central, para ser utilizados como centros de incubación gratuita para emprendedores. (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020, pág. 8)</p>	<p>Contar con una infraestructura adecuada para la implementación de un emprendimiento es muy importante y necesario para el buen desarrollo de este.</p>

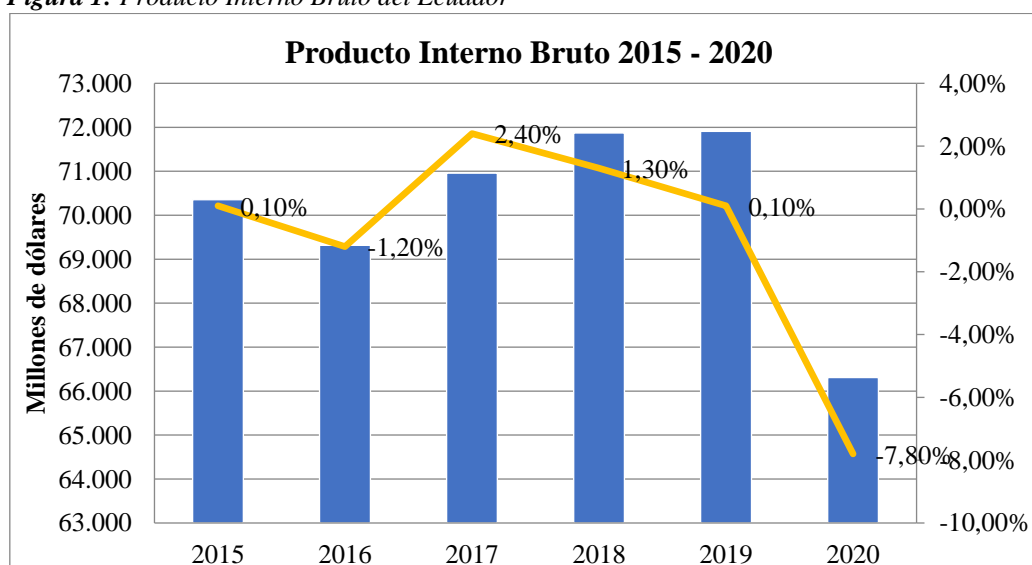
Normativa Legal	Artículos	Análisis
Ordenanza Sustitutiva de Control y Calidad Ambiental Del Cantón Antonio Ante	Art. 76.- Prohibición de arrojar basura y vertido de residuos. – Está prohibido a los ciudadanos arrojar basura, escombros, neumáticos fuera de uso (llantas), residuos textiles o industriales o desperdicios en espacios públicos, así como en ríos, quebradas, acequias, laderas, terrenos, etc. Igual prohibición se extiende a los usuarios de transporte público y privado y a sus propietarios. Además, del abandono, vertido o eliminación incontrolada de residuos y toda mezcla o dilución de estos que dificulten su gestión. (Ordenanza Sustitutiva de Control y Calidad Ambiental Del Cantón Antonio Ante, 2017, pág. 37)	Los ciudadanos deben tener el conocimiento de que al momento de arrojar basura tales como los residuos textiles, están poniendo en riesgo su salud y el de la naturaleza, pues las telas son elaboradas con materiales que por lo menos duran en desaparecer unos 200 años o más. Lo correcto sería reutilizar los desechos textiles para un buen control de seguridad ambiental.

Elaborado por: La autora

1.8.1.2 Económico

1.8.1.2.1 Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador

Figura 1: Producto Interno Bruto del Ecuador



Elaborado por: La autora

Fuente: Banco Central del Ecuador 2020

Según la gráfica se puede observar que el Producto Interno Bruto del Ecuador desde el año 2015 hasta el año 2019 ha sido desacelerada, aunque en el año 2016 según la (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2017) fue la primera vez que el PIB tuvo una tendencia negativa desde el comienzo de la dolarización.

Pero el cambio más relevante que tuvo el PIB en el país fue en el año 2020 por causa de la pandemia del coronavirus que hasta en la actualidad sigue afectando a la economía ecuatoriana, en las cuales salieron afectadas las inversiones, exportaciones de bienes y servicios y el sector petrolero provocando así pérdidas millonarias al Ecuador.

La emergencia sanitaria mundial por causa de la Covid-19 ha impactado directamente en el desempeño económico de los países de la región y el mundo, afectando la movilidad de las personas y el normal funcionamiento de establecimientos productivos y comerciales, además, agrega que esto fue determinante para que en 2020 el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador, en términos constantes, haya totalizado USD 66.308 millones, lo que representa una caída de 7,8%, según los datos de las cuentas nacionales trimestrales. (Banco Central del Ecuador, 2021)

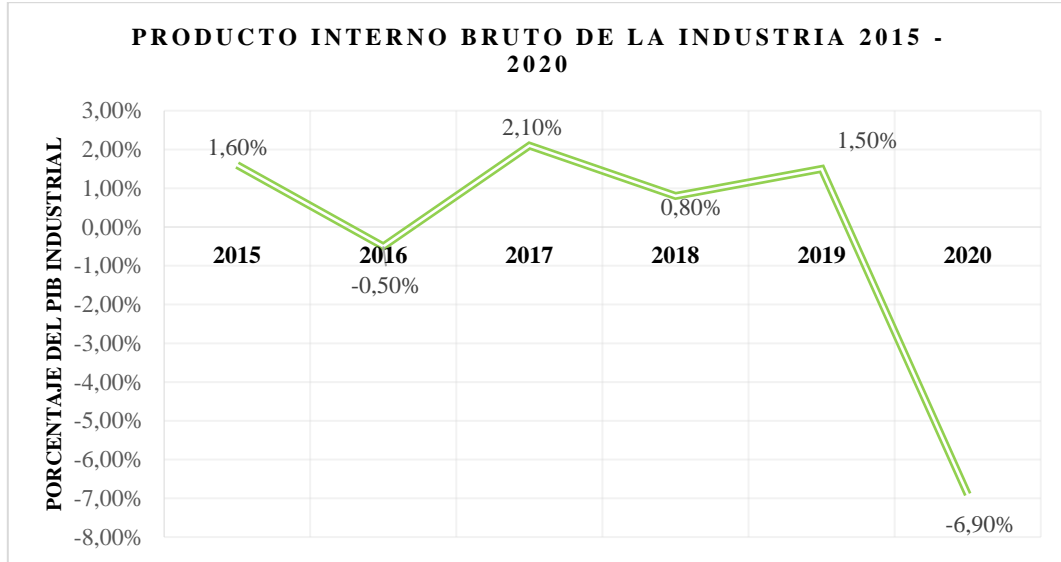
Este comportamiento se explica por el decrecimiento de 11,9% de la formación bruta de capital fijo; disminución de 7,0% del gasto de consumo final de los hogares; reducción del gasto de consumo final del gobierno general de 6,1% y, contracción de las exportaciones de bienes y servicios en 2,1%. De su parte, las importaciones de bienes y servicios fueron menores en 7,9% a las registradas en el año 2019. (Banco Central del Ecuador, 2021)

Para llevar a cabo el proyecto de emprendimiento según lo analizado el país no se encuentra bien económicamente por la pandemia que sigue atravesando hasta este momento lo cual da a entender que sería complicado garantizar que los productos que se

ofrecerán al mercado sean aceptados de manera fácil o a precios que a los clientes les gustaría adquirir.

1.8.1.2.2 Producto Interno Bruto por Industria

Figura 2: Producto Interno Bruto de la Industria



Elaborado por: La autora

Fuente: Banco Central del Ecuador

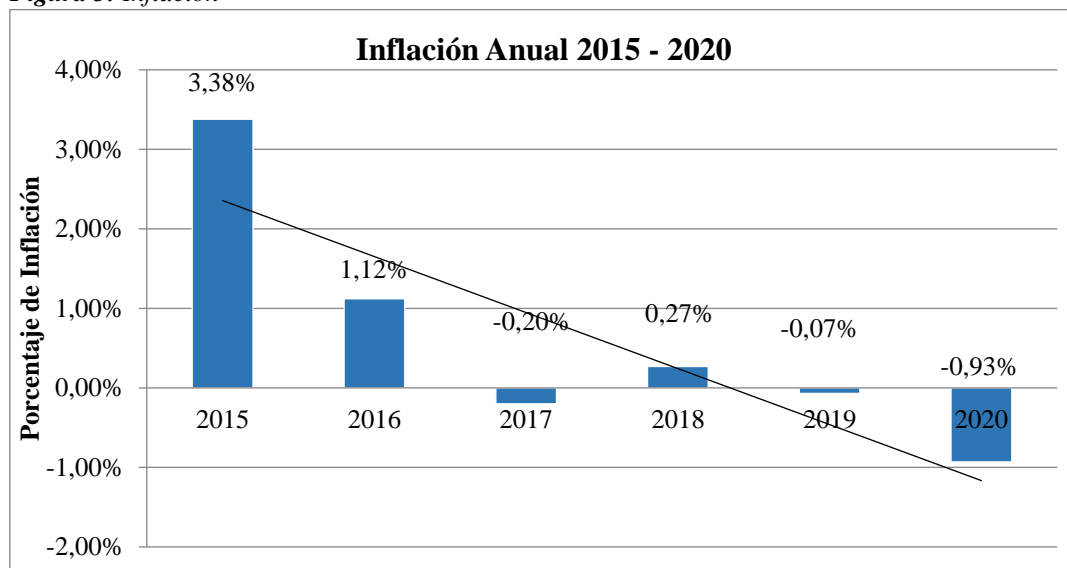
Mediante los datos brindados por el Banco Central del Ecuador, la aportación que realizó la industria manufacturera al PIB nacional en los años anteriores fue alta, pues dentro de este sector las empresas textiles son las que generan más fuentes de empleo y esto hace que la economía del país siga creciendo a través de más personas que trabajan dentro de este sector.

Pero, por efectos de la pandemia dicho sector ha tenido bastantes pérdidas económicas en el año 2020, pues varias de las empresas textiles tuvieron que retrasar sus actividades por la disposición que puso el gobierno acerca de la cuarentena, esto demuestra el porcentaje negativo del -6.90% de ese año, que provocó varios desempleos en el país.

Ahora bien, en el último trimestre de ese año algunas empresas ya comenzaron a resurgir para recuperarse económicamente mediante la fabricación de diferentes productos de bioseguridad como lo son las mascarillas, trajes antipluvidos, etc.

1.8.1.2.3 Inflación

Figura 3: Inflación



Elaborado por: La autora

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

La inflación que ha tenido el Ecuador desde el año 2015 hasta el año 2020 ha sido muy variable, como se puede observar en la ilustración N.º 3 el año 2020 tuvo una inflación negativa del -0.93% siendo la más baja a comparación de los cinco años anteriores, es decir, indica que la economía de ese año fue afectada de manera alarmante pues la pandemia ha provocado que los precios de varios productos disminuyan, por ejemplo: en las tiendas de ropa ofrecían descuentos, ofertas, etc. con el fin de vender y recuperar algo de dinero.

1.8.1.2.4 Tasa de Interés

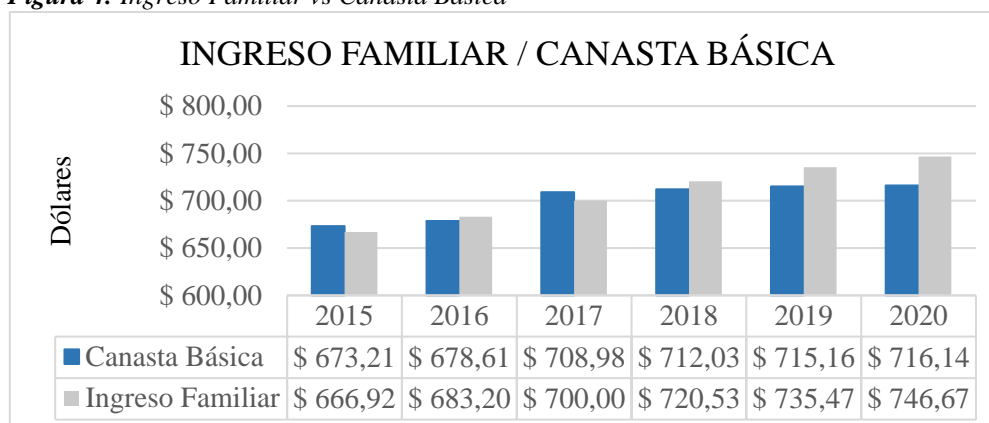
En los últimos años la tasa de interés activa ha estado entre el 7% y 9%, es decir no ha variado mucho y se mantiene, por ende, al analizar los porcentajes de interés sería factible realizar un crédito para poner en marcha el negocio.

1.8.1.2.5 Ingreso Familiar vs Canasta Básica

El ingreso familiar mensual es “el ingreso mínimo de un hogar tipo de 4 miembros con 1,6 perceptores de una remuneración básica unificada”. (Indice de Precios al Consumidor, 2020, pág. 10)

La Canasta Familiar Básica se compone de 75 productos con probabilidad de ser consumidos al menos una vez al mes por parte de un hogar que cumple con tres condiciones: sus ingresos son iguales a sus gastos, se compone de 4 integrantes, con 1,6 perceptores de ingresos. (Indice de Precios al Consumidor, 2020)

Figura 4: Ingreso Familiar vs Canasta Básica



Elaborado por: La autora

Fuente: Banco Central del Ecuador

Según cifras proporcionadas por El Banco Central del Ecuador tanto la canasta básica como el ingreso familiar desde el año 2015 hasta el año 2020 ha ido incrementando su valor. Sin embargo, en los años 2015 y 2017 la canasta básica ha sido superior que el ingreso familiar provocando que las personas se prohíban de adquirir productos indispensables que necesitan para vivir bien. Aunque en el año 2020 el ingreso familiar haya sido más alto que la canasta básica hay que destacar que por la pandemia varias personas optaron por reducir sus gastos en cosas que no eran tan necesarias.

1.8.1.2.6 Empleo, subempleo y desempleo

El 42,37% de la población total de la “Provincia de los Lagos” corresponde a la PEA (168.734 habitantes), porcentaje que supera a la provincia de Esmeraldas (38,09%) y Carchi (41,64%) y al indicador nacional (42,07%). La población económicamente inactiva en la provincia de Imbabura represente el 36,88% de la población total. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura 2015 - 2035, 2018, pág. 47)

1.8.1.2.7 Población económicamente activa (PEA)

Tabla 4: Población económicamente activa (PEA)

Cantones	PEA por sexo			Población total 2010	%PEA
	Hombre	Mujer	Total		
Ibarra	46.695	33.787	80.482	181.175	45.49%
Otavalo	24.437	18.116	42.553	104.874	26.33%
Antonio Ante	10.980	7.994	18.974	43.518	10.93%
Cotacachi	10.134	4.833	14.967	40.036	10.05%
San Miguel de Urucuquí	4.390	1.754	6.144	15.671	3.94%
Pimampiro	3.614	2.000	5.614	12.970	3.26%
TOTAL	100.250	68.484	168.734	398.244	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura 2015 - 2035

Analizando la tabla, se da a conocer que los cantones Ibarra, Otavalo y Antonio Ante son las que más posibilidades de empleo tienen para brindar a los ciudadanos, mientras que Pimampiro está en el último lugar, pues según el PDOT afirma que la mayoría de los habitantes de ese cantón optan por migrar por no encontrar un empleo estable. La población económicamente activa ocupada (PEA) de la provincia, según datos brindados por el INEC son:

1.8.1.2.8 Población económicamente activa ocupada

Tabla 5: Población económicamente activa ocupada

CANTONES	OCUPADO		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	
Ibarra	44.918	32.047	76.965
Otavalo	23.144	17.316	40.460

Antonio Ante	10.609	7.771	18.380
Cotacachi	9.828	4.679	14.507
San Miguel de Urququí	4.288	1.674	5.962
Pimampiro	3.536	1.942	5.478
TOTAL	96.323	65.429	161.752

Elaborado por: La autora

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010)

Mientras que la población económicamente activa desocupada es la siguiente:

1.8.1.2.9 Población económicamente activa desocupada

Tabla 6: Población económicamente activa desocupada

CANTONES	SEXO		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	
Ibarra	1.777	1.740	3.517
Antonio Ante	371	223	594
Cotacachi	306	154	460
Otavalo	1.293	800	2.093
Pimampiro	78	58	136
San Miguel de Urququí	102	80	182
TOTAL	3.927	3.055	6.982

Elaborado por: La autora

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

La tasa de ocupación que existe en la provincia según los cálculos realizados mediante la fórmula detallada en el PDOT de Imbabura es:

$$(\text{PEA desocupados/PEA}) * 100 = (6.982/168.734) * 100 = 4.14\%$$

$$(\text{PEA ocupados/PEA}) * 100 = (161.752/168.734) * 100 = 95.86 \%$$

Según los resultados que arrojan los cálculos, del total de la población de Imbabura el 4,14% no tiene empleo.

1.8.1.3 Socio cultural

1.8.1.3.1 Población

Según las proyecciones realizadas por el INEC el Ecuador tiene una población de 17 510.643 en el año 2020. Y en la provincia de Imbabura el número de habitantes es de 476.257.

1.8.1.3.2 Número de Familias

Según los datos proporcionados por el PDOT del cantón Ibarra, Antonio Ante y Otavalo, se pudo realizar los cálculos para obtener un promedio estimado de cuántas familias existe en cada cantón. Los resultados fueron los siguientes:

Tabla 7: Proyección número de familias

Proyección Número de Familias			
CANTONES	HABITANTES	# DE MIEMBROS	TOTAL
Ibarra	221.149	3.72	59.449
Antonio Ante	54.311	4.16	13.056
Otavalo	125.785	4	31.446
TOTAL			103.951

Elaborado por: La autora

Fuente: (Scacco, 2020) (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Antonio Ante, 2020) (Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas 2015 - 2019, 2015)

Entre los cantones de Ibarra, Antonio Ante y Otavalo el promedio de familias que existe en total en estos tres cantones es de 103.951

1.8.1.3.3 Pobreza en la provincia de Imbabura

En la provincia de Imbabura el número de pobres es de 214.241 habitantes que representa el 54,2% del total de la población, que a su vez corresponde al 3% del total del país. A nivel cantonal, Cotacachi registra la mayor población pobre con 28.994 habitantes que representan el 72,80% respecto al total del cantón; seguido del cantón Urcuquí con el 72,50%; y con menor porcentaje el cantón Ibarra con el 39,80% del total de su población. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura 2015 - 2035, 2018, pág. 40)

Análisis

Mediante la investigación que se realizó se puede identificar que del total de la población de Imbabura el 54,2% viven en la pobreza y dentro de esta, se encuentra la ciudad de Cotacachi con más habitantes que no cuentan con los recursos económicos

suficientes, lo cual da entender que, los productos elaborados con desechos textiles que se estarían ofreciendo al mercado no serían aceptados fácilmente por los pobladores de esta ciudad.

1.8.1.3.4 Calidad de Vida

Infraestructura

En la provincia de Imbabura la accesibilidad a servicios básicos es alta en la zona urbana, pero en la zona rural es baja, el tipo de vivienda es casa o villa, seguido de departamentos y mediagua y por último las chozas, las covachas, los ranchos, etc. La mayoría de los cantones tiene acceso a internet, energía eléctrica, fácil acceso de viabilidad para viajar de ciudad en ciudad o a otros lugares como el campo, pues estos territorios últimamente han tenido un mejoramiento en las calles que ya cuentan con asfaltado o adoquinado. Con esta información se da a conocer que esta provincia sí cuenta en su mayor parte con buena infraestructura.

Tradiciones

En el cantón Atuntaqui, por el feriado de carnaval cada año se realiza la Moda Expo Atuntaqui donde las personas pueden salir a ofrecer sus prendas de vestir y ser reconocidos por millones de personas. Mientras que en el cantón Otavalo, los miércoles y sábados los comerciantes salen a vender en la plaza de los ponchos sus diversos productos como ropa diseñada por los habitantes de esa misma ciudad, adornos para el hogar, accesorios para mujeres y hombres, etc. Tanto turistas nacionales e internacionales visitan este sitio pues les llama la atención conocer nuevos productos que no se encuentran fácilmente. Finalmente, cada año en Semana Santa los habitantes del cantón Pimampiro realizan el trueque mediante intercambios de ropa y otros productos más para elaborar la fanesca.

Nuevos estilos de vida

No solamente se pueden elaborar productos como son ropa para muñecos, pañoletas para las mascotas y organizadores de espacios con desechos textiles, también se lo puede realizar por medio de ropa que las personas ya no utilicen y que en vez de arrojarlos a la basura o quemarlos se los puede reutilizar y con esto fabricar disfraces de muñecos para armar una gran colección, ya que la mayoría de las prendas de vestir ya vienen con diseños exclusivos y esto ayudaría que el producto final tenga un resultado eficiente. Fundas para almohadas, manteles de cocina, son otros accesorios que se pueden fabricar mediante el reciclaje.

1.8.1.4 Tecnológico

1.8.1.4.1 Tecnología utilizada en el mundo

La tecnología utilizada por las industrias textiles a nivel internacional principalmente son las grandes máquinas alemanas que utilizan para elaborar las prendas de vestir, pues cuentan con accesorios duraderos y brindan ahorro de energía ayudando así a no generar mayor contaminación al medio ambiente. De igual manera, estas empresas textiles han optado en estar conectados con las personas en todo momento mediante el internet por diferentes redes sociales para así estar pendientes de las sugerencias que los clientes les hagan. (Solís, 2018)

1.8.1.4.2 Tecnología utilizada en el país

En el Ecuador la tecnología que utilizan principalmente las fábricas textiles es la modernización en las maquinarias, un claro ejemplo son las grandes empresas textiles del Ecuador, que para producir más prendas de vestir en menos tiempo cuentan con diferentes máquinas de coser y la materia prima que utilizan es de avanzada calidad.

Según información brindada por El Comercio detalla que las limitaciones para salir de las casas han influido también en esta industria. Al tener restricciones para realizar reuniones y priorizar el teletrabajo y la educación virtual, las personas han optado por vestir prendas cómodas en lugar de las que se consideran que están a la moda. (Pacheco, 2021)

El internet ha sido otra de las herramientas tecnológicas que las empresas han optado para llegar a sus clientes y por medio de ello conocer las necesidades del mercado.

1.8.1.4.3 ¿Cuál es la empresa pionera o más destacada en uso tecnológico?

En la provincia de Imbabura la empresa más destacada que ha optado en implementar la tecnología para la elaboración de sus productos es la fábrica Pinto situada en la ciudad de Otavalo.

Cada 20 años Pinto ha renovado la maquinaria de sus fábricas. La más reciente modernización inició en septiembre del 2012. Para ello, invirtió USD 4 millones en 94 equipos nuevos entre máquinas de corte, tejeduría, de tinte y de confección. El cambio ha permitido reducir el desperdicio de insumos y tecnificar procesos. Con ello espera este año aumentar un 15% su producción, que en el 2012 alcanzó más de dos millones de prendas. Además, hay seis máquinas industriales de tintorería, que se asemejan a una olla de presión, con gran capacidad de carga (desde los 100, hasta los 350 kilos). Son de última tecnología, poseen controles touch, comandos inteligentes y auto programables. Contribuyen al cuidado del medio ambiente, puesto que optimizan el uso del agua. Están codificadas para programar hasta 900 distintos tipos de colores. (Ekos, 2013)

1.8.1.4.4 Tecnologías utilizadas en el cantón / región

Como se mencionó anteriormente en la provincia de Imbabura son las máquinas de avanzada tecnología las que se utilizan en el sector textil como el de corte, de confección,

entre otros; pues son máquinas modernas las cuales producen más prendas en menor tiempo y a la vez ayudan a mantener y mejorar el nivel productivo, dando como resultado que el nombre de dichas fábricas sean reconocidos a nivel provincial como nacional por la tecnología que ellos implementan.

1.8.1.5 Medioambiental

1.8.1.5.1 Normativa Ambiental

La Ley de Gestión Ambiental establece políticas que deben ser cumplidas por los ciudadanos del país y por las empresas que contaminan al medio ambiente, para garantizar el cuidado que se debe dar al entorno natural y el cuidado de las personas que habitan en los sitios del Ecuador.

1.8.1.5.2 Afectaciones Ambientales

El sector textil es la segunda industria que más contamina el medioambiente, pues el proceso que realizan para transformar la materia prima y tener un producto terminado es bastante complejo, ya que primero necesitan grandes cantidades de litros de agua para lavar las telas y en ese proceso se desprenden contaminantes que llegan hasta los océanos, utilizan químicos para tinturar, y la mayoría de empresas arrojan bultos de telas que ya no utilizan a la basura y otras las incineran llegando a contaminar la atmósfera del país.

1.8.1.5.3 Tratamiento de Residuos

Existen empresas textiles que han querido contribuir con el medio ambiente mediante varias técnicas que ayuden a la disminución está, por ejemplo, la empresa Pinto ha implementado el tratamiento del agua que permite que el líquido usado para tinturar salga limpio y sea reutilizado y así gastar menos cantidad de agua en cada proceso de lavado.

Asimismo, esta empresa reutiliza las fundas plásticas en las que se empaca cada prenda para su transporte.

1.8.1.5.4 Manejo de Recursos Naturales

En sí, los productos que estarán siendo ofertados serán elaborados con material reciclado que salen de las empresas textiles, por ejemplo, lo que es la materia prima que en este caso son las telas las cuales presentan diferentes colores, texturas y también tamaños, son telas que la mayoría de ellas son desechadas y que por lo general, las fábricas textiles ya no las vuelven a utilizar, por esta razón, el índice de contaminación ambiental en la ciudad de Atuntaqui será menor, pues todos los productos serán elaborados con materiales que antes eran arrojados a la basura y que estas se esparcían en las calles de la ciudad, o talvez que eran incinerados provocando altas emisiones de dióxido de carbono, y peor aún cada bulto de tela que salía y sigue saliendo de las empresas textiles llegan a los ríos y mares provocando así un gran daño a los seres vivos que habitan en estas aguas.

1.8.2 Situación competitiva de la Industria

1.8.2.1 Análisis de PORTER

1.8.2.1.1 La intensidad de la rivalidad entre competidores del sector

Las industrias textiles de la provincia de Imbabura especialmente del cantón Antonio Ante, son empresas que producen y comercializan por lo general en la mayoría de los casos prendas de vestir de varios diseños, modelos y gustos para personas de todas las edades. Mediante una observación que se realizó a las empresas textiles de la ciudad de Atuntaqui la primera semana del mes de mayo se pudo verificar que empresas como: Jungla Industria Textil y Anitex que se dedican a la comercialización de prendas de vestir de buena calidad y Nortextil que es una empresa distribuidora de telas son empresas que no compran ni venden productos elaborados con desechos textiles, lo cual da entender que en la mayoría de los casos de las empresas de esta ciudad no comercializan los productos que se han estado mencionando anteriormente, por ende, la competencia que

puede existir es baja pues la mayoría de las fábricas textiles no comercializan los productos que se quieren ofrecer en este proyecto de emprendimiento.

1.8.2.1.2 El poder de negociación de los proveedores

Existen varios proveedores a los cuales se podría acudir para adquirir la materia prima e insumos textiles, tales como: Nortextil e Indutexma los cuales ayudarían a que el proyecto de emprendimiento crezca pues disponen de variedad de telas con múltiples diseños y texturas, y además, los precios serían negociables pues como se mencionó anteriormente existen variedad de proveedores a las cuales se puede acudir sin necesidad de invertir más dinero.

1.8.2.1.3 El poder de negociación de los clientes

Como en la ciudad de Atuntaqui no existen establecimientos que vendan dichos artículos, sería favorable la creación de la empresa de productos elaborados con desechos textiles, pues las personas tendrían más de cerca estos productos donde puedan observar, y elegir dichos accesorios sin necesidad de viajar a otros lugares del país.

1.8.2.1.4 La amenaza de nuevos entrantes (barreras de entrada)

Para entrar a la industria textil o crear una empresa textilera es difícil, pues entrar a un negocio de confección se necesita de grandes inversiones para adquirir las distintas máquinas de coser que se necesitan para la elaboración de productos, y la materia prima que, aunque sea reciclada también tiene su complejidad al conseguir dichos desechos que bien pueden ser de tela virgen o de productos ya terminados como la ropa.

1.8.2.1.5 La amenaza de productos o servicios sustitutos

Mediante un análisis se pudo concluir que, aunque no existan establecimientos que comercialicen dichos productos en la ciudad de Atuntaqui, sí existen en este caso tiendas como plastihogar que venden accesorios para el hogar como son los organizadores de

espacios y las pañoletas para las mascotas a precios accesibles, pero elaborados con diseños que son muy comunes y que se pueden encontrar en algunas tiendas pequeñas de dicha ciudad. A pesar de que existen locales que comercialicen estos productos, es importante destacar que ninguno se dedica específicamente a la producción y comercialización de estos productos, por ende, es un riesgo bajo acerca de la amenaza de productos sustitos en este emprendimiento.

1.9 Matriz AOOR

Una matriz AOOR ayuda a que un proyecto pueda identificar sus aliados, oportunidades, oponentes y riesgos que pueden presentarse en el medio en el que la empresa desarrollará sus funciones. A continuación, se presenta una matriz AOOR que presenta este negocio:

Tabla 8: Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Normativa Legal – Ley de Gestión Ambiental. • Ley de emprendimiento e innovación. • Industrias textiles que sean conocidas a nivel nacional. • La población que adquiera el producto. • Numerosas empresas textiles. • Tecnología utilizada para la fabricación de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiendas online que ofrezcan productos similares. • Falta de concientización hacia el medio ambiente por parte de los ciudadanos. • Empresas textiles que no cuenten con una ley ambiental. • Especulaciones de precios de cada uno de los productos. • Inexistencia de capacitaciones que ayuden a la comprensión de la importancia del reciclaje.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Lugar en el cual estará ubicada la empresa. • Empleo de los habitantes de la provincia. • Calidad de vida de los ciudadanos. • Amplia variedad de materia prima. • Manejo de recursos naturales. • Carreteras en buen estado para la cómoda movilidad del viajero. • Crédito para realizar la inversión y poner en marcha el negocio. • Apoyo de creaciones de nuevas empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • PIB • Inflación que varía todo el tiempo. • Pobreza de la población. • Afectaciones ambientales. • La amenaza de productos sustitutos. • Porcentaje alto de interés para solicitar un crédito. • Alta contaminación por parte de las industrias textiles del cantón.

Elaborado por: La autora

1.10 Conclusión Diagnóstica

Mediante un profundo análisis que se realizó al capítulo 1 de este proyecto de emprendimiento se pudo verificar la oportunidad diagnóstica para la creación de la empresa, pues, con respecto a las carreteras que posee el cantón Antonio Ante estas presentan una buena infraestructura la cual proporciona seguridad y facilidad tanto a las personas que viajan en distintos vehículos como a las personas que caminan por dichas vías. Por ende, la empresa estará ubicada en la ciudad de Atuntaqui por la fácil accesibilidad que tendrán los clientes potenciales. Además, existen bancos que ofrecen

créditos a microempresas para que comiencen con su negocio y mediante ello tener ingresos que generen ganancias para poder cubrir sus obligaciones.

Por otra parte, aunque sí existe la oportunidad de crear una empresa de productos elaborados con desechos textiles ya que en el lugar no hay algún establecimiento que brinde estos productos, el factor económico señala algo contradictorio pues el PIB del Ecuador desde que comenzó la emergencia sanitaria por efectos de la pandemia en el año 2020 ha sido crítica ya que tuvo un porcentaje negativo del 7.8% y que por esta razón sería difícil garantizar que sea factible el negocio.

Finalmente, hay que destacar que el factor medioambiental es un gran aliado para poner en marcha este negocio, ya que las leyes ambientales del país consideran prioritario el cuidado del ecosistema. Además, existen sanciones para aquellas personas naturales y jurídicas que incumplan con estas políticas, pero el punto más importante a destacar es que esta empresa se dedicará a recolectar materia prima desechada para la elaboración de varios productos que se van a ofrecer; por esta razón, se adapta a la idea de crear una empresa que ayude a disminuir la contaminación ambiental que sufre el cantón.

CAPÍTULO II

2 Fundamentación Teórica

2.1 Introducción

En el presente proyecto se establecerán tanto la fundamentación metodológica y la fundamentación de la propuesta las cuales consisten en detallar los procedimientos que se realizarán para llevar a cabo dicho emprendimiento, mediante un tipo de investigación cuantitativa que se elaborará a través de técnicas de investigación, pues de acuerdo con el diagnóstico realizado a los tres cantones de la provincia de Imbabura seleccionados anteriormente se escogió al cantón Antonio Ante ya que es el tercer cantón que se encuentra estable económicamente después de los cantones Ibarra y Otavalo, y también porque la empresa estará situada en dicho cantón.

2.2 Objetivo

Fundamentar teórica y metodológicamente la propuesta para la creación de una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con los desechos de materias primas textiles, en Atuntaqui, cantón Antonio Ante, Imbabura, Ecuador.

2.3 Fundamentación metodológica

2.3.1 Tipo de investigación

Según afirman Escudero & Cortez (2018) que la investigación cualitativa es aquel procedimiento sistemático de indagación que brinda técnicas especializadas para recabar datos sobre lo que piensa y sienten las personas. Este tipo de investigación se caracteriza por ser interpretativa y se la lleva a cabo en determinados grupos sociales, cuya participación es activa durante todo el desarrollo del proceso investigativo, a fin de conocer y generalizar la realidad natural de la comunidad. (pág. 43)

Mientras que la investigación cuantitativa según (Babativa, 2017) asegura que:

surge en las ciencias naturales y posteriormente es transferida a los estudios sociales; se caracteriza por ser objetiva y deductiva, producto de los diferentes procesos experimentales que pueden ser medibles, su objeto de estudio permite realizar proyecciones, generalizaciones o relaciones en una población o entre poblaciones a través de inferencias estadísticas establecidas en una muestra.

Esta investigación será utilizada y aplicada al momento de realizar las encuestas a la población del cantón, ya que se necesita tener información con datos numéricos o que se puedan cuantificar para saber las opiniones que tendrá la empresa y los productos a ofertar.

2.3.2 Método

2.3.2.1 *Deductivo*

En el diagnóstico que se realizó anteriormente para poder obtener información verídica se efectuó varias investigaciones ya sean bibliográficas, por observación al lugar al que se va a localizar a la empresa y por páginas web, dadas estas indagaciones fue que se aplicó el método deductivo porque contando con la información necesaria se llegó a una conclusión particular, como lo señala Casas (2017, pág. 19) “el método deductivo parte de principios universales o teorías generales (ampliamente aceptadas), para con la ayuda de una serie de reglas de inferencia procedentes de la lógica, demostrar casos particulares”.

2.3.2.2 *Inductivo*

Por otra parte, otro de los métodos que se aplicará en este proyecto de emprendimiento será el inductivo, ya que desde el punto de vista de Ponce (2017, pág. 73) “el método inductivo, considera una serie de fenómenos o conocimientos particulares para llegar a conclusiones generales. Del análisis de varios casos y objetos particulares, puede llegarse

a una conclusión general”. Por esta razón este método será utilizado en la parte diagnóstica del trabajo, ya que, mediante investigaciones, observaciones al mercado, análisis PEST, las fuerzas de Porter se tuvo información de cada uno de ellos y se pudo llegar a una conclusión general acerca del emprendimiento.

2.3.2.3 Analítico – Sintético

Tanto en la parte diagnóstica como en la fundamentación teórica del proyecto se realizaron los análisis pertinentes para conocer los aspectos particulares de cada estudio realizado, por esta razón, se aplicó el método analítico - sintético pues como aseguran Meza & Moya (2020) este método es “caracterizado por descomponer la información en partes, para examinar las causas - efectos que posteriormente serán relacionadas mediante la creación de una síntesis general” (pág. 87); por ende, es necesario analizar la información investigada en el diagnóstico en donde se encuentran los factores políticos, económicos, sociológicos, tecnológicos y ambientales para conocer ante todo las oportunidades y los riesgos que puede llegar a tener el negocio tomando decisiones acertadas que no perjudiquen al emprendimiento y así llegar a una conclusión.

2.3.3 Tipo de muestreo

2.3.3.1 Muestreo probabilístico

El muestreo probabilístico tiene una característica esencial al momento de establecer la muestra en una determina población, ésta es que el escogimiento de las mismas tiene igual oportunidad siempre y cuando sean obtenidas partiendo de características representativas, además de obtenerse a través por una selección de tipo aleatoria dentro de las unidades de análisis. Muñoz (2018)

2.3.3.2 Población

Es el colectivo que abarca a todos los elementos cuya característica o características se desean estudiar; dicho de otra manera, es el conjunto entero al que se desea describir o del que se necesita establecer conclusiones. (Salazar & Del Castillo, 2018, pág. 13)

Es importante conocer la población que será objeto de estudio para este proyecto, en el siguiente cuadro se detalla el número de familias pertenecientes al cantón Antonio Ante y las cuales serían los posibles clientes potenciales de este negocio:

Tabla 9: Segmento de mercado

Segmento de mercado Antonio Ante	Cantidad
Número de familias	13.578
TOTAL	13.056

Elaborado por: La autora

Fuente: (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Antonio Ante, 2020)

2.3.3.3 Selección de una muestra

Desde el punto de vista de Hernández y Carpio (2019) la muestra es “el subconjunto del universo o una parte representativa de la población, conformada a su vez por unidades muestrales que son los elementos objeto de estudio”. (pág. 76)

En este método se divide a la población en estratos o subgrupos menores, parecidos internamente respecto a una característica, pero heterogéneos entre ellos, diferenciándolos por una variable que resulte de interés para la investigación, por ejemplo, según la profesión, municipio, estado civil, sexo. Hernández & Carpio (2019)

Se escogió el muestreo probabilístico estratificado debido a que se realizará la averiguación a personas en donde el investigador divide a la población en estratos y mediante ello se aplicará la encuesta para obtener los resultados que necesita conocer, pues aquí la parte económica y el gusto del cliente tiene mucho que ver ya que los productos que se ofrecerán estarán dirigidos especialmente a las personas que les guste

comprar y sobre todo consentir a sus seres queridos, ya sean los padres de familia que tengan hijos menores de 12 años, personas que tengan mascotas o para las personas que les guste decorar su casa.

2.3.4 Técnicas e instrumentos

2.3.4.1 Observación

López & Sandoval (2016) afirman que la observación es “el procesamiento que el hombre utiliza para obtener información objetiva acerca del comportamiento de los procesos existentes”. (pág. 7)

Esta técnica de observación será utilizada en el estudio de mercado ya que se recolectarán datos necesarios para llegar a una conclusión, pues se necesitará observar a los individuos para garantizar si la persona adquiere de manera consecutiva y si son aceptados de forma efectiva los productos como son las ropas para muñecos, pañoletas para las mascotas y los organizadores de espacios.

De igual manera se aplicó la técnica de observación en el factor ambiental a la ciudad de Atuntaqui para constatar que varias de las empresas textiles arrojan bultos de telas a la basura, o los tienen guardados en bodegas para luego desecharlos. Aunque no se contó con mucha información por razones de confidencialidad, se pudo observar que varias tiendas y empresas no reutilizan la materia prima sobrante, indicando así que la contaminación de la ciudad es preocupante.

2.3.4.2 Encuestas

Como afirman Torres, Paz & Salazar (2019) la encuesta es “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de obtener

mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población”. (pág. 6)

Mediante las encuestas se pueden recopilar datos a través de cuestionarios que contengan preguntas acerca de las características, la aceptación, precios, gustos y preferencias acerca de los productos que se van a ofrecer, es por esta razón, que en el estudio de mercado se utilizaría esta herramienta de apoyo.

2.3.4.3 Entrevistas

“La entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto”. (López & Sandoval, 2016)

La entrevista se realizará al personal de algunas empresas que se dediquen a la comercialización de estos productos o similares a las mismas para recolectar una amplia información.

2.4 Fundamentación de la propuesta

2.4.1 Términos Generales

2.4.1.1 Emprendimiento

Como es un proyecto que inicia desde cero, el emprendimiento es esencial para que el negocio tenga buenos resultados, como afirma (Schnarch, 2016, pág. 8) la palabra proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para designar a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente. Por esta razón, es importante aplicar el emprendimiento a este proyecto ya que ayudaría a que la empresa tenga posibilidades de crecer en el mercado

mediante la innovación de los productos que se desea ofertar y el servicio que se les brinde a los futuros clientes.

2.4.1.2 *Modelo de Negocio*

Se refiere a cómo la empresa desarrolla su negocio y explota la oportunidad encontrada. Representa no solo las elecciones que lleva a cabo, además de sus consecuencias, sino un conjunto interrelacionado de variables de decisión sobre las que el emprendedor ha de actuar voluntariamente. (Batista, Bolívar, & Medina, 2016, pág. 86)

Para el proyecto se implementará el modelo de negocio denominado fabricante que según (Rincón, Romero, & Palomino, 2016) es más conocido en comercio electrónico como el modelo B2C es decir: Business to Costumer o lo que es lo mismo “del Negocio al Comprador” este modelo es utilizado por empresas que venden sus productos, bienes o servicios al cliente directamente. Por ende, será implementado en este emprendimiento ya que los productos a ofrecer serán de manera directa a los consumidores finales.

2.4.1.3 *Planes de negocio*

Cuando se desea poner en marcha el negocio que se anhela, es fundamental contar con una idea clara para comenzar a emprender, describir las funciones que va a tener y sobre todo conocer las oportunidades y dificultades que pueden presentarse en el desarrollo de dicho emprendimiento. Desde el punto de vista de Luna (2016):

el plan de negocios es un documento que demuestra de manera convincente que su negocio puede vender lo suficiente de un producto o servicio, como para ser lo bastante rentable y atractivo para posibles inversionistas, ubicándose en el plan de negocios estratégicos. (pág. 41)

2.4.1.4 Estudio de Mercado

Para saber si el negocio será viable, es importante aplicar este estudio con el fin de conocer el comportamiento de los clientes, la posible competencia, etc. Pues, como afirma (Luna, 2016) “el estudio de mercado es la base del plan de negocio, dado que ubica de manera integral la demanda o necesidad de un producto o servicio en la sociedad, población, mercado, cliente o consumidor”. De modo que, aplicando dicho estudio se obtendrán bases fundamentales para analizarlas y tomar las decisiones pertinentes.

2.4.1.5 Estudio Técnico

Romero, Hidalgo & Correa (2018) señalan que el estudio técnico:

es un insumo que aporta la información cuantitativa y cualitativa concerniente a los factores de los productos o servicios que deberá contener el nuevo plan de negocios, esto es: tecnología; infraestructura, equipamiento, cálculo de materiales y mano de obra, aspectos legales, licencias, permisos, obligaciones tributarias. (pág. 61)

Para sacar el producto al mercado se debe contar con un proceso de producción en el cual detalle de manera clara cada paso que se realizará para obtener el producto terminado, y por medio de ello, calcular estimaciones de los costos que se necesitarán para la fabricación de cada producto.

2.4.1.6 Estudio Organizacional - Administrativo

Cuando se planea la creación de una empresa se debe tener en claro los objetivos que esta tiene y los cuales deben ser cumplidos con responsabilidad y así tomar decisiones acertadas, pues como aseguran Arteaga, Intriago & Mendoza (2016) “la administración es una actividad de máxima importancia dentro del que hacer de cualquier empresa, ya que se refiere al establecimiento, búsqueda y logro de objetivos”. (pág. 426)

Entonces, es necesario administrar o agrupar de manera coordinada las actividades que se van a realizar y se van a asignar al personal de cada área para obtener un buen rendimiento dentro de la entidad, y cada personal debe conocer las responsabilidades que tiene que acatar para una mejor organización.

2.4.1.7 Estudio Ambiental

Como el principal problema que se encontró para poner en marcha este proyecto de emprendimiento fue la contaminación que causan las empresas textiles a la ciudad de Atuntaqui, es esencial realizar un estudio acerca de la contaminación ambiental por medio de indicadores que permitan observar las condiciones en las que se encuentran el agua, la atmósfera, el suelo que también pueden llegar a perjudicar a la salud de los seres humanos si no se concientiza de manera oportuna a la población. Como opina (Casas, 2017):

Un estudio ambiental puede ser considerado como un trabajo temporal (con un principio y un final determinados) cuyo objetivo es lograr un resultado concreto sobre una pregunta planteada o dar una solución a un problema detectado. Una de las peculiaridades de estos estudios es integrar datos de muy diversas disciplinas (ciencias naturales, sociales, jurídicas y económicas) para alcanzar así un conocimiento global, holístico, del sistema ambiental objeto de estudio.

2.4.2 Términos Específicos

Industria Textil

Ibujés & Benavides (2017) señalan que la diversificación del sector textil del Ecuador con la elaboración de múltiples productos textiles tiene una gran clasificación de productos. El hilado y los tejidos son las actividades principales, con el mayor volumen de producción. Sin embargo, la fabricación de prendas textiles, como prendas de vestir y de manufacturas para el hogar, cada vez aumenta su nivel de producción. (pág. 2)

Según la AITE, en su informe del año 2016, las empresas textiles ecuatorianas generan empleo directo e indirecto y son la segunda industria manufacturera en ofrecer más empleo a los ecuatorianos (Ibujés & Benavides, 2017).

Dado que las empresas textiles son una de las industrias manufactureras que generan más empleo y ayudan económicamente a las familias y al país, se llevará a cabo la producción de los productos elaborados con desechos textiles, pues con esto, también se pretende ofrecer trabajo a varias personas que lo necesiten y así seguir creciendo como una empresa innovadora.

Proceso de producción de accesorios con desechos textiles

Para fabricar la ropa para muñecos, los organizadores de espacios y las pañoletas para mascotas se deben seguir los siguientes pasos:

a. Selección de la materia prima en buen estado

Se debe clasificar la tela que se logra encontrar en las industrias textiles tomando en cuenta que esté en buen estado para luego utilizarlos en la fabricación de cada producto.

b. Diseño de cada producto

Como son tres productos diferentes que se pretenden ofrecer al mercado, es importante contar con diseños exclusivos para cada uno de ellos, y esto se puede obtener mediante una amplia averiguación sobre qué diseños van de acuerdo a cada producto, ya teniendo listos los diseños se los llevaría a los moldes correspondientes para el siguiente proceso.

c. Corte de piezas

Se debe cortar las piezas ya elaboradas para continuar con el proceso de unión de estas y seguir dándole forma al producto que se desea obtener, teniendo y cortando de manera correcta la tela para que no existan desperdicios.

d. Ensamblaje de piezas

Luego de tener listas las piezas se utilizan las máquinas de coser para unir, respuntar, asentar, dando forma a los accesorios con los respectivos acabados. (Santacruz, 2017)

e. Acabados

Después de unir las piezas se comienza a colocar los adornos dependiendo del producto que se esté fabricando como pueden ser botones, cierres, estampados, entre otros; para luego quitar los sobrantes de hilos que quedan tanto interna como externamente dentro de los accesorios.

f. Control de calidad

Por último, se hace una revisión a los productos ya terminados que son la ropa para muñecos, organizadores de espacio y las pañoletas para las mascotas, se comprueba que estén en buen estado, sin ningún desperfecto, y si por alguna razón existe una rotura se lo arreglaría de inmediatamente.

Máquinas

Para el presente proyecto de emprendimiento se necesitarán las siguientes herramientas para lograr los productos deseados:

“Las máquinas de coser se utilizan para la confección de una prenda de vestir: son máquinas para coser domésticas e industriales, cortadoras verticales o manuales, planchas normales o a vapor, etiquetadoras, troqueladora de broches, etc.” (Santacruz, 2017)

a. Máquina Overlock

Según (Santacruz, 2017) “las máquinas overlock trabajan a grandes velocidades hasta 9000 puntadas por minuto, su costura es muy versátil y se la utiliza para decoración, refuerzo o construcción”. Se necesitará de esta herramienta para que los productos estén fabricados con una costura resistente.

b. Máquina recubridora

La máquina recubridora es esencial para fabricar cualquier producto textil, como lo menciona (Santacruz, 2017) “realiza pespuntos decorativos en forma de cadena para dar acabados finos de las prendas de vestir” por esta razón, es necesario contar con dicha máquina para que los productos tengan un acabado de calidad.

c. Máquina recta

(Santacruz, 2017) afirma que “las máquinas rectas son de una aguja y arrastre normal y sirven para realizar dobladillos en cualquier tipo de tejido, además de realizar pespuntos para recoger la puntada de la overlock”.

Herramientas

“Las herramientas comunes que se utilizan son moldes de cartón, reglas, tijeras, agujas, cintas métricas, pesas, tizas de colores, abre ojal, etc.” (Santacruz, 2017)

Estas herramientas son comúnmente utilizadas en las industrias textiles al momento de fabricar los productos requeridos, por eso, es necesario contar con cada uno de ellos y verificar si todas las herramientas e insumos están en buen estado y que se encuentren completos para que al momento de llegar al proceso de producción no exista ningún inconveniente.

CAPÍTULO III

3 Propuesta

3.1 Introducción

Para el presente proyecto se llevará a cabo el análisis de cada punto a tratar en este capítulo, tales como son: el modelo de negocio que se va implementar en esta sección; el estudio de mercado donde se conocerá la demanda y la oferta que tendrá el negocio; el estudio técnico que se lo realizará a través de la utilización de recursos disponibles para la elaboración de los productos; el estudio administrativo se lo realizará para conocer cómo va a estar administrada y organizada la empresa, es decir, con qué personal y con qué recursos va a contar el proyecto para alcanzar los objetivos esperados; también es necesario contar con un estudio financiero para conocer la cantidad de dinero que se va a invertir para poner en marcha el negocio y finalmente se analizará el estudio ambiental para conocer la situación en la que se encuentra el cantón y así tomar medidas preventivas para aportar con estrategias que ayuden a disminuir la contaminación.

3.2 Objetivo general

Diseñar un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con los desechos de materias primas textiles, ubicada en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, Imbabura, Ecuador.

3.2.1 Objetivos específicos

- Aplicar un modelo de negocio fabricante mediante el desarrollo del lienzo Canvas para la creación de una empresa de producción y comercialización de productos fabricados con desechos textiles.

- Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta, la demanda y la competencia del cantón Antonio Ante por medio del análisis de un muestreo probabilístico.
- Desarrollar un estudio técnico para establecer los recursos necesarios que la empresa necesita para iniciar con el proyecto de emprendimiento.
- Evaluar el estudio financiero por medio de un análisis económico para conocer si el proyecto de emprendimiento es rentable.
- Estudiar los impactos ambientales mediante indicadores que evalúen la contaminación provocada por parte de las empresas textiles.

3.3 Modelo de negocio

El modelo de negocio que está relacionado con la industria del emprendimiento que se trata acerca de la fabricación de productos elaborados con desechos de materias primas textiles se denomina fabricante, el cual se detalla a continuación:

El modelo de negocio denominado fabricante es utilizado por empresas que utilizan la materia prima para fabricar productos terminados que posteriormente serán comercializados. Es conocido como el modelo B2C que quiere decir Business to Customer pues se encarga de que las empresas que utilizan este tipo de modelo de negocio realicen las ventas de sus productos directamente al consumidor final. Por esta razón, el modelo de negocio fabricante se relaciona con el emprendimiento que se va a realizar pues tiene una gran similitud, ya que la materia prima que se necesitará para la producción de los artículos que en este caso es la tela se convertirá en un producto o varios productos terminados. Y, finalmente, cuando ya se obtengan los productos acabados, el siguiente paso es realizar el proceso de venta de estos artículos, los cuales serán de manera directa con los clientes que lleguen a visitar el negocio.

3.3.1 Lienzo CANVAS

Tabla 10: Lienzo CANVAS

<p>Socios clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresas que entregan los desechos textiles • Proveedores de telas e insumos • Diseñador textil • Maquilas 	<p>Actividades clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Requerir desechos textiles • Clasificar los desechos • Diseñar los productos • Elaborar los productos • Comercializar los productos. 	<p>Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercialización de ropa para muñecos, organizadores de espacios y pañoletas para mascotas. • Productos de calidad con acabados de primera y diseños únicos. • Elaboración de los productos con diseños bajo pedido. • Ofrecer la co - creación a los clientes para que ellos también tengan la oportunidad de aportar con ideas para la elaboración de los productos. 	<p>Relación con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • La relación será de forma personal y a largo plazo. • Aceptación de sugerencias por parte de los clientes. 	<p>Segmento de mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Padres de familia que tengan niños desde los 2 hasta los 12 años del cantón Antonio Ante. • Cabezas de hogar del cantón Antonio Ante. • Personas que tengan mascotas en el cantón.
	<p>Recursos clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos. • Diseñador textil • Costureras • Recursos económicos. • Recursos físicos. • Máquinas de coser tales como recta, recubridora, Overlock. • Local de venta con la infraestructura necesaria y equipamiento. • Bodegas 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • El producto se dará a conocer mediante redes sociales. • La venta del producto se lo realizará desde la tienda física. • La distribución del producto se lo realizará de manera directa. 	
<p>Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura de la empresa. • Mano de obra. • Maquinaria y equipos de oficina. • Costos fijos (sueldos, maquinaria, local físico) • Costos variables (materia prima, insumos, maquila) 		<p>Fuente de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas de ropa para muñecas, organizadores de espacio y pañoletas para las mascotas. • Alquiler de las máquinas de coser. 		

Elaborado por: La Autora

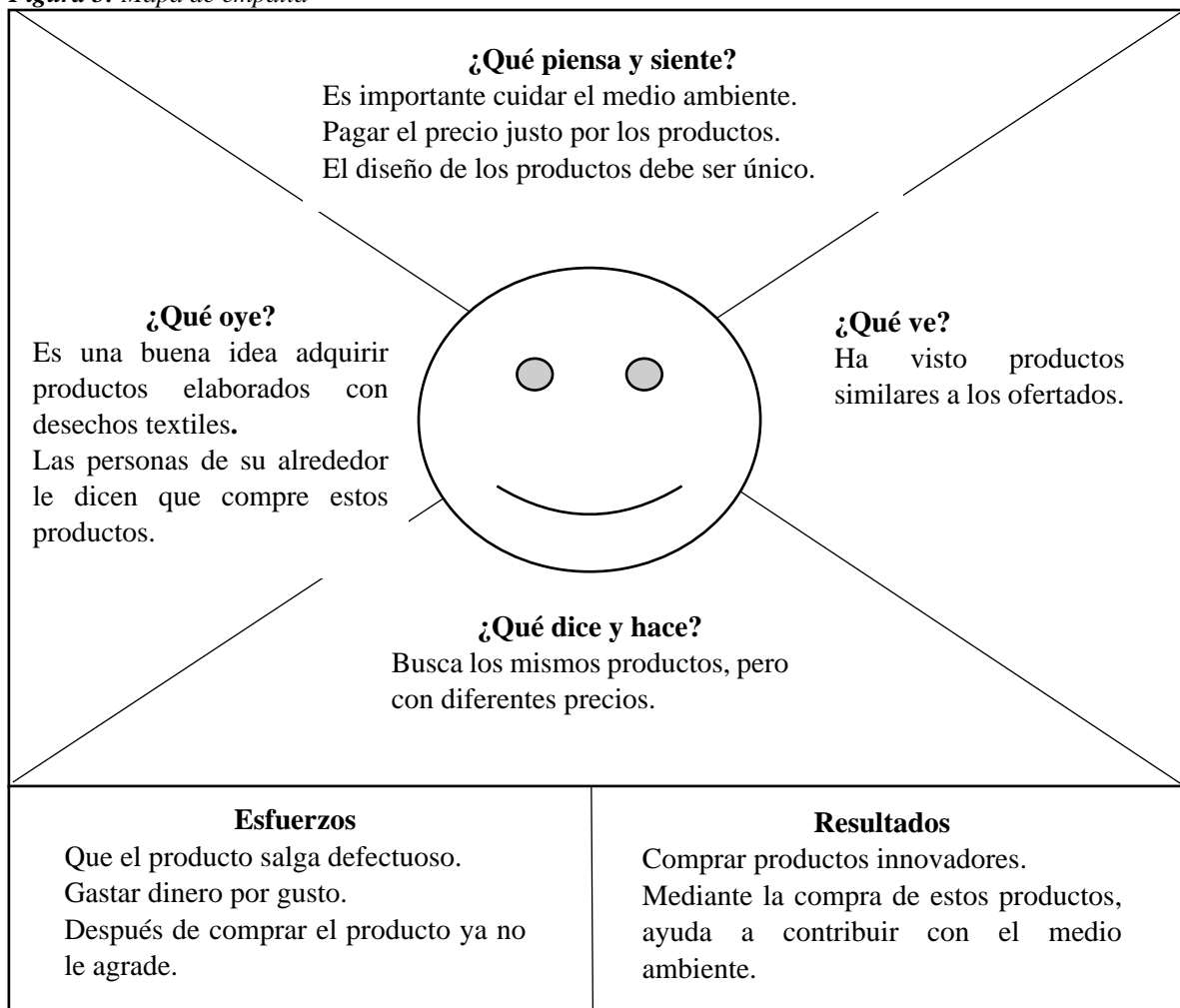
Fuente: Propia

3.3.2 Descripción de los elementos CANVAS

3.3.2.1 Segmento de clientes

Mediante la segmentación de mercado se puede identificar a los posibles clientes que estén interesados en adquirir el producto que se está ofreciendo, para este proyecto un claro ejemplo sería: los padres de familia que tengan hijos desde los 2 hasta los 12 años de edad, cabezas de hogar y aquellas personas que tengan mascotas, ya que este proyecto se trata de la elaboración de prendas para muñecos, fabricación de organizadores de espacios y producción de pañoletas para mascotas y cada uno de estos artículos estarán dirigidos para cada uno de los segmentos mencionados anteriormente.

Figura 5: Mapa de empatía



Elaborado por: La Autora

Fuente: Propia

3.3.2.2 Propuesta de valor

Como la propuesta de valor trata del porqué las personas comprarían los productos que se les ofrecerá y que estarían dispuestas a pagar por ello, es decir, qué es lo que tiene dicho producto que los demás no tengan; pues bien, lo primero que se va a realizar es que se brindará a los clientes productos de calidad con acabados de primera y con diseños únicos que estarán expuestos en el mercado, esto aplica para la elaboración de ropa de muñecos que estarán dirigidos para los padres de familia que tengan hijos desde los 2 hasta los 12 años, los organizadores de espacio dirigidos a las cabezas de familia y las pañoletas para las personas que tengan mascotas; y si por alguna razón los clientes no encuentran el modelo que buscan, ellos tendrán la libertad de solicitar su producto bajo pedido con el diseño y textura que elijan. Además, se implementará la co – creación para que los clientes tengan la oportunidad de aportar con ideas para la elaboración de estos productos. Por otra parte, el problema que se le ayudará a solucionar a los clientes es que contarán con una empresa cerca de ellos que se dedique a la comercialización de estos productos, es decir, que se encuentre ubicada en el cantón Antonio Ante para que a los clientes puedan encontrar variedad de modelos en cada producto sin que tengan la necesidad de viajar a otro cantón.

3.3.2.3 Relación con los clientes

La relación que se tendrá con los clientes será de forma personal y a largo plazo, pues es importante conocer de cerca los gustos que los clientes tengan para así trabajar más en ello y así tener asegurado el mercado por mucho más tiempo. Además, se aceptarán sugerencias por parte de dichas personas para mejorar aún más los productos.

3.3.2.4 Canales

Se entiende como canales que son la vía por el cual los productos ofertados llegarán de manera segura y eficaz al destino final, esto es, a las manos de los clientes.

- **Comunicación**

Este medio es utilizado para dar a conocer de manera rápida y fácil los productos que se ofrecerán a los clientes ya sea por medio de periódicos o revistas, radio, televisión, redes sociales, hojas volantes, etc.

Para este emprendimiento se utilizarán las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp para que los productos que se desean ofrecer lleguen a los usuarios que frecuentan dichas redes sociales, pues en estos últimos años todas las personas independientemente de la edad que tengan están conectados y revisando estos sitios web, es más, estas redes sociales son utilizadas con más frecuencia por cuestiones de la pandemia del covid – 19.

- **Venta**

Los canales de ventas son aquellos medios que permiten presentar los productos o servicios a los clientes, ya sea mediante un local físico o una plataforma el cual ayude a que las personas conozcan más del producto o servicio ofrecido.

Como es una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con desechos de materias primas textiles, el producto final se ofrecerá a los clientes en la tienda física, donde puedan apreciar de manera tranquila todos los diseños que estarán expuestos en dicho establecimiento. De igual manera, esta empresa contará con redes sociales donde las personas podrán conocer detalles de los productos que deseen por medio del internet.

- **Distribución**

Los canales de distribución son aquellas vías que permiten hacer llegar los productos a los consumidores, en la cantidad, el tiempo y el lugar donde los clientes prefieran. Para esto, existen dos canales de distribución: los canales de distribución directos son aquellos que se encargan de entregar el producto directamente al consumidor final, y los canales de distribución indirectos los cuales la empresa se encarga de hacer llegar su producto por medio de terceras personas.

En el caso de este emprendimiento, los productos como las pañoletas para mascotas y los organizadores de espacios se los realizarán de manera directa, las ventas se lo harán cara a cara con el cliente, pues por medio de este canal se podrá conocer la reacción que tenga el consumidor al momento de adquirir dicho producto y además permitirá detectar posibles falencias de los productos a tiempo. Y, para el producto ropa para muñecos se lo hará mediante una página web el cual dicho artículo será entregado a través de un intermediario que realice encomiendas.

3.3.2.5 Fuentes de ingreso

Como conocemos una fuente de ingreso es el mecanismo a través del cual la empresa captura valor, es decir, representa el efectivo que la empresa genera de un determinado segmento de clientes.

Para este emprendimiento uno de ellos sería la venta de los productos que se ofrecen, en este caso la venta de ropa para muñecos, los organizadores de espacios y las pañoletas para las mascotas. El valor que paguen los clientes por los productos ofertados dependerá mucho de la calidad, pues la mayoría de las personas buscan productos que sean de larga duración y para ponerle un valor a dichos accesorios cada uno de ellos tendrán un precio apropiado de acuerdo con las características que estos presenten. Además, se pudo

constatar que las personas realizan sus pagos ya sea por efectivo o mediante tarjeta de crédito o débito, pero la mayoría de ellas se sienten cómodos al pagarlos en efectivo.

¿Cuánto reportan las diferentes fuentes de ingresos al total de ingresos?

Las diferentes fuentes de ingresos alcanzan un incremento en los ingresos de manera positiva, pues ayudan a que la empresa tenga más ganancias y cubra todos los gastos que genera la elaboración de los productos.

3.3.2.6 Actores clave

Los socios clave son las industrias que entregarán los desechos textiles a esta empresa, mientras que los proveedores serán aquellas que distribuyen las telas e insumos, el diseñador textil y las maquilas, entonces, los recursos claves que se adquieran a los socios son en especial los desechos textiles para poder elaborar los productos anhelados. Por otra parte, las actividades clave que realizan los socios es verificar que la materia entregada esté en buen estado para que los clientes queden satisfechos con el producto entregado.

3.3.2.7 Actividades clave

Las actividades claves son las acciones necesarias que debe emprender la empresa para tener éxito, mantener una buena relación con los clientes y así poder generar ingresos.

Entonces, lo primero que se debe hacer es requerir los desechos a las empresas textiles del cantón Antonio Ante para luego clasificar los desperdicios que estén en buen y mal estado. Teniendo ya los desechos en buen estado, se procede a segmentar la tela por dimensiones, texturas y colores. Después, con ayuda de un diseñador textil se procederá a diseñar los modelos que van a tener cada artículo, para posteriormente llevarlos al área de producción y así tener como resultado el producto terminado.

Finalmente, estos artículos serán ofrecidos y entregados a los clientes, verificando con anterioridad algún desperfecto que pueda existir en cualquiera de los productos y si este

fuera el caso se devolvería el producto que esté con fallas al área de producción para que en dicho departamento se tenga más cuidado y sobre todo exista supervisión del personal que labora dentro de esta área. Por último, se tendrá en cuenta el precio que se asigne a los productos pues será el precio justo que beneficiará tanto a la empresa como a los clientes.

3.3.2.8 Recursos clave

Aquí se habla y se conoce de los recursos de la empresa. Los recursos que se necesitarán serán las siguientes:

- a) **Recursos físicos:** el cual hace referencia al terreno donde se construirá la empresa, la edificación, las máquinas de coser, etc.
- b) **Recursos financieros:** pues se necesitará de un capital el cual se obtendrá mediante un crédito que se le solicitará a un banco para poner en marcha esta propuesta de emprendimiento.
- c) **Recursos humanos:** para la fabricación de la ropa de muñecas, organizadores para el hogar y las pañoletas para las mascotas se necesitará de personal que esté capacitado y tenga conocimiento acerca de diseños como lo es un diseñador textil, y costureras que armen las piezas para obtener el producto terminado, es importante destacar que es necesario que el personal tenga años de experiencia en sus respectivas áreas de trabajo.

3.3.2.9 Estructura de costos

El coste más inherente del negocio es el local físico pues debe estar amoblado y decorado de una manera única para que los clientes tengan una primera buena impresión de la empresa. Tanto las maquinarias como la máquina overlock, máquina recta y

recubridora son los recursos claves más caros y las actividades clave más caras serían las telas e insumos que se adquirirán por medio de los proveedores y el diseñador textil.

3.4 Estudio de mercado

3.4.1 Diseño de la investigación de mercados

Se aplicará para el estudio de mercado la investigación de tipo cuantitativa, pues mediante este tipo de investigación se puede conocer el comportamiento que va a tener el mercado con respecto al negocio que se creará en el cantón, por esta razón, se empleará el muestreo probabilístico estratificado mediante encuestas realizadas a la población del cantón Antonio Ante y así conocer sus opiniones acerca de los productos que se van a ofertar y finalmente poder recolectar la información necesaria para proseguir con el proyecto de emprendimiento.

Tabla 11: *Diseño de la investigación de mercados*

Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Técnicas de investigación
Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta, la demanda y la competencia del cantón Antonio Ante por medio del análisis de un muestreo probabilístico.	Conocer la demanda del cantón, mediante técnicas de investigación para establecer el mercado meta.	Demanda	Nivel de aceptación del producto Cantidad demandada Frecuencia de adquisición de los productos	Encuestas al segmento de mercado Entrevistas a dueños de los pet shops y supermercados.
	Analizar la oferta que tienen los productos elaborados con desechos textiles mediante técnicas de investigación para conocer a la competencia.	Oferta	Índices de producción Precio que ofrece la competencia Promociones de la competencia	Ficha de observación a los pet shops, y supermercados. Ficha de observación Encuestas al segmento de mercado
	Recopilar información del mercado meta para conocer si los productos ofertados serán aceptados.	Producto	Tipo de producto Empaque Características de los productos Presentación del producto	Encuestas al segmento de mercado Entrevista a un ingeniero textil

Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Técnicas de investigación
			Proceso de elaboración de los productos Certificaciones ambientales	Investigación documental Ministerio del Ambiente
	Fijar el precio de cada uno de los productos que se van a ofertar.	Precio	Precio de cada producto Formas de pago Variación de los productos	Encuestas al segmento de mercado Fichas de observación
	Establecer el lugar apropiado para comercializar los productos a los clientes.	Plaza	Afluencia de la gente Página web/redes sociales	Encuestas al segmento de mercado
	Proporcionar estrategias de comercialización de los productos.	Promoción	Canales de difusión Promociones	Encuestas al segmento de mercado

Elaborado por: La autora

Fuente: Propia

3.4.2 Segmentación de mercados

Tabla 12: Segmentación de mercados

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS			
Demográfica	Geográfica	Psicográfica	Conductual
Población del cantón Antonio Ante	Ecuador Imbabura	Clientes que tengan una personalidad única que sean alegres y que les guste contribuir con el medio ambiente.	Personas que no busquen solamente descuentos u ofertas de los productos en ocasiones especiales. Clientes que sean fieles a la marca.
Número de familias	Antonio Ante		

Elaborado por: La autora

Fuente: Propia

3.4.3 Clientes

Este proyecto está enfocado al mercado de Antonio Ante que se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, por ende, se debe tener conocimiento del número estimado de familias del cantón el cual se procede a calcular de la siguiente manera: la población total que en este caso es de 54.311 personas dividido para 4 que es el tamaño promedio que posee un hogar.

Tabla 13: Número de familias del cantón

Proyección número de familias				
Cantón	Habitantes	# de miembros	Total	# de familias que tienen sueldo fijo
Antonio Ante	54.311	3	18.104	13.519
TOTAL			18.104	13.519

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante, 2020

Elaborado por: La autora

El primer segmento al que va dirigido el producto (organizadores de espacios) son para aquellas personas que les guste realizar compras de arreglos o decoraciones para el hogar y se sobreentiende que en cada familia existe por lo menos una persona que haga las compras de la casa. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que no todas las familias se encuentran económicamente estables, por ende, realizando la investigación adecuada en

el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante se estableció que 13.519 familias cuentan con un sueldo fijo.

El segundo segmento al que va dirigido las pañoletas de mascotas son para aquellas personas que tengan perros y gatos. En este apartado se calcula la cantidad de familias que poseen dichos animales ya que no todas ellas tienen mascotas. Y, aunque no existe un censo que dé a conocer exactamente cuántas familias tienen dichas mascotas, se logró constatar mediante una recolección de datos estadísticos la siguiente información:

Tabla 14: Número de familias que tienen mascotas

Proyección de mascotas en viviendas			
Provincia	# familias que tienen mascotas	Cantón	# familias que tienen mascotas
Imbabura	48.608	Antonio Ante	8.101
TOTAL			8.101

Fuente: (Ávila, 2015)

Elaborado por: La autora

Mediante una investigación se pudo constatar que en la provincia de Imbabura existen 48.608 familias que poseen mascotas, dando a conocer que en el cantón Antonio Ante aproximadamente el número de familias que tienen perros o gatos es de 8.101.

Finalmente, el tercer segmento de mercado al que va dirigido el conjunto de ropa de muñecos corresponde a los padres de familia que tengan hijos de 2 a 12 años de edad pertenecientes al cantón. A continuación, se presenta el siguiente detalle:

Tabla 15: Familias que tienen hijos de 2 a 12 años

Padres de familia que tengan hijos menores de 12 años		
Cantón	# familias	# familias que tiene hijos de 2 a 12 años
Antonio Ante	13.578	5.418
TOTAL		5.418

Fuente: INEC. Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Antonio Ante 2020

Elaborado por: La autora

Los resultados indican que en el cantón existen 5.418 padres de familia que tienen hijos dentro de este rango de edad, se toma en cuenta este segmento demográfico ya que

los niños no pueden sustentarse por sí solos para comprarse algún juguete o accesorio que ellos deseen.

Entonces, el número de familias corresponde a 13.519 quienes serán el mercado meta que tiene el proyecto de emprendimiento para poder ofrecer estos tres productos.

Cabe recalcar que, el tipo de cliente que se necesita para este negocio es que económicamente se encuentre en un rango que por lo menos ganen un sueldo básico, que tengan un empleo fijo, que sean personas que estén conscientes acerca de la contaminación ambiental, y sobre todo que les guste adquirir productos que estén elaborados a base de desechos textiles.

3.4.4 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

Como se va a utilizar una investigación de tipo cuantitativa entonces se establecerá el muestreo probabilístico estratificado el cual será aplicado mediante encuestas a las personas que el investigador haya seleccionado al azar. Mientras que para el cálculo de la muestra se establecerá el total de cada segmento para realizar su respectiva suma dando como resultado de 13.519 familias; las cuales se emplearán en la siguiente fórmula:

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

Donde:

N = Tamaño del universo (13.519)

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza (1,96)

p = probabilidad de éxito (0,5)

q = probabilidad de fracaso (0,5)

e = margen de error (0,05)

$$n = \frac{13.519 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (13.519 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$n = 373$ encuestas

Reemplazando los datos en la fórmula correspondiente se da a conocer que se deben aplicar 373 encuestas a los ciudadanos del cantón.

Aplicando una regla de tres, los resultados arrojan que 60 encuestas van dirigidas a las personas que tienen mascotas; 40 encuestas a las personas que tienen hijos de 2 a 12 años y 373 encuestas estarían dirigidos a las cabezas de hogar de cada familia.

3.4.5 Instrumentos de recolección

Para el presente proyecto de emprendimiento se utilizaron los siguientes instrumentos de recolección:

3.4.5.1 Encuesta

“Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos” (Maldonado, 2015, pág. 177)

La encuesta fue aplicada a las personas que habitan en el cantón Antonio Ante con el objetivo de recopilar información verídica y necesaria para conocer sus hábitos de compra, sus gustos, y sobre todo si tales personas están dispuestas a adquirir los productos que se desean ofertar.

3.4.5.2 Entrevista

Según (Troncoso & Amaya, 2016) aseguran que: “la entrevista, una de las herramientas para la recolección de datos más utilizadas en la investigación cuantitativa, permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio mediante la interacción oral con el investigador”.

En este caso, se implementó la entrevista a una tienda de mascotas para obtener información por parte de los propietarios de las pet shop como en el caso de la Sra. Susana Burbano, que tiene su negocio en la calle General Enríquez de la ciudad de Atuntaqui; y en el supermercado TÍA se aplicó la entrevista a la Srta. Karen Dávila quién ocupa el puesto de atención al cliente.

Y, por último, se realizó la entrevista al Sr. Luis Muenala - Ingeniero Textil que además, es propietario de una microempresa denominada Tejidos CAMM que se dedica a la elaboración de ponchos y cobijas artesanales; ubicada en la comunidad de Peguche perteneciente al cantón Otavalo.

Por esta razón, se realizaron entrevistas a supermercados y pet shops de la ciudad de Atuntaqui para tener conocimiento acerca de la oferta y demanda que pueden llegar a tener los productos que se desean ofertar.

3.4.5.3 *Fichas de observación*

La ficha de observación es aquel instrumento que utiliza el investigador para recopilar información mediante una amplia observación a las tiendas o supermercados que ofertan el mismo servicio o producto. A través de este método se puede conocer los precios, promociones, ofertas, productos, entre otros aspectos que la competencia brinda al mercado.

Este instrumento se utilizó para realizar una visita al supermercado TÍA del cantón, para conocer qué productos tiene más demanda y qué productos no les generan ganancias; conocer los precios que la competencia coloca a los productos que son iguales o similares a las cuales este proyecto de emprendimiento pretende ofertar. También se realizó la visita para conocer si esta tienda está situada en un lugar adecuado donde asistan numerosas personas para que compren sus productos.

3.4.6 Resultados y discusión

Los resultados que se obtienen mediante la aplicación de las encuestas ayudarán a conocer los posibles clientes que tendrá la empresa. Como se mencionó anteriormente, las encuestas fueron enviadas a las personas mediante la herramienta de Google Forms que en total fueron 384. Cabe recalcar que como son tres productos que se pretenden ofertar a tres segmentos de mercados diferentes el número de respuestas de la encuesta varía, ya que no todas las personas encuestadas tienen hijos de 2 a 12 años de edad y no todos tienen mascotas en su hogar. Por ende, las preguntas relacionadas con los productos ropa de muñecos y pañoletas para mascotas tendrán diferentes resultados. A continuación, se presentan los análisis de los resultados que se obtuvieron:

ENCUESTA DIRIGIDA AL SEGMENTO DE MERCADO

1. La presente encuesta tiene relación con los siguientes productos, marque cuál de ellos usted tiene interés, en el caso de no tener interés con ninguno de por terminada la encuesta.

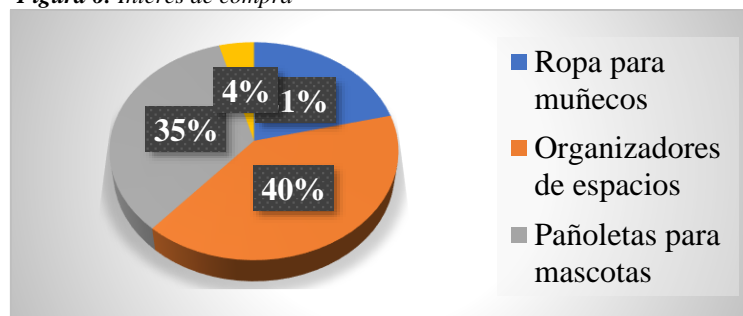
Tabla 16: Interés de compra

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ropa para muñecos	79	23%
Organizadores de espacios	150	42%
Pañoletas para mascotas	128	35%
Ninguno	16	4%
TOTAL	373	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 6: Interés de compra



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta a clientes

Análisis: Con los resultados obtenidos mediante la encuesta aplicada al mercado se puede observar que de las 373 encuestas el 96% de las personas están interesadas en adquirir los tres productos que va a ofrecer este proyecto, y se llega a una conclusión de que el producto estrella de la empresa sería el organizador de espacios, pues la aceptación que alcanzó este producto es relevante.

2. Lugar de residencia:

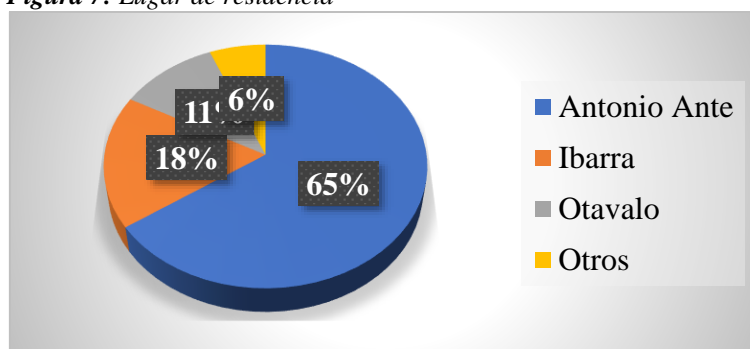
Tabla 17: Lugar de residencia

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Antonio Ante	234	65%
Ibarra	63	18%
Otavalo	39	11%
Otros lugares	22	6%
TOTAL	358	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 7: Lugar de residencia



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: El 66% de las personas encuestadas habitan en el cantón Antonio Ante, el cual la ciudad de Atuntaqui fue la que obtuvo el mayor porcentaje de personas que viven en ese lugar a diferencia de las otras parroquias de dicho cantón; seguido se encuentran los cantones de Ibarra con un 18% y Otavalo con un 11%. Esta pregunta garantiza la seguridad del sitio que fue escogido para la empresa que en este caso es la ciudad de Atuntaqui.

3. ¿Usted tiene mascotas? En el caso de ser la respuesta negativa por favor no responda las preguntas relacionadas con mascotas.

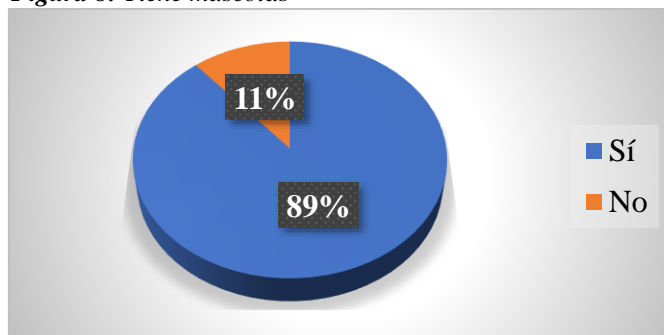
Tabla 18: Posee mascotas

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sí	318	89%
No	40	11%
TOTAL	358	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 8: Tiene mascotas



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: De las 358 encuestas aplicadas el 89% tiene mascotas y aunque el porcentaje sea alto, al compararlo con la primera pregunta se puede notar que la mayoría de ellos optaron por elegir otro producto que no corresponde a las pañoletas de mascotas. Sin embargo, existe una gran probabilidad de que este producto también genere ingresos altos ya que la mayoría de las personas que fueron encuestadas tienen animales en su hogar.

4. ¿Tiene hijos comprendidos entre las edades de 2 a 12 años? En el caso de no tener hijos por favor no considere las preguntas relacionadas con ropa para muñecos.

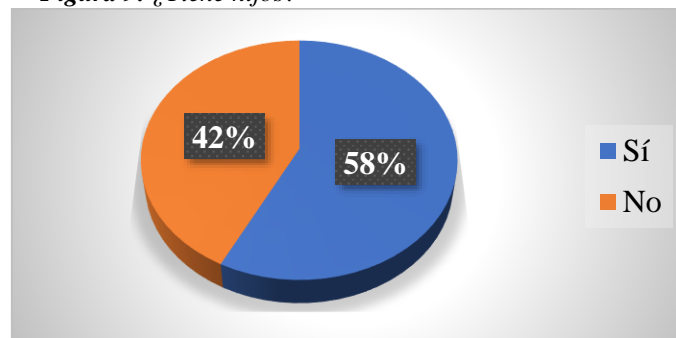
Tabla 19: ¿Tiene hijos?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	206	58%
No	152	42%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 9: ¿Tiene hijos?



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: De las 358 encuestas aplicadas, 206 personas respondieron que tienen hijos de 2 a 12 años que representa el 58% por lo que da a entender que es un porcentaje alto el cual se debe considerar ya que hay una gran probabilidad de que exista una demanda relevante para la comercialización del producto denominado ropa para muñecos.

5. Las compras del hogar relacionadas con artículos para la organización/decoración en su mayoría son adquiridas por:

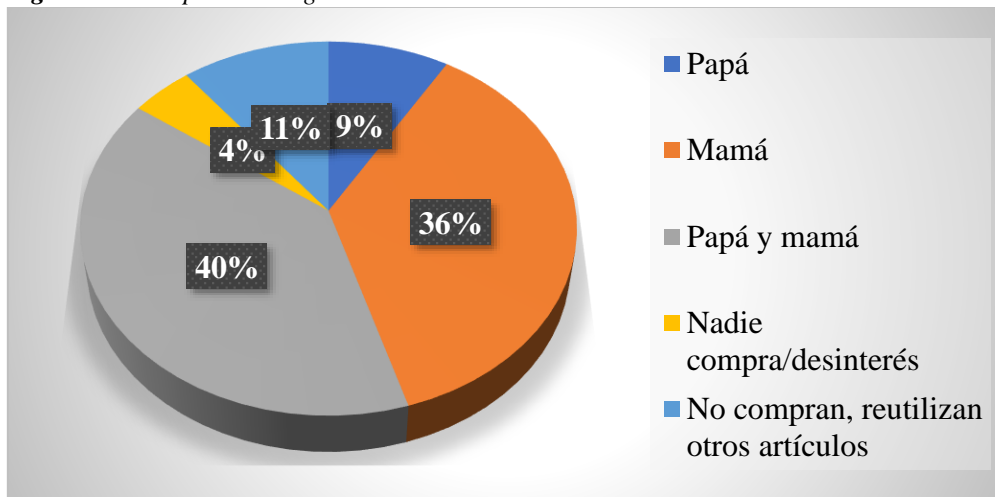
Tabla 20: Compras del hogar

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Papá	31	9%
Mamá	131	37%
Papá y mamá	142	40%
Nadie compra/desinterés	16	4%
No compran, reutilizan otros artículos	38	11%
TOTAL	358	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 10: Compras del hogar



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: Los resultados arrojan que tanto papá como mamá compran adornos para decorar su casa, los dos tienen el poder de elegir qué accesorios desean adquirir y aunque un 4% de las personas encuestadas indicaron que en su familia nadie compra dichos accesorios por desinterés o por otra razón, un 11% muestra que reutilizan otros productos con el fin de no contaminar más el medio ambiente y este punto es muy importante ya que aporta de manera positiva a la empresa que se quiere poner en función.

6. ¿Cuál es su motivación de compra para los siguientes productos? Marque con un X los factores que usted considere importantes.

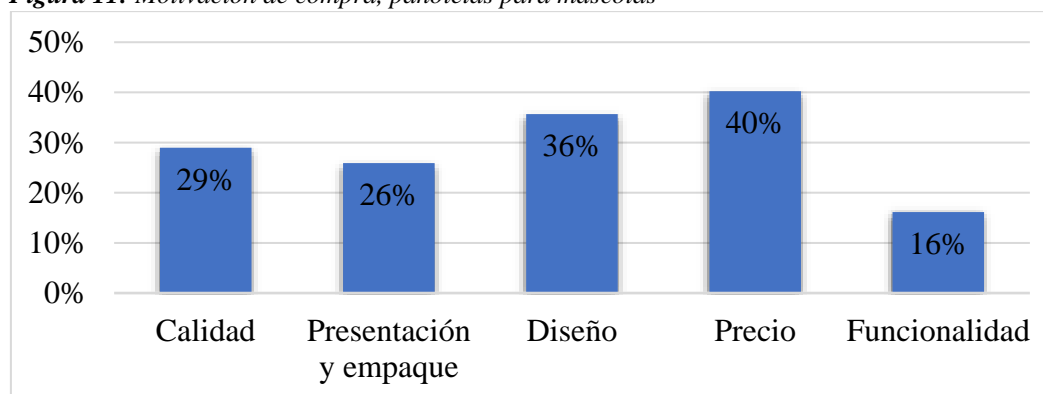
Tabla 21: Motivación de compra, pañoletas para mascotas

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	95	29%
Presentación y empaque	85	26%
Diseño	117	36%
Precio	132	40%
Funcionalidad	53	16%
TOTAL	482	

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 11: Motivación de compra, pañoletas para mascotas



Elaborado por: La autora

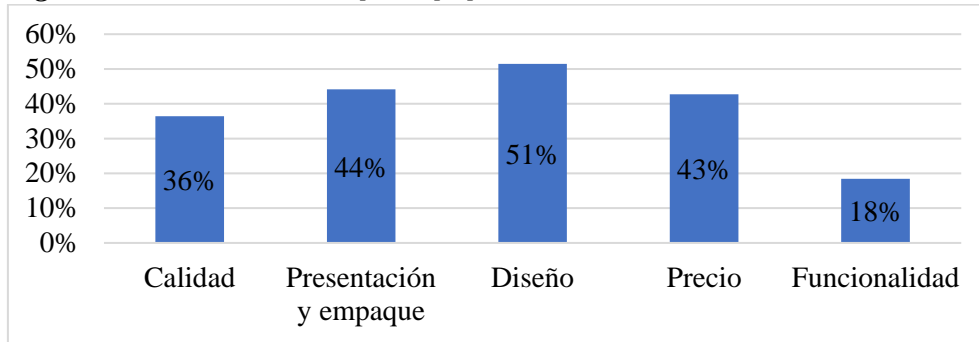
Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: Para las pañoletas de mascotas los encuestados dieron a conocer que para comprar este artículo se fijarían más en el precio con un 40% y en el diseño con un 36%, este análisis ayuda a que al momento de producir estas pañoletas se tenga muy en cuenta el diseño que debe tener para así determinar el precio y que los clientes queden satisfechos con el producto final.

Tabla 22: Motivación de compra, ropa para muñecos

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	75	36%
Presentación y empaque	91	44%
Diseño	106	51%
Precio	88	43%
Funcionalidad	38	18%
TOTAL	398	

Figura 12: Motivación de compra, ropa para muñecos



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: Las personas encuestadas desean que la ropa para muñecos tenga diferentes diseños con un 51%, seguido está la presentación y empaque y a la vez el precio; por ende, para este producto se buscará diseños innovadores y que no se encuentren fácilmente en el mercado, y en la presentación y empaque se utilizará materiales reciclados que de igual manera sea innovador ante la vista de los clientes.

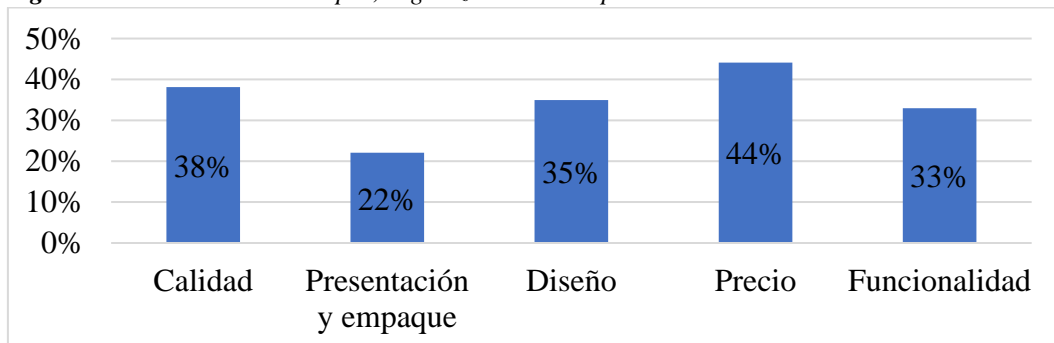
Tabla 23: Motivación de compra, organizadores de espacios

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	133	38%
Presentación y empaque	77	22%
Diseño	122	35%
Precio	154	44%
Funcionalidad	115	33%
TOTAL	601	

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 13: Motivación de compra, organizadores de espacios



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: A diferencia de los otros dos productos, los organizadores de espacios fueron aceptados por la mayor parte de los encuestados y en la gráfica muestra que a las personas les interesaría este artículo para conocer su precio con un 44% y la calidad con un 38%. Cabe recalcar que en los tres productos se implementarán las características que fueron presentados anteriormente, pero se pondrá en prioridad las opciones que escogieron los clientes en cada producto.

7. ¿Si se creara una empresa de producción y comercialización de productos hechos con material textil reciclado, los compraría?

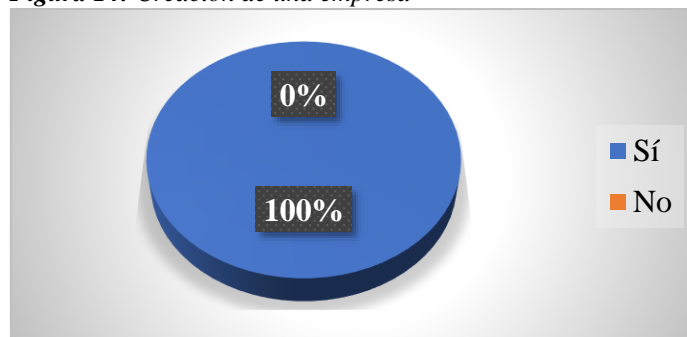
Tabla 24: Creación de una empresa de elaboración de productos con desechos textiles

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	358	100%
No	0	0%
TOTAL	358	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 14: Creación de una empresa



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: Los resultados indican que si se estableciera una empresa que se dedique a la producción y comercialización de productos hechos con material reciclado sería aceptado por el 100% de las personas encuestadas, pues económicamente estas personas tienen facilidad de adquirir estos productos ya que pertenecen al cantón Antonio Ante y este es uno de los cantones que más empleo ha generado en los últimos años por poseer

empresas textiles que ayudan a las personas a tener un trabajo fijo, por ende, este análisis demuestra que ellos estarían dispuestos a comprar cualquiera de estos artículos.

8. Señale la frecuencia de compra que usted realizaría de los tres productos:

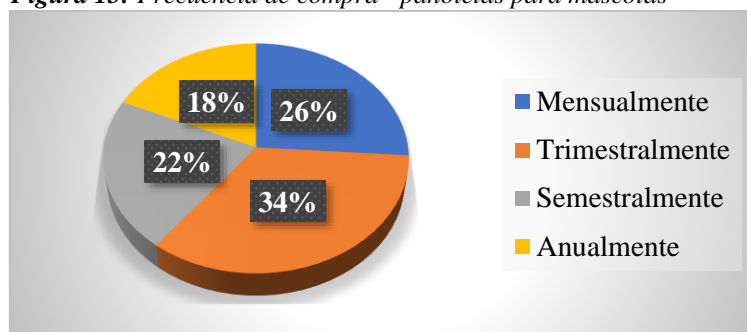
Tabla 25: Frecuencia de compra - pañoletas para mascotas

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensualmente	83	26%
Trimestralmente	109	34%
Semestralmente	68	21%
Anualmente	58	18%
TOTAL	318	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 15: Frecuencia de compra - pañoletas para mascotas



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: El 34% de las personas encuestadas que tienen mascotas dieron a conocer que las pañoletas lo adquirirían de forma trimestral, pues se supone que aparte de las pañoletas también compran artículos de limpieza para sus mascotas y la respectiva alimentación.

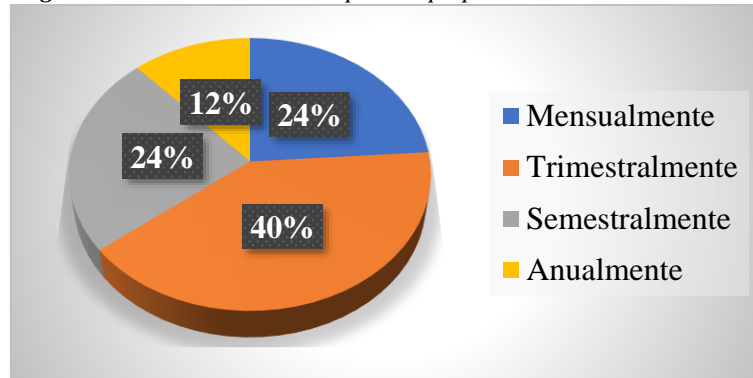
Tabla 26: Frecuencia de compra - ropa para muñecos

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensualmente	50	24%
Trimestralmente	83	40%
Semestralmente	49	24%
Anualmente	24	12%
TOTAL	206	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 16: Frecuencia de compra - ropa para muñecos



Elaborado por: La autora
Fuente: Encuesta al mercado

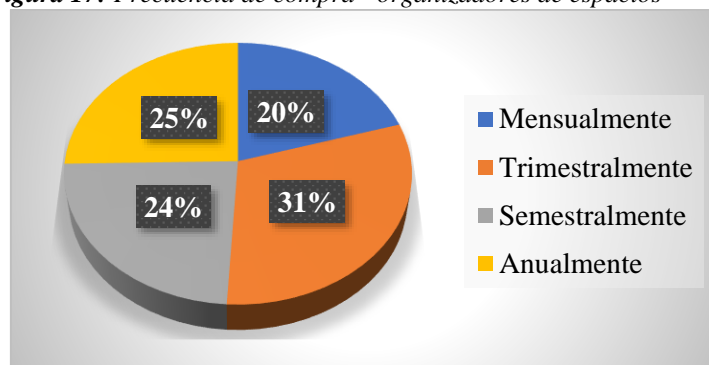
Análisis: De las 206 personas que tienen hijos de este rango de edad, el 40% estarían dispuestos a comprar dicho producto de manera trimestral el cual se puede constatar que el tiempo de compra es bueno, y aunque el producto quedó como última opción de compra entre los tres artículos que se pretende ofrecer al mercado, las personas decidieron optar por este producto con una frecuencia admisible.

Tabla 27: Frecuencia de compra - organizadores de espacios

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensualmente	65	20%
Trimestralmente	98	31%
Semestralmente	76	24%
Anualmente	81	25%
TOTAL	320	100%

Elaborado por: La autora
Fuente: Encuesta al mercado

Figura 17: Frecuencia de compra - organizadores de espacios



Elaborado por: La autora
Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: En este caso, se puede observar que para adquirir los organizadores de espacios sus porcentajes están muy a la par y aunque la frecuencia de compra que tuvo más aceptación fue de manera trimestral como los anteriores productos, seguidamente está que el producto sería adquirido de forma semestral con un 24%. La razón es porque este producto es el que más valor estarían dispuestos a pagar las personas ya que en la siguiente pregunta demuestra que los propios encuestados decidieron pagar desde los \$15,00 por este artículo.

9. ¿Cuánto pagaría usted por adquirir cada uno de los productos?

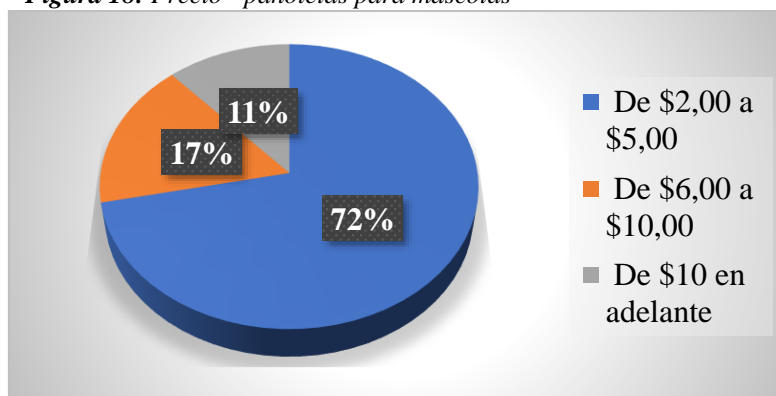
Tabla 28: Precio - pañoletas para mascotas

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$2,00 a \$5,00	228	72%
De \$6,00 a \$10,00	53	17%
De \$10,00 en adelante	37	11%
TOTAL	318	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 18: Precio - pañoletas para mascotas



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: Las personas encuestadas tuvieron la libertad de poner los precios que les parecía conveniente para así adquirir las pañoletas y, como se puede observar los resultados indican que el 72% de las personas estarían dispuestas a pagar un aproximado de \$2,00 a \$5,00. Esto se debe a que las pañoletas no son tan llamativas para la gente, sin

embargo, estos resultados ayudan a que al momento de elaborar dicho producto se lo haga con mucha innovación y así se podrá elevar su precio.

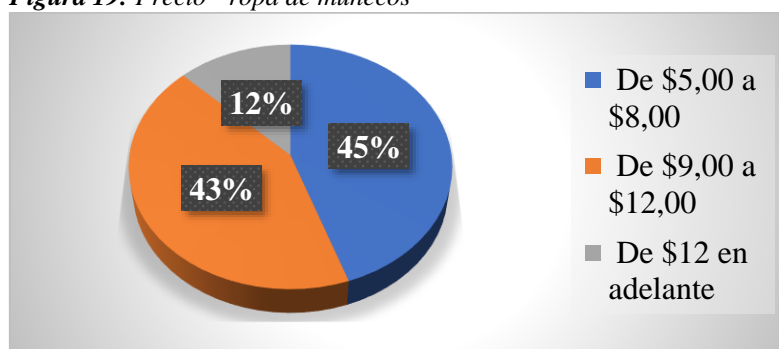
Tabla 29: Precio - ropa de muñecos

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$5,00 a \$8,00	92	45%
De \$9,00 a \$12,00	88	43%
De\$ 12,00 en adelante	26	13%
TOTAL	206	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 19: Precio - ropa de muñecos



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: El precio en el que estarían dispuestos a pagar las personas oscila entre los \$5,00 y \$8,00 que representan el 45%, muy seguido se encuentran las personas que pagarían por este producto entre \$9,00 y \$12,00 con un 43%. Con estos resultados se da a conocer que este producto tendría un precio aceptable tanto para la oferta como para la demanda.

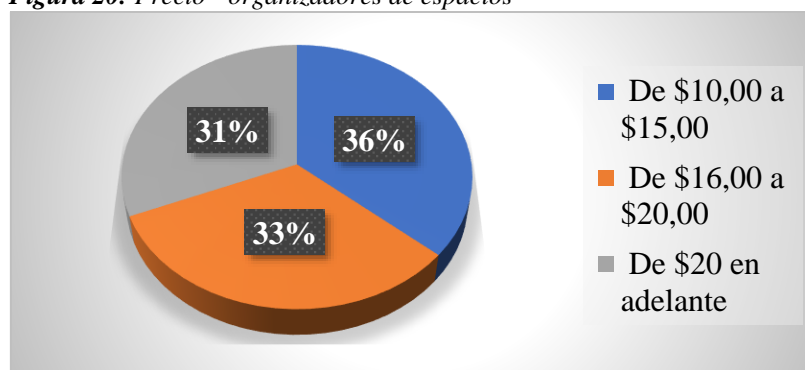
Tabla 30: Precio - organizadores de espacios

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$10,00 a \$15,00	116	36%
De \$16,00 a \$20,00	104	33%
De\$ 20,00 en adelante	100	31%
TOTAL	350	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 20: Precio - organizadores de espacios



Elaborado por: La autora
Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: Los resultados demuestran que los organizadores de espacios son el producto que más les llamó la atención a las personas encuestadas y sobre todo indican que el precio que pagarían por adquirir dicho producto es desde los \$10,00 a \$15,00 con un 36%, y muy seguido se encuentran con un 33% desde los \$16,00 en adelante. Esto demuestra que este artículo es aceptado por el mercado de manera positiva.

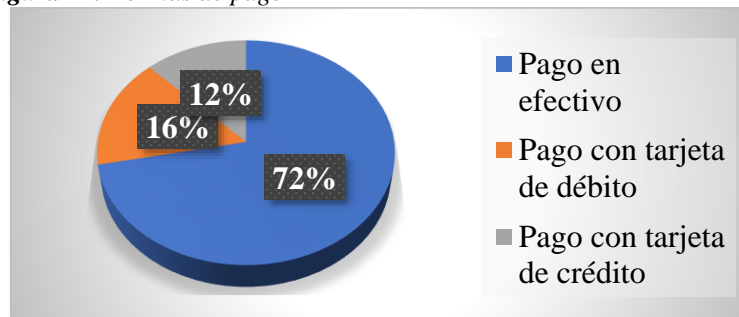
10. ¿Qué formas de pago usted utilizaría al momento de realizar la compra de estos productos?

Tabla 31: Formas de pago

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pago en efectivo	257	72%
Pago con tarjeta de débito	57	16%
Pago con tarjeta de crédito	44	12%
TOTAL	358	100%

Elaborado por: La autora

Figura 21: Formas de pago



Elaborado por: La autora
Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: La mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo en adquirir los productos y realizar el pago en efectivo pues su uso es muy común en cualquier lugar en donde se realizan compras de algún bien.

11. ¿En qué lugar le gustaría que esté situado el punto de venta de estos artículos?

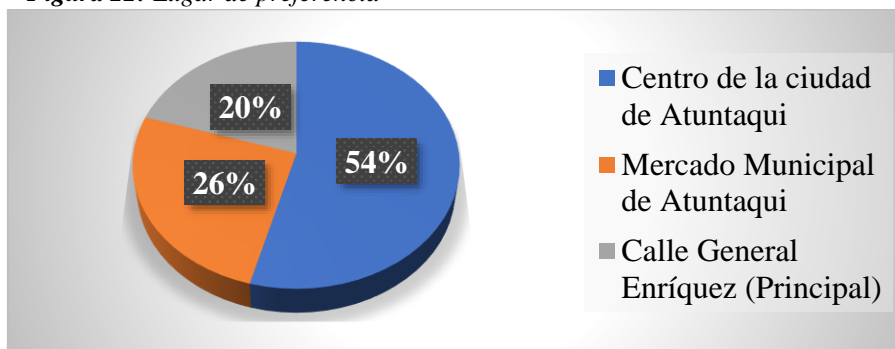
Tabla 32: Lugar de preferencia

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centro de la ciudad de Atuntaqui	194	54%
Mercado Municipal de Atuntaqui	92	26%
Calle General Enríquez (Principal)	72	20%
TOTAL	358	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 22: Lugar de preferencia



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: El 54% de las personas respondieron que el lugar adecuado para posicionar a la empresa sería en el centro de la ciudad de Atuntaqui, ya que es un sitio bastante acogido por muchas personas pues ahí se encuentran lugares como el parque principal, la iglesia, la plaza en donde realizan eventos cada vez que se presentan ocasiones especiales, y también se encuentran las calles principales en donde realizan los pregones cada fin de año. Por estas razones, sería una buena opción ubicar la empresa en dicho lugar ya que las personas acudirían a la tienda para conocer los productos que se ofrecerán. Sin embargo, el Mercado Municipal de Atuntaqui también sería una buena opción, pues ahí van personas de distintos lugares del cantón para realizar las compras del hogar.

12. ¿De qué forma le gustaría adquirir estos productos?

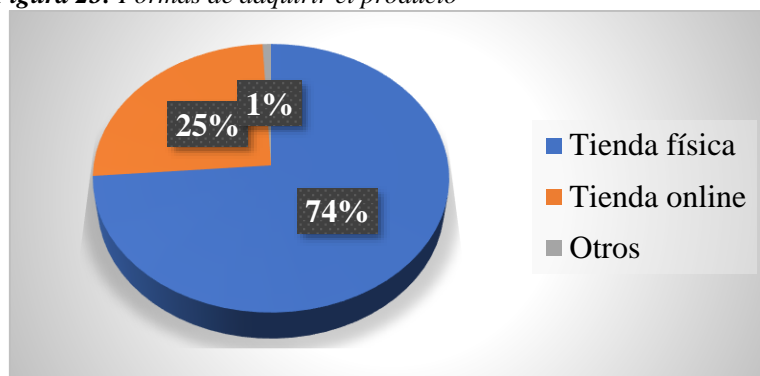
Tabla 33: Formas de adquirir el producto

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tienda física	264	74%
Tienda online	91	25%
Otros	3	1%
TOTAL	369	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 23: Formas de adquirir el producto



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: Aunque se siga atravesando por la pandemia del coronavirus, el 74% de las personas encuestadas aún prefieren adquirir estos productos en una tienda física pues desean apreciar y palpar los productos a ofrecer y, además, anhelan conocer el negocio para poder proporcionar alguna sugerencia directamente con el personal sobre cualquier inconveniente.

13. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información acerca de estos productos? Puede escoger varias opciones.

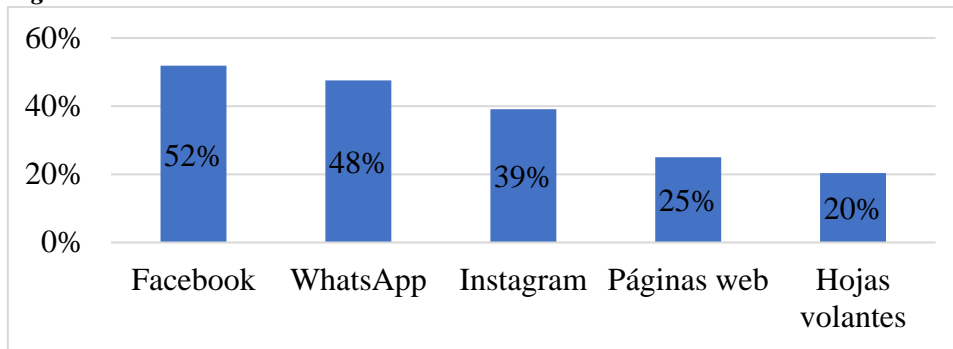
Tabla 34: Medios de comunicación

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Facebook	191	52%
WhatsApp	175	48%
Instagram	144	39%
Páginas web	92	25%
Hojas volantes	75	20%
TOTAL	677	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 24: Medios de comunicación



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: De las 358 personas encuestadas el 52% prefiere tener conocimiento acerca de los productos por medio de la red social Facebook, las hojas volantes tienen una aceptación del 20% pues por cuestiones de la emergencia sanitaria muchas de las personas ya no salen a las calles y se les hace más fácil conocer de un artículo por redes sociales, esto ayuda también a que si se circulan menos hojas volantes se imprimen menos papeles y por ende ayudan a no tener un alto índice de contaminación.

14. ¿Qué promociones le gustaría recibir usted al momento de adquirir dichos artículos?

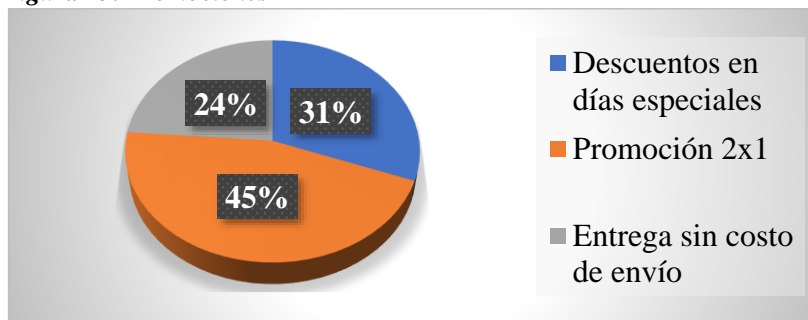
Tabla 35: Promociones

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos en días especiales	110	31%
Promoción 2x1	163	45%
Entrega sin costo de envío	85	24%
TOTAL	358	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 25: Promociones



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: Los tres tipos de promociones que se pretenden ofrecer al mercado son aceptados de forma positiva por las personas, pero la promoción del 2x1 en esta ocasión es la que salió favorecida, pues el 45% de las personas encuestadas optaron por tomar esta decisión ya que a ellos les gustaría adquirir dos productos por el precio de uno. Para la empresa es una opción factible ya que mediante esta elección los productos serían reconocidos por más personas y estas a su vez tendrían la intención de comprar más productos.

15. ¿Qué opinión tiene acerca de los siguientes productos?

- **Pañoletas para mascotas**

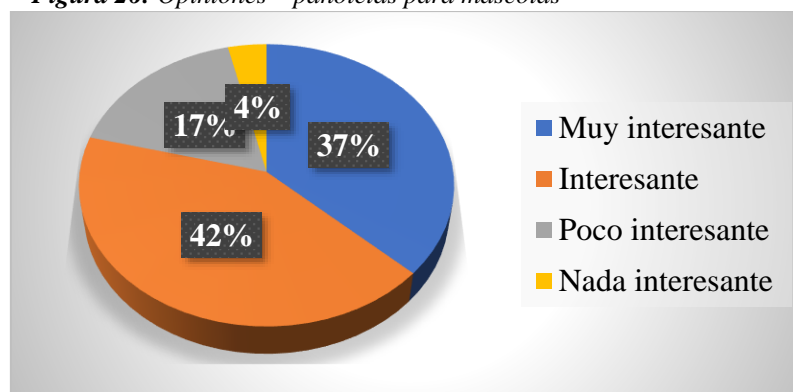
Tabla 36: Opiniones – pañoletas para mascotas

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy interesante	132	37%
Interesante	151	42%
Poco interesante	62	17%
Nada interesante	13	4%
TOTAL	358	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 26: Opiniones – pañoletas para mascotas



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: En esta pregunta es necesario aclarar que, aunque no todos tienen mascotas, sí podían dar su opinión acerca de este producto, por esta razón la cantidad de personas que respondieron esta pregunta fue de 358. Entonces, aun cuando este artículo de mascotas es muy conocido por muchas personas, el resultado da a conocer que al 42% les

parece interesante, la razón es que tanto como las pañoletas de mascotas como los otros dos productos que se ofrecerán serán elaborados con telas y otros materiales reciclados que ayuden a tener un nivel bajo de contaminación ambiental, y el 4% representa a las personas que no les parece nada interesante por la misma razón de que las pañoletas ya son conocidas y no le ven innovador.

- **Ropa para muñecos**

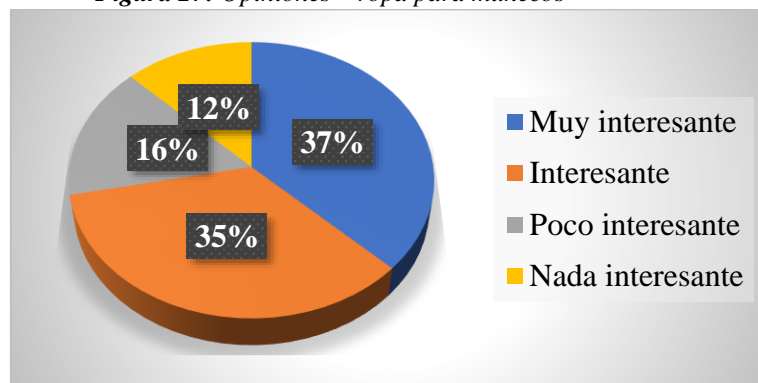
Tabla 37: Opiniones – ropa para muñecos

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy interesante	133	37%
Interesante	124	35%
Poco interesante	56	16%
Nada interesante	45	12%
TOTAL	369	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 27: Opiniones – ropa para muñecos



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: El 37% de las 358 encuestas aplicadas indican que les parece muy interesante este producto a ofertarse, y el 12% de las personas dan a conocer que la ropa de muñecos la consideran nada interesante pues una razón puede ser que en ese porcentaje están las personas que no tienen hijos y que no les gustaría tener este producto.

- **Organizadores de espacios**

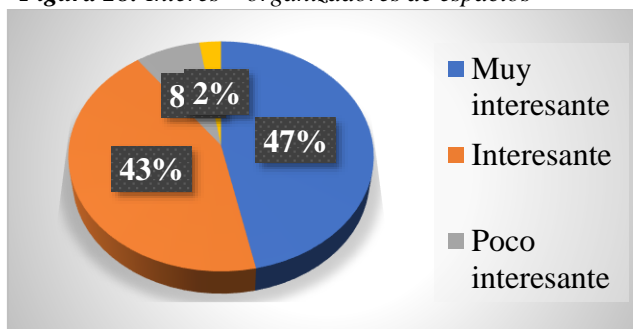
Tabla 38: Interés – organizadores de espacios

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy interesante	167	47%
Interesante	155	43%
Poco interesante	27	8%
Nada interesante	9	2%
TOTAL	358	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 28: Interés – organizadores de espacios



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: Al 47% de las personas les parece interesante los organizadores de espacios, pues es un producto que es necesario tenerlo en casa para poder organizar mejor el espacio ya sea de los armarios, closets, salas, entre otros lugares. Además, es el artículo que más llamó la atención de los posibles clientes ya que la mayoría de ellos optaron por comprar estos organizadores. Mientras que, el 2% representa a las personas que no les parece nada interesante, pero es un porcentaje mínimo que no afecta a este producto.

16. ¿Qué es lo que usted busca de estos tres productos?

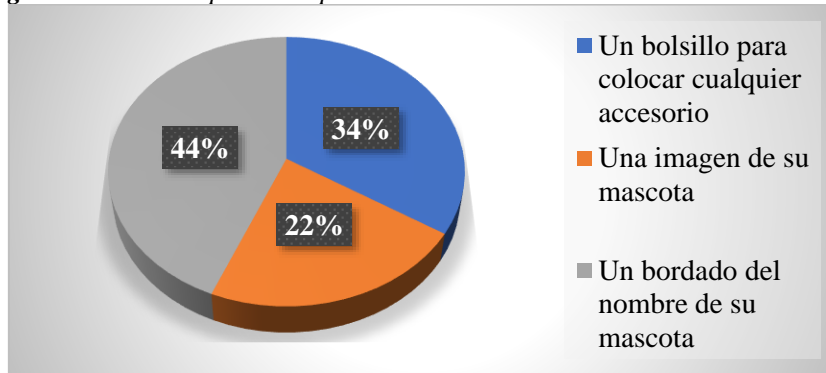
- **Pañoletas para mascotas**

Tabla 39: Interés – pañoletas para mascotas

CARACTERÍSTICAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Un bolsillo para colocar cualquier accesorio	108	34%
Una imagen de su mascota	71	22%
Un bordado del nombre de su mascota	139	44%
TOTAL	318	100%

Elaborado por: La autora

Figura 29: Interés – pañoletas para mascotas



Elaborado por: La autora
Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: De las 358 encuestas aplicadas 318 representan a las personas que tienen mascotas, de las cuales el 44% señalaron que es una buena opción que las pañoletas tengan un bordado del nombre de su mascota, este resultado ayuda a orientar de cómo tendría que ser la innovación en el producto para que los clientes queden satisfechos. Del mismo modo, las otras dos opciones tienen un efecto positivo por lo tanto también serán aplicados en la producción de las pañoletas.

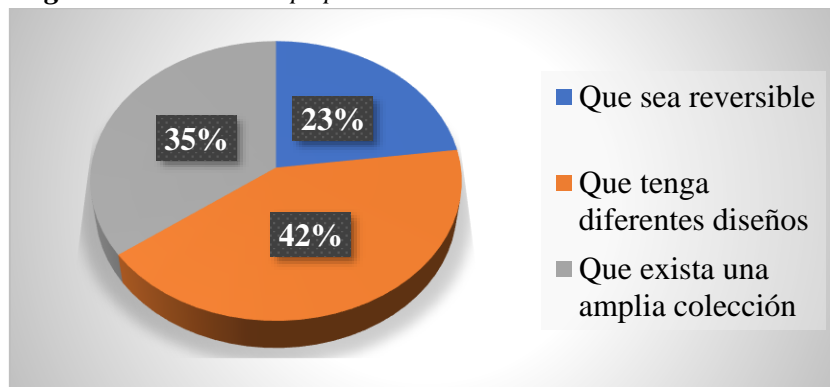
- **Ropa para muñecos**

Tabla 40: Interés – ropa para muñecos

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Que sea reversible	47	23%
Que tenga diferentes diseños	87	42%
Que exista una amplia colección	72	35%
Total	206	100%

Elaborado por: La autora
Fuente: Encuesta al mercado

Figura 30: Interés – ropa para muñecos



Elaborado por: La autora

Análisis: Del total de 206 personas que tienen hijos, el 42% menciona que la ropa de muñecos debe tener diferentes diseños puesto que este producto debe tener diseños únicos para que los clientes lo adquieran de manera más frecuente y así tener más demanda para este artículo que se quiere comercializar.

- **Organizadores de espacios**

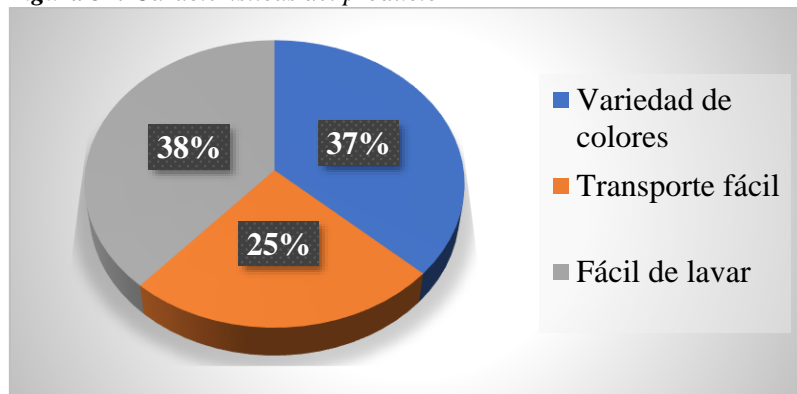
Tabla 41: Características del producto

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Variedad de colores	132	37%
Transporte fácil	88	25%
Fácil de lavar	138	39%
TOTAL	358	100%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Figura 31: Características del producto



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta al mercado

Análisis: El 38% de las personas respondieron que prefieren que los organizadores de espacios sean fáciles de lavar, lo cual da a entender, que el producto debe estar elaborado con materiales que resistan al uso y al lavado que las personas le pueden dar. Muy seguido se encuentra que estos organizadores también tengan variedad de colores pues la razón es que este artículo debe acoplarse a los diferentes armarios que las personas tienen; y por último se encuentra que el 25% de las personas desean que este producto sea de transporte fácil para llevarlos de un lugar a otro.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
IBARRA - ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORIA

ENTREVISTA

La presente entrevista tiene como objeto recopilar información acerca de la adquisición de pañoletas para mascotas, la oferta y demanda que tiene dicho productos y finalmente cómo establece los precios.

Entrevistador: Sisa Maldonado – Estudiante de la carrera de contabilidad y auditoría

Entrevistado (a): Susana Burbano

Edad: 42 años

Empresa: De Pelos

Lugar: Atuntaqui – Calle General Enríquez

Puesto: Propietaria de la tienda

- **¿Compra usted pañoletas para mascotas? ¿Considera que es un producto demandado en el mercado?**

No se compran pañoletas en gran cantidad, porque no es un producto que los clientes buscan, si podemos observar aquí en este local solo se puede ver que hay unas dos o tres pañoletas que se tienen para ver si alguna persona los compra. En esta tienda lo que más ofrecemos son los accesorios como platos, camas, juguetes para los animales; estos productos mencionados son los que más se venden en este negocio.

- **¿Con qué frecuencia adquiere usted este producto?**

La frecuencia es de una vez cada dos meses por las mismas razones que se dijeron anteriormente, las personas no buscan mucho las pañoletas pues no les llama la

atención un producto así. Y eso sería una pérdida para esta tienda porque lo máximo que se venden estas pañoletas son hasta los \$2,50.

- **¿Qué cantidad de pañoletas vende mensualmente?**

En estos últimos tiempos y por la pandemia que se atraviesa solo se adquieren una docena de pañoletas ya que no tiene mucha demanda.

- **¿Cómo es la forma de pago cuando usted adquiere los accesorios para mascotas?**

La forma de pago que se tiene es que se recibe el producto y al mismo tiempo se le paga al proveedor, ya sea en efectivo o con tarjeta, no se ha dejado para pagar después, porque son pocas cantidades que se adquieren.

- **¿Existe alguna empresa que se dedique a la comercialización de los mismos productos o de algún producto similar a la cual usted compre?**

Aquí en Atuntaqui solo hay esta pet shop en el cual adquirimos las pañoletas, pero no existe ninguna empresa que se dedique directamente a la producción y comercialización de estos productos. Y tampoco hay más tiendas de animales en esta ciudad, y si es que hay son tiendas que se dedican a vender comida o medicamentos para animales.

- **Para introducir este producto en el mercado, ¿qué aspectos usted considera que podrían ser atractivos o novedosos que deben tener este producto?**

Como este producto no tiene tanta novedad para los clientes, yo creo que las pañoletas deben tener características diferentes y diseños únicos, que sea un producto innovador. Si este producto tiene algo de innovación en esta tienda se adquiriría con frecuencia las pañoletas.

Análisis:

Según la información recopilada en la tienda para animales denominado “De Pelos”, se da a conocer que las pañoletas no son adquiridas con frecuencia por el dueño de esta pet shop, pues la razón principal es que las personas ya no buscan este artículo para comprarlo, y mediante la observación que se realizó a esta tienda se pudo verificar que no posee en gran cantidad este producto más bien tiene expuestos otros artículos como juguetes, platos de comida, collares, camas y otros accesorios en gran cantidad.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
IBARRA - ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORIA

ENTREVISTA

La presente entrevista tiene como objeto recopilar información acerca de la adquisición de los productos las cuales son pañoletas para mascotas y los organizadores de espacios, la oferta y demanda que tienen dichos productos y finalmente cómo establece los precios.

Entrevistador: Sisa Maldonado – Estudiante de contabilidad y auditoría

Entrevistado (a): Karen Dávila

Edad: 32

Empresa: TÍA S.A

Puesto: Atención al cliente

1. ¿Adquieren ropa para muñecos y organizadores de espacios para el hogar?

En este supermercado no se adquieren ropa para muñecos, lo que si se compra para vender son muñecos y de todo tipo y ahí sí vienen incluido la vestimenta de cada uno de ellos, pero adquirir por separado las prendas no. Mientras que los organizadores de espacios que se tienen son para que sean ubicados especialmente en los baños y el costo de cada uno de ellos está a \$18,00.

2. ¿Considera que la ropa para muñecos es un producto demandado en el mercado?

No, la ropa de muñecos no es adquirido por las personas, los juguetes como muñecos sí. Solo que sea una tienda que se dedique a la venta de esos productos se podría tener una gran demanda, ya que ellos sí tendrían variedad de diseños, texturas, tamaños, colores, etc.

3. ¿Entonces, no adquirirían las prendas de muñecos?

Por el momento no, porque en este supermercado como se puede observar sí hay prendas de vestir, pero para personas, los juguetes se adquieren cuando son épocas especiales como el día del niño, navidad, fin de año y ahí se encuentran los muñecos que a veces vienen con su conjunto de ropa. Los demás días del año se tienen juguetes como balones, legos; pero ropa para muñecos no se adquieren.

4. ¿Y qué me puede decir de los organizadores de espacios?

Los organizadores de espacios sí se comercializan, pero por el momento no se tiene este producto en grandes cantidades ya que en la sección que se tiene para el hogar también están incluidos accesorios para la cocina como manteles, guantes, etc. Entonces, están distribuidos diferentes accesorios es decir de todo un poco para que los clientes tengan varias opciones y así escojan el o los productos que deseen adquirir.

5. ¿Conoce usted alguna empresa que brinde estos mismos productos o que sean similares?

No conozco. Sin embargo, puede ser que en el Supermaxi – Juguetón, puede haber de estos productos (prendas para muñecos), y aquí en la ciudad de Atuntaqui puede haber, pero en pocas cantidades porque yo no he visto algún almacén o tienda que ofrezcan este producto. Y los organizadores de espacios también se pueden encontrar con diferentes diseños y tamaños en el Supermaxi, Gran Akí, Santa María de Ibarra y Otavalo dentro de la provincia de Imbabura.

6. Para introducir estos productos en el mercado, ¿qué aspectos usted considera que podrían ser atractivos o novedosos que deben tener este producto?

Es difícil mencionar alguna característica de la ropa para muñecos, porque no nos enfocamos en vender este tipo de productos, los alimentos de primera necesidad son los productos que más demanda tienen. Pero para darle una opinión de la ropa de muñecos pienso que debe tener un diseño único o que el tamaño de la ropa sea único para cada muñeco, debe tomar las medidas de los muñecos y así confeccionar las prendas. Por otro lado, los organizadores de espacios deben ser confeccionados con diferentes materiales para que sigan siendo productos estables en el mercado.

Análisis:

Mediante esta investigación realizada al supermercado TÍA S.A se puede constatar que no poseen productos como ropa de muñecos por las razones dadas en la entrevista presentada anteriormente, mientras que los organizadores de espacios sí lo tenían, pero en poca cantidad. Este análisis ayuda a saber cómo se puede innovar en cada producto para poder llegar al mercado de manera positiva.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
IBARRA - ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORIA

**ENTREVISTA SOBRE EL PROCESO DE DISEÑO DE LOS PRODUCTOS
ELABORADOS CON DESECHOS TEXTILES**

PERFIL DEL ENTREVISTADO

Nombre: Luis Alberto Muenala Cachiguango

Edad: 30

Empresa: Tejidos CAMM

Lugar: Peguche - Otavalo

Puesto: Ingeniero textil – TÍTULO OBTENIDO EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. ¿Cree que realizando un buen diseño se podría reducir el espacio de una tela?

Cuando se hace diseños para cualquier tipo de prendas ya sean camisetas, ponchos u otras vestimentas, siempre se debe tener cuidado para utilizar el espacio adecuado y así no generar tanto desperdicio de tela, ya que es una pérdida tanto para la empresa como para el medio ambiente por no saber aprovechar los desperdicios, pues la mayor parte de los desechos son llevados por el camión de la basura. En este caso para los tres productos que usted desea ofertar se lo realizaría de la misma manera, es decir, tratando de ocupar el menor espacio en la tela al momento de diseñar para así reducir los desperdicios.

2. ¿Cuál es el proceso que usted realiza para sacar diseños diferentes para cada producto?

Es depende de cada cliente, pero el proceso no es similar ya que para diseñar se necesita de varias horas, días y meses de trabajo, es decir, unos diseños pueden durar horas, mientras que otros pueden durar hasta meses para sacar un solo diseño.

3. ¿Cuáles son los diseños que más les atrae a los clientes?

Los diseños que sean nacionales, por ejemplo, en el diseño para una camiseta lo que más buscan son paisajes de lugares como las montañas, el mar, la playa, etc. Por poner un ejemplo, en las pañoletas de mascotas se buscarían diseños que vayan acorde al animalito pueden ser sus huellas, huesos, y otros bocetos siempre y cuando se aplique la innovación. Y así mismo se lo manejaría para diseñar los otros dos productos.

4. ¿Cuál es el proceso que utiliza para establecer el precio de los diseños y que sean adecuados y competitivos?

Depende, como se dijo anteriormente si los clientes quieren un diseño bien hecho, que se vea nítido y un diseño único eso se tarda por lo menos un mes, porque a veces hay diseños que necesitan de más tiempo para que sean terminados, pero también hay otro tipo de diseños que se demora 5 minutos; esto ya depende del diseño que solicite el cliente.

5. ¿Qué opinión me puede dar acerca de los productos o subproductos que se pueden crear a base de desechos de materias primas?

Aparte de los artículos que me comentó, también se pueden sacar monederos, bolsillos para alguna prenda, cintillos para las damas, pequeñas carteras y otros productos pequeños. Es una idea excelente que tiene usted por el simple hecho de querer reutilizar las telas que las empresas a diario arrojan a la basura y sobre todo

se puede decir que mediante la reutilización de estos desechos se puede generar ingresos que es favorable para su proyecto.

Análisis:

El ingeniero textil supo manifestar que aparte de realizar diseños para prendas de vestir, cuando tiene un poco más de tiempo también se dedica a la confección de estas vestimentas en especial ponchos que son ofertados al mercado de la ciudad de Otavalo en la Plaza de los Ponchos, y explicó que al momento de fabricar dichas prendas salen muchos desperdicios que varias veces son arrojadas al basurero provocando grandes pérdidas económicas, y a la misma vez contaminan más el medioambiente.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
IBARRA - ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORIA

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL SUPERMERCADO TÍA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI

Fecha: 30 de julio de 2021

Nro.	Indicadores	No	1	2	3	4	5	Observaciones
ÁREAS								
1	¿Adquieren productos que estén elaborados con material reciclado?		X					La mayoría de los productos expuestos no son elaborados mediante desechos.
2	¿Adquieren productos como ropa para muñecos, organizadores de espacios o pañoletas para mascotas?		X					No adquieren ropa para muñecos ni pañoletas para mascotas.
4	¿Adquieren organizadores de espacios o algún producto similar?				X			Si poseen este producto, aunque no en grandes cantidades.
7	¿La empresa se encuentra ubicada en un lugar correcto?						X	Sí porque está en el centro de la ciudad.
8	¿Existen otras tiendas que se dediquen a ofertar productos similares a los que ustedes ofrecen?		X					No hay tiendas que se dediquen a la comercialización de estos productos.
9	¿Poseen alguna ley que debe cumplir la empresa que ayude a disminuir la contaminación ambiental?		X					No supieron dar información sobre esta ley.
TRABAJADORES								
11	¿Los trabajadores cumplen con su horario de trabajo?						X	Sí, las 8 horas diarias.
12	¿Cada trabajador cumple con sus						X	Sí.

	responsabilidades asignadas?							
13	¿Se capacita a los trabajadores? ¿Cada qué tiempo?							Cada 6 meses se realiza la capacitación al personal.
14	¿Utilizan el uniforme de trabajo como es debido?							Todos los días utilizan el uniforme correspondiente.

Análisis:

Como primera observación que se hizo al supermercado se pudo constatar que ningún producto que ofrece esté hecho a base de telas recicladas ya que en dicho establecimiento no comercializan productos con estas características; tal es el caso de la ropa de muñecos que no venden dicho producto a menos que sean temporadas como el día del niño o navidad, es decir, venden muñecas como barbies, muñecos de trapo, entre otros; pero estos muñecos ya vienen incluidos con su juego de ropa.

De igual forma, se pudo observar que esta tienda está situada en un lugar en donde transitan muchas personas; la ventaja es que es el único supermercado amplio en el que las personas pueden entrar y apreciar todos los productos que ellos deseen comprar. Así mismo, la Srta. Karen Dávila supo manifestar que sí existen tiendas pequeñas que ofrezcan similares productos pero que a veces hay personas que prefieren ir al TÍA porque es más económico.

3.4.7 Análisis de la demanda

Mediante la encuesta aplicada a un total de 373 familias del cantón Antonio Ante se dio a conocer a través de la pregunta número 1 que el 96% de las personas les interesaría adquirir dichos productos dando a entender que de las 13.519 familias 12.978 estarían dispuestos a comprar los artículos de este negocio.

Tabla 42: Aceptación de la nueva empresa textil

Mercado meta	13.519
% de aceptación de la empresa en el mercado	96%
Total de aceptación	12.978

Fuente: Estudio de mercado (encuestas)

Elaborado por: La autora

Según la pregunta N°1 el 23% de 12.978 familias están interesadas en adquirir ropa de muñecos; es decir un total de 2.985.

Tabla 43: Demanda del conjunto de ropa para muñecos

Población dispuesta a adquirir el producto	Frecuencia	%	Total compradores	Frecuencia de compra al año	Demanda de compra al año ropa para muñecos
2.985	Mensual	24%	716	12	8.597
	Trimestral	40%	1.194	4	4.776
	Semestral	24%	716	2	1.433
	Anual	12%	358	1	358
		100%		2.985	

Fuente: Estudio de mercado

En lo que concierne a la demanda de las pañoletas para mascotas se toma en cuenta el porcentaje de aceptación que tuvo este producto el cual fue del 35% según la pregunta 1. Es decir que de las 12.978 familias el 35% estarían interesadas en adquirir pañoletas para mascotas.

Tabla 44: Demanda pañoletas para mascotas

Población dispuesta a adquirir el producto	Frecuencia de adquisición	%	Frecuencia de consumo	Periodo de consumo	Demanda de pañoletas para mascotas
4.542	Mensual	25%	1.136	12	13.627
	Trimestral	36%	1.635	4	6.541
	Semestral	24%	1.090	2	2.180
	Anual	15%	681	1	681
		100%		4.542	

Fuente: Estudio de mercado

Finalizando con los organizadores de espacios, de igual manera se toma el porcentaje de aceptación que tuvo este producto el cual fue del 42% y sus cálculos se lo realizan de la misma forma que se hicieron para los productos anteriores.

Tabla 45: *Demanda de organizadores de espacios*

Población dispuesta a adquirir el producto	Frecuencia	%	Total compradores	Periodo de consumo	Demanda de compra al año de organizadores de espacios
5.451	Mensual	20%	1.090	12	13.082
	Trimestral	32%	1.744	4	6.977
	Semestral	25%	1.363	2	2.725
	Anual	23%	1.254	1	1.254
		100%	5.451		24.038

Fuente: Estudio de mercado

Cabe recalcar que los cálculos realizados para conocer la demanda de cada producto fueron obtenidos mediante los datos que proporcionaron las encuestas, a través de preguntas relacionadas con la frecuencia de compra y el porcentaje que esta representa.

3.4.7.1 *Proyección de la demanda*

Para la proyección de la demanda se necesitó un dato importante que es la tasa de crecimiento poblacional del cantón el cual es del 2,5% anual según el INEC; este porcentaje se multiplica por la cantidad total de cada uno de los tres artículos que serán proyectados para los siguientes cinco años; La fórmula que se aplicó es:

$$Dn = Do(1 + i)^n$$

Donde:

Dn = demanda futura

Do = demanda actual

i = tasa de crecimiento

n = año proyectado

$$Dn = 15.164(1 + 2,5\%)^1$$

$$Dn = 15.543$$

Este resultado es para el caso de la demanda proyectada del artículo denominado ropa para muñecos para el año 2022; el mismo procedimiento se aplica para los demás años y para los otros dos productos restantes, así:

Tabla 46: Demanda proyectada de los tres productos

Demanda proyectada (unidades)			
Año	Ropa para muñecos	Pañoletas para mascotas	Organizadores de espacios
2020	15.164	23.030	24.038
2021	15.543	23.606	24.639
2022	16.330	24.801	25.887
2023	17.585	26.708	27.877
2024	19.411	29.480	30.771
2025	21.962	33.354	34.815

Fuente: Estudio de mercado

3.4.8 Análisis de la oferta

La oferta que existe para los productos que se van a fabricar es regular, pues en la ciudad de Atuntaqui no existe una empresa en específico que brinde productos similares a los que se desean ofertar al mercado. Por ejemplo, TÍA S.A solo dispone de pocos organizadores de espacios para los baños, pero este producto no es similar al que este proyecto va a ofertar, de acuerdo a la entrevista que se realizó a la Srta. Karen Dávila ellos no disponen de organizadores de espacios porque no hay clientes que adquieran estos artículos. Sin embargo, se pudo llegar a un análisis de cuántos productos similares se comercializan en este establecimiento. Así mismo, la tienda de animales “De Pelos” dio a conocer la cantidad estimada de cuántas pañoletas se venden; es decir, que estos datos se lograron obtener gracias a las entrevistas y fichas de observación que se realizaron a dichos establecimientos. A continuación, el siguiente detalle:

Tabla 47: Ofertantes de productos similares

Competencia	Productos que ofertan	Ventas semanales	Ventas mensuales	Ventas anuales
Supermercado TÍA	Pañoletas de mascotas	119	476	5.712
	Organizadores para baño	42	168	2.016
	Barbies o muñecos de trapo	56	224	2.688
Pet shop " De Pelos"	Pañoletas de mascotas	175	700	8.400
PlastiEstefy	Muñecos	56	224	2.688
	Organizadores	49	196	2.352
Comercial "Arcoíris"	Muñecos	91	364	4.368
Total ventas ofertantes				28.224

Fuente: Investigación directa

Sumando la cantidad de los productos que ofrece cada empresa (competencia) se obtienen los siguientes resultados anuales:

Tabla 48: Oferta anual de los tres productos

Productos	Ventas anuales en cantidad
Productos relacionados con ropa de muñecos	9.744
Pañoletas para mascotas	14.112
Productos relacionados con organizadores de espacios	4.368

Fuente: Investigación directa

3.4.8.1 Proyección de la oferta

Para conocer la proyección de la oferta se considera el total de ventas anuales de cada producto que ha tenido la competencia, a esto se le adiciona la tasa de crecimiento del sector textil que es el 1,3%. Este dato será considerado en los siguientes 5 años para los tres productos mediante la siguiente fórmula:

$$PO = Oo(1 + i)^n$$

Donde:

Po = oferta proyectada

Oo = oferta actual

i = índice de crecimiento del sector textil

n = número de periodos

1 = constante

$$PO = 9.744(1 + 1,3\%)^1$$

$$PO = 9.871$$

Aplicando la fórmula establecida anteriormente se da a conocer la proyección de ventas de la oferta de cada producto durante los próximos 5 años.

Tabla 49: Oferta proyectada para los tres productos

Oferta proyectada			
Año	Ropa para muñecos	Pañoletas para mascotas	Organizadores de espacios
2020	9.744	14.112	4.368
2021	9.871	14.295	4.425
2022	10.129	14.670	4.541
2023	10.529	15.249	4.720
2024	11.087	16.058	4.970
2025	11.827	17.129	5.302

Fuente: Estudio de mercado

3.4.8.2 Análisis de precios

Para realizar el análisis de los precios que establece la competencia se ha realizado una investigación mediante observación el cual permite conocer los costos que tienen los artículos similares a los que este proyecto pretende lanzar al mercado. Se ha tomado como ejemplo al supermercado TÍA, la pet shop “De Pelos”, a plastiEstefy y al comercial “Arcoíris” todos ubicados en la ciudad de Atuntaqui.

Tabla 50: Análisis de precios

Supermercados o tiendas	Productos	Precios de la competencia	
TÍA S. A	Pañoletas de mascotas	\$	1,50
	Organizadores para baños	\$	9,99
	Barbies/muñecas de trapo	\$	10,99
		\$	7,50
Pet shop "De Pelos"	Pañoletas de mascotas	\$	1,50
		\$	2,00
		\$	2,50
		\$	3,00
PlastiEstefy	Barbies/muñecos	\$	12,99
Comercial "Arcoiris"	Barbies/muñecos	\$	5,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Como se puede observar en la tabla anterior, los precios que establecen las empresas comerciales son variados; el comercial Arcoiris vende muñecos desde los \$5,00 en adelante mientras que; en el TÍA las barbies o muñecos de trapos oscilan desde los \$7,50 en adelante; estos datos de los muñecos se les toma en cuenta porque son los productos más similares a la ropa de muñecos ya que en ninguno de estos establecimientos no dispone de una sección que se dedique a la venta de ropa para muñecos y muchos menos que estén elaborados a base de desechos de telas. De igual manera las pañoletas de mascotas tienen un precio de venta al público de \$1,50 en el supermercado TÍA mientras que en la pet shop el costo de las pañoletas se las pueden encontrar desde \$1,50 en adelante. Finalmente, el producto relacionado con los organizadores de espacios son los organizadores colgantes para baños, salas, etc; este producto se logró encontrar en el supermercado TÍA a un precio de \$9,99.

3.4.9 Demanda insatisfecha o Nivel de aceptación

De acuerdo a las 373 personas encuestadas el 96% indica que están interesados en adquirir los tres productos que se ofrecerán al mercado, mientras que el 4% restante da a conocer que no les interesa comprar dichos productos. Se puede apreciar que es un

porcentaje alto de la gente que sí desean adquirir estos artículos ya que la manera en que serán fabricados es innovadora pues estos productos serán elaborados con desechos de telas y otros materiales como cartones reciclados que de igual manera ayudarán a disminuir la contaminación ambiental.

Tabla 51: Demanda insatisfecha de los tres productos

Año	Demanda potencial	Oferta	Demanda insatisfecha
Ropa para muñecos			
2020	15.164	9.744	5.420
2021	15.543	9.871	5.672
2022	16.330	10.129	6.201
2023	17.585	10.529	7.056
2024	19.411	11.087	8.323
2025	21.962	11.827	10.135
Pañoletas para mascotas			
2020	23.030	14.112	8.918
2021	23.606	14.295	9.310
2022	24.801	14.670	10.131
2023	26.708	15.249	11.458
2024	29.480	16.058	13.423
2025	33.354	17.129	16.225
Organizadores de espacios			
2020	24.038	4.368	19.670
2021	24.639	4.425	20.214
2022	25.887	4.541	21.346
2023	27.877	4.720	23.157
2024	30.771	4.970	25.801
2025	34.815	5.302	29.513

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

3.4.10 Estrategias de comercialización

a. Producto

Las encuestas aplicadas al segmento de mercado dieron resultados diferentes para los tres productos que se quieren ofertar, en el producto ropa para muñecos las personas buscan que tengan diferentes diseños para los muñecos que tienen sus hijos, entonces, en la empresa estarán expuestos los distintos estilos de vestimenta para que los clientes lo

puedan visualizar y palpar. La ventaja competitiva de este producto es que será reversible, y su empaque vendrá acompañado por un llavero de diferentes muñecos que los niños escojan. Mientras que para los organizadores de espacios las personas quieren que sean fáciles de lavar, por esta razón, este producto será elaborado con telas que tengan texturas que ayuden a lavado y secado fácil; y, por último, las personas desean que en las pañoletas tengan un bordado del nombre de su mascota. Estos tres productos serán vigilados en todo su proceso de fabricación, tendrán un control de calidad y sobre todo que cada desecho de tela sea utilizado de manera correcta sin que sobren residuos y sus etiquetas serán diseñados con frases de cuidar al medio ambiente. Cabe recalcar que los tres productos tendrán un empaque ecológico ya que de eso se trata este proyecto, de ayudar a disminuir la contaminación ambiental.

b. Precio

Se establecerá un precio a cada uno de los productos, determinando un costo y estableciendo un margen de rentabilidad y comparando con los resultados que se obtienen en el estudio de mercado. Se establecerán precios similares a las de la competencia para tener afluencia de consumidores y asegurar la estabilidad de la empresa.

c. Plaza o canales de distribución

Las personas encuestadas dieron a conocer que el lugar adecuado para visitar la empresa sería el centro de la ciudad de Atuntaqui, este sitio es muy concurrido por varias personas tanto cantonales como nacionales por tener almacenes de ropa los cuales son adquiridos por distintas personas. Lo que se desea es llegar a ferias internacionales con los productos que se ofrecerán al mercado para conseguir más clientes en el exterior.

d. Promoción

Los mecanismos para llegar al consumidor serán mediante redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp donde se detallarán las características de los productos, el precio, la función que cumple cada uno, etc.

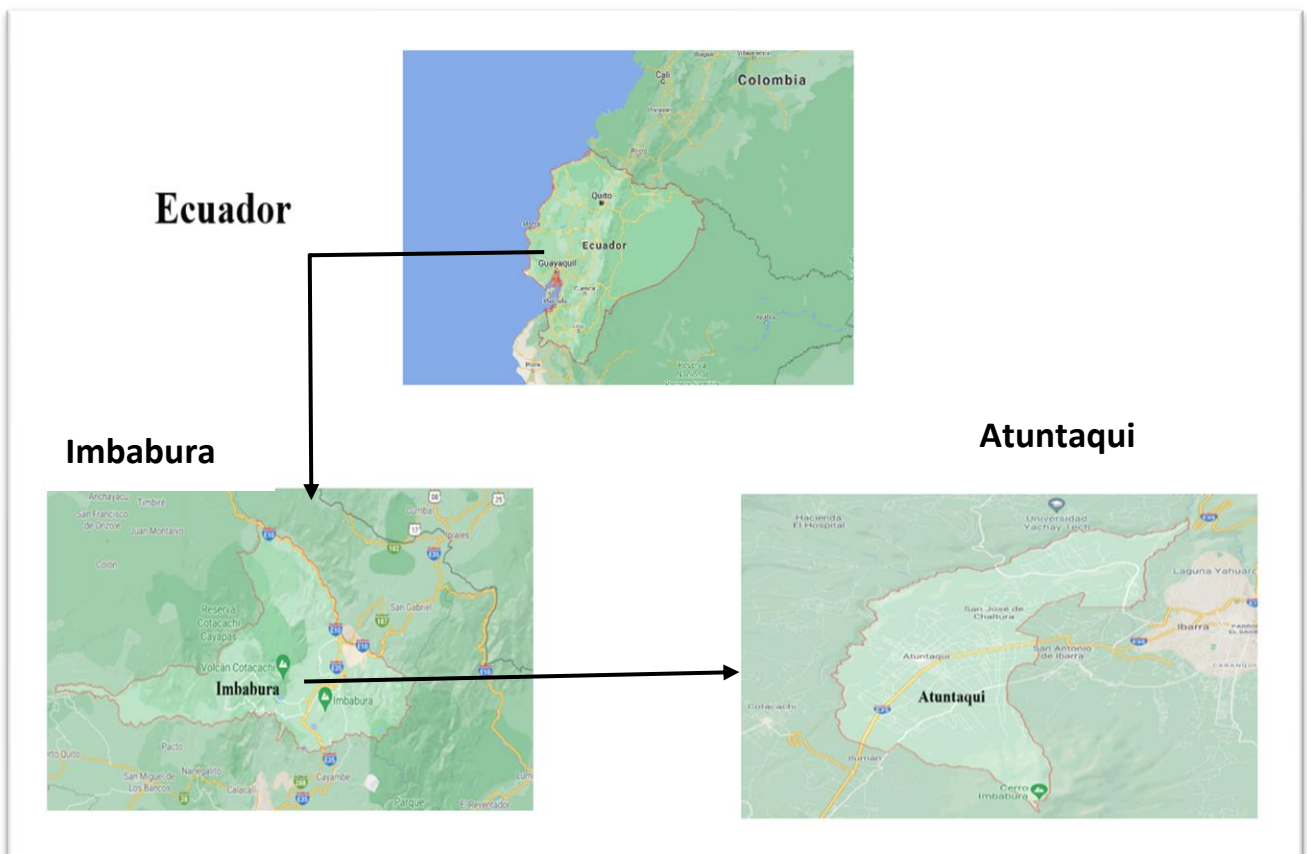
3.5 Estudio técnico – administrativo

3.5.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

3.5.1.1 Macrolocalización

La ciudad de Atuntaqui también conocida como “la capital de la moda” por su importante producción textil perteneciente al cantón Antonio Ante, se encuentra ubicada en el Ecuador en la provincia de Imbabura, cuenta aproximadamente con 54.311 habitantes distribuidos en las diferentes parroquias que tiene dicho cantón.

Figura 32: Macrolocalización



*Fuente: Google Maps
Elaborado por: La autora*

3.5.1.2 Microlocalización

Los lugares seleccionados para que la empresa sea ubicada fácilmente son aquellos sitios más transitados por las personas de la ciudad y son: el centro de la ciudad de Atuntaqui, el mercado Municipal y la calle General Enríquez que es la calle principal de dicha ciudad. Por otra parte, la calificación que se le asigna a cada lugar es del 1 al 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la calificación más alta que se detalla a continuación:

Tabla 52: Microlocalización

Factores	Peso	Centro de la ciudad de Atuntaqui		Mercado Municipal de Atuntaqui		Calle General Enríquez (Principal)	
		Calificación	Peso por calificación	Calificación	Peso por calificación	Calificación	Peso por calificación
Proximidad con el mercado	0,1	5	0,5	3	0,3	4	0,4
Disponibilidad de mano de obra	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Abastecimiento de materia prima	0,1	4	0,4	5	0,5	4	0,4
Mano de obra calificada	0,1	3	0,3	3	0,3	4	0,4
Vías de comunicación	0,25	3	0,75	2	0,5	3	0,75
Empresas textiles cercanas	0,1	4	0,4	4	0,4	3	0,3
Recolección de desechos textiles	0,1	4	0,4	3	0,3	4	0,4
Acceso vial	0,05	4	0,2	3	0,15	3	0,15
Servicios básicos	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
TOTAL	1		3,55		3,05		3,40

Fuente: Encuesta al mercado

Elaborado por: La autora

De acuerdo a la tabla anterior, el sector con mayor calificación es el centro de la ciudad de Atuntaqui, pues la razón es que dicho sitio es el más concurrido por personas que llegan de otros lugares del país, sobre todo en fechas especiales como es la navidad, el carnaval y el fin de año en el cual realizan pregones por las calles del centro de la ciudad acompañados de una gran multitud de gente que bailan, tocan instrumentos musicales, dramatizan actos, etc. Además, este lugar cuenta con un parque central en donde las personas pueden descansar, hacer ejercicios, tomarse fotos o hacer cualquier otra actividad.

3.5.2 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

3.5.2.1 Mercado (*Demanda insatisfecha o Nivel de aceptación del producto*)

En el capítulo anterior se estableció la demanda insatisfecha de los tres productos del cantón Antonio Ante. Entonces la suma total de los tres artículos es 35.196 anuales.

3.5.2.2 Tecnología (*Maquinaria: capacidad producción*)

Las máquinas que se van a utilizar para la elaboración de los tres productos son: la máquina overlock, máquina recta y máquina recubridora. El tiempo de trabajo de estas máquinas tienen la capacidad de hora – máquina de 24 horas diarias. Pero como se tiene conocimiento de que estas máquinas no pueden ser efectivas al 100% ya que la mano de obra no trabaja las 24 horas del día por esta razón el porcentaje de rendimiento sería menos. Más adelante se detallan las unidades de cada producto que pueden fabricar estas máquinas.

3.5.2.3 Disponibilidad de recursos: *Materia prima, Insumos*

La materia prima que se utilizará para la elaboración de los productos a ofertar son los residuos de telas que surgen de las empresas textiles, entonces, se puede asegurar que las empresas grandes o locales pequeños tanto del cantón Antonio Ante como otros lugares abunda este material en cualquiera de los meses del año pues son desechos que las empresas ya no utilizan. Sin embargo, no todos los residuos serán utilizados para la producción de los productos ya que hay un porcentaje el cual indica que no todos los desechos están en buen estado. Mientras que los insumos que se necesitarán para dicha producción como las agujas de las máquinas, hilos, cinta métrica, tizas, tijeras y otros recursos de igual manera se puede conseguir en bazares o tiendas de diferentes lugares del cantón.

3.5.2.4 *Financiamiento*

Para el financiamiento de este proyecto se contará con el aporte de cada uno de los socios que conforman dicha entidad. Para ello, se realizaron las averiguaciones pertinentes en los bancos que ofrezcan créditos sin altos porcentajes de interés, pues como es una microempresa que recién está situándose en el mercado no conviene pagar cuotas mensuales de un crédito con un porcentaje de interés alto. El BanEcuador fue una buena opción que se encontró pues ofrecen créditos a los microempresarios desde montos de \$500,00 con una tasa de interés del 11,33%.

3.5.2.5 *Capacidad Instalada*

La capacidad instalada se refiere al nivel de producción que puede alcanzar la empresa en un día sin tener ninguna paralización es decir fabricar sus productos al 100% de efectividad.

Pero como es conocimiento de todos no se puede trabajar sin tener algún obstáculo presente en el día a día razón por el cual se determinó el tiempo que se demora en fabricar cada producto y cuántos artículos puede producir cada máquina de coser.

La microempresa cuenta con tres maquinarias las cuales son máquina recta, máquina overlock y máquina recubridora; el tiempo de trabajo es de 5 días por 8 horas diarias que en minutos son 480; estos 480 minutos se divide para los minutos que se demora en fabricar un conjunto de ropa para muñecos, una pañoleta de mascota y un organizador de espacios.

Tabla 53: Capacidad instalada

Productos	Maquinaria por operario	Minutos por unidad	Minutos totales en 8 horas	Unidades por máquina	Cantidad mensual	Cantidad anual
Ropa para muñecos (conjunto)	Máquina recta					
	Máquina overlock	1	27	480	18	356
	Máquina recubridora					
Pañoletas para mascotas	Máquina recta					
	Máquina overlock	1	18	480	27	533
	Máquina recubridora					
Organizadores de espacios	Máquina recta					
	Máquina overlock	1	52	480	9	185
	Máquina recubridora					
	3	97			1.074	12.882

Elaborado por: La autora

Como lo muestra la tabla anterior la capacidad instalada de las máquinas puede producir 18 conjuntos de ropa de muñecos; 27 pañoletas y 9 organizadores de espacios dando un total de 54 unidades al día; 1.074 unidades cada mes y 12.882 unidades al año.

Por razones de la emergencia sanitaria y como se mencionó anteriormente que al principio de crear una empresa no se puede tener la eficiencia del 100% en la producción de los artículos; se comenzará con una capacidad del 60% que para los siguientes años se irá incrementando en un 10% que será aplicado a las unidades producidas que tendrá cada año.

Tabla 54: Nivel de producción

Descripción	Años				
	2021	2022	2023	2024	2025
Demanda objetivo	12.882	13.204	13.534	13.873	14.219
Tasa de nivel de producción	60%	70%	80%	90%	100%
Nivel de producción en unidades	7.729	9.243	10.827	12.485	14.219

Elaborado por: La autora

Para el año 2021 la cantidad de productos que se fabricará son de 7.729 unidades lo que representa al 22% de la demanda insatisfecha.

3.5.3 Ingeniería del proyecto

3.5.3.1 Distribución de la planta

La distribución de la planta física de la empresa está conformada por las áreas que esta va a tener, las cuales serán distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 55: Distribución de las áreas

No.	Área	Proceso/s que se llevarán a cabo dentro del área	Número de personas que trabajaran en el área	Requerimientos específicos	Dimensiones	Metros cuadrados del área
1	Gerencia	P01 – S01 Planteamiento de objetivos P03 - 01 Indicadores de gestión P04 - 01 Correcta utilización de recursos	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos de cómputo	3m x 3m	9m ²
2	Secretaría	P02 – S01 Presupuesto P10 – S01 Contratación del personal P10 – S02 Capacitación	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos de cómputo	3m x 3m	9m ²
3	Contable	P11 – S01 Registros contables P11 – S02 Tesorería	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos de cómputo	3m x 3m	9m ²
4	Administrativa	P12 – S01 Mantenimiento de maquinaria P12 – S02 Compra de suministros	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos de cómputo	3m x 3m	9m ²
5	Diseño	P06 – S01 Diseño de productos	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos	4m x 4m	16m ²
6	Producción	P07 – S01 Corte de los diseños P08 – S01 Ropa para muñecos P08 – S02 Pañoletas de mascotas P08 – S03 Organizadores de espacios	3	Se requiere instalaciones de energía eléctrica para la conexión de cada una de las máquinas	5m x 5m	25m ²
7	Comercialización	P09 – S01 Al por mayor P09 – S01 Directa	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos de cómputo	5m x 5m	25m ²
8	Bodega	P05 – S01 Adquisición de la Materia Prima P05 – S02 Clasificación de la Materia Prima	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos de cómputo	5m x 3m	15m ²

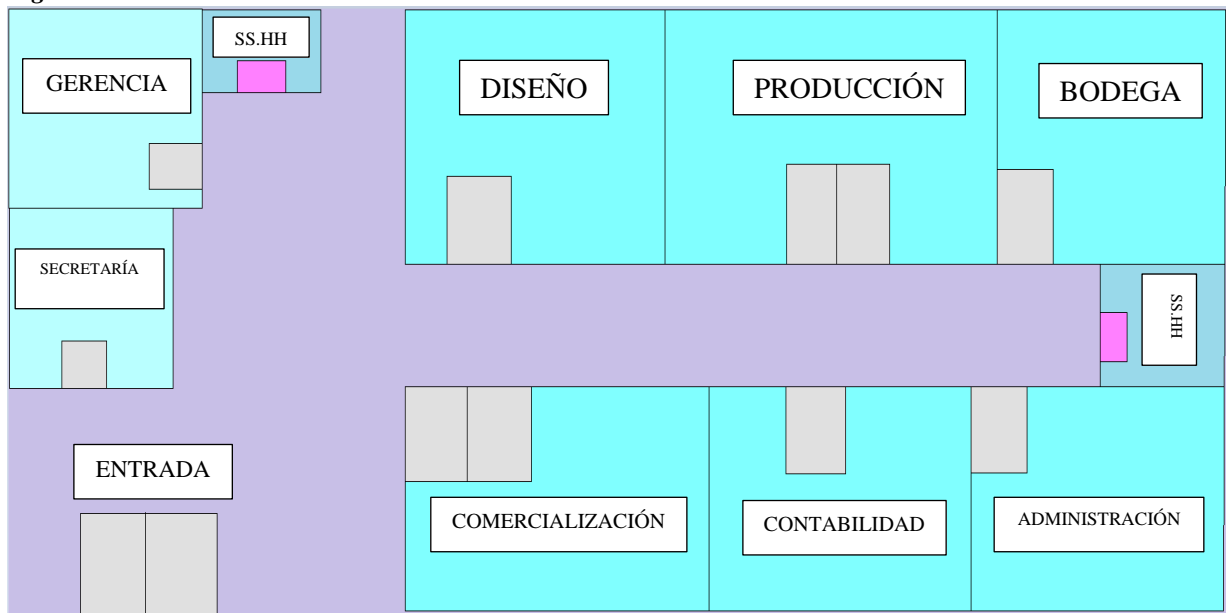
Fuente: Encuesta al mercado

Elaborado por: La autora

3.5.3.2 Diseño planimétrico de la planta

La empresa será diseñada conforme a su principal actividad a la que se va a dedicar que en este caso es a la producción y comercialización de productos elaborados con desechos textiles, por ende, sus áreas serán construidas de acuerdo a la utilización que se le dará a cada uno de ellos.

Figura 33: Planta Física



Fuente: Propia

Elaborado por: La autora

3.5.3.3 Requerimientos por áreas

Las áreas que se indican a continuación son fundamentales para poner en marcha la funcionalidad de la empresa, por ende, se detallan los siguientes departamentos con sus respectivos requerimientos:

- a. **Área de Gerencia:** esta área contará con un escritorio y dos sillas, una computadora, un teléfono, y otros suministros de oficina.
- b. **Área de Secretaría:** contará con un escritorio, dos sillas, una computadora, una impresora, un teléfono y otros suministros de oficina.

- c. **Área de Administración:** estará conformada por un escritorio, dos sillas, una computadora, un teléfono y otros suministros de oficina.
- d. **Área de Contabilidad:** contará con un escritorio, dos sillas, una computadora, un teléfono y suministros de oficina.
- e. **Área de Diseño:** contará con una computadora para que el diseñador textil haga sus diseños de cada producto, un escritorio, una silla, un teléfono, etc.
- f. **Área de Producción:** en esta área se encontrarán las tres máquinas de coser que son fundamentales para la producción las cuales son: máquina recta, máquina overlock y la máquina recubridora; además, contará con una mesa de corte para sacar los moldes de cada artículo y tres sillas.
- g. **Área de Comercialización:** tendrá una computadora, un escritorio, un teléfono, una silla, etc.
- h. **Área de Bodega:** esta área estarán las herramientas de limpieza y un amplio espacio para guardar la materia prima y los productos terminados.

3.5.4 Identificación y descripción de los procesos

3.5.4.1 Caracterización y diseño del producto/servicio

Productos como ropa de muñecos, pañoletas para mascotas y organizadores de espacios; pueden ser elaborados a base de desechos de materia prima textiles, es por ello que, para la fabricación de los tres productos se utilizará como principal material la tela reciclada que surge de las empresas textiles.

Estos productos tendrán su respectivo proceso de elaboración, los tres productos tendrán un alto porcentaje de materia prima que es la tela, es decir, la ropa de muñecos será fabricada con telas como el algodón que posee diferentes colores y texturas, y que el producto terminado puede ser utilizado por todo tipo de muñecos las cuales son barbies,

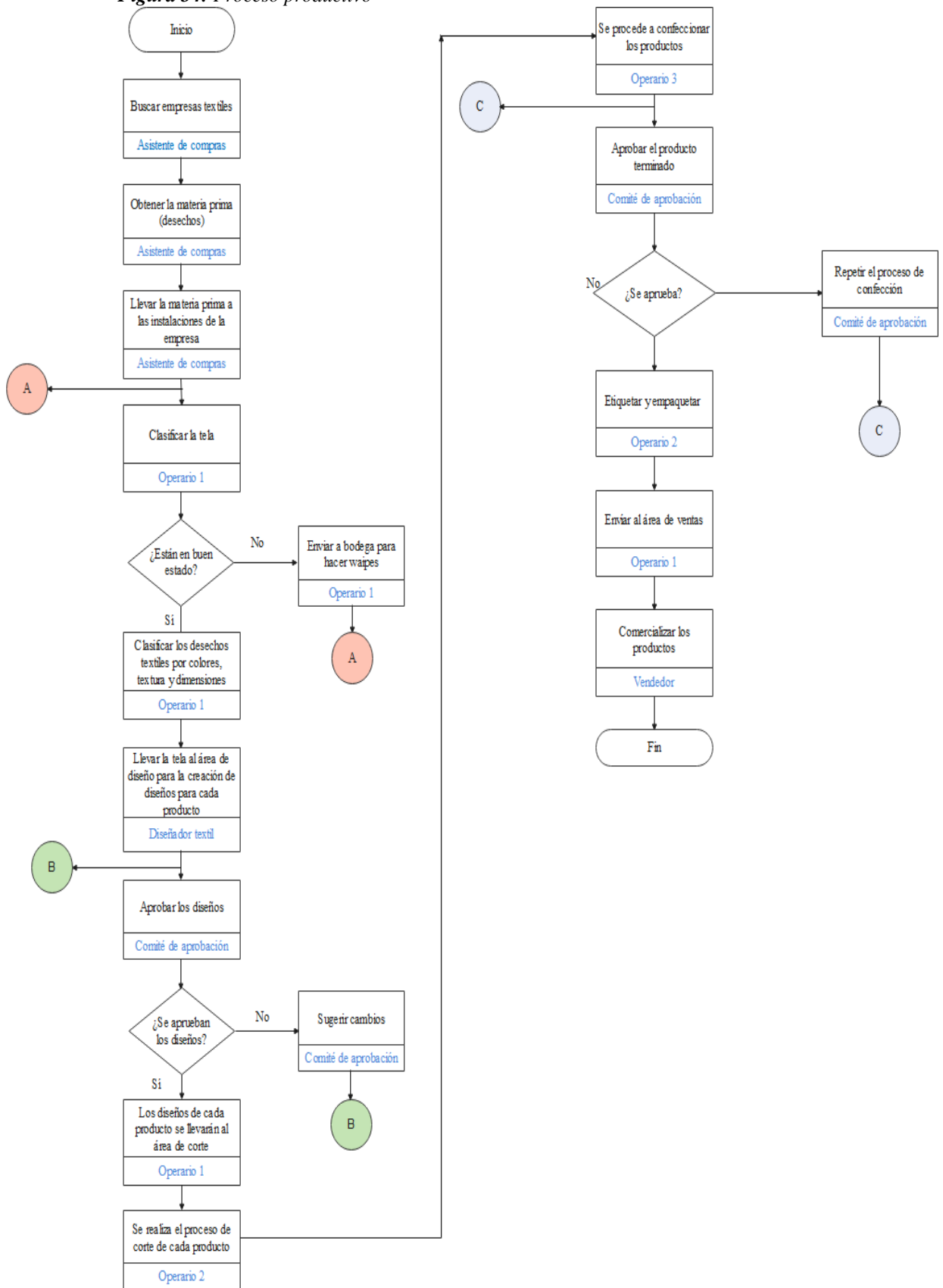
muñecos de trapo, etc. De igual manera las pañoletas tendrán diferentes tamaños y colores, y, por último, los organizadores de espacios estarán hechos con telas de algodón ya que este tipo de tela es la que más se utiliza para la producción de objetos de tela por su fácil lavado y secado, además, tendrán dimensiones de 35 cm de ancho x 25 cm de largo para utilizarlos en los cajones de armarios, escritorios, etc. En este producto se implementará también un porcentaje de cartón reutilizado y por supuesto que esté en buen estado con el fin de que su base sea más resistente.

Para la comercialización de estos productos se los realizará por medio de bolsos ecológicos que pueden ser reutilizados para llevar cualquier otro producto y a la misma vez poder concientizar a la población sobre la gravedad de la contaminación ambiental.

3.5.4.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

Para la elaboración de los tres productos que se van a ofrecer lo primero que se realizará es buscar empresas textiles las cuales aporten con cantidades de telas que ya no van hacer utilizadas por dichas empresas. Una vez obtenida la materia prima, se la llevará a las instalaciones de la empresa para después separar la tela servible de la no servible y luego clasificarla por colores, texturas y dimensiones y así poder llevar el material a almacenamiento. Para comprender mejor el proceso productivo de los artículos se emplea un diagrama de flujo que se presenta a continuación:

Figura 34: Proceso productivo



Fuente: Propia

Elaborado por: La autora

3.5.5 Estructura organizativa y administrativa

3.5.5.1 Misión

En la empresa EcoMundo ofrecemos una amplia gama de productos elaborados con material textil reciclado, satisfaciendo los requerimientos de los clientes y a la vez contribuyendo con el cuidado del medio ambiente.

3.5.5.2 Visión

Para el 2025 ser una empresa líder en la industria verde en la fabricación de productos con materia prima textil reciclada a nivel nacional y ser capaz de competir con otras empresas aumentando así un alto porcentaje de ingresos.

3.5.5.3 Políticas

- Los operarios optimizarán los recursos materiales en la fabricación de los productos.
- El gerente difundirá información de las políticas ambientales al personal de la empresa.
- El gerente realizará el presupuesto general de la empresa el último trimestre del año.
- El personal administrativo se encargará de la capacitación laboral en la empresa para que cada trabajador tenga claro las funciones y responsabilidades que debe cumplir.
- El contador presentará los estados financieros de la empresa el último mes de cada año.
- El vendedor presentará los productos a los clientes de manera transparente, sin información engañosa y con los precios establecidos.

3.5.5.4 *Valores*

1. **Medio ambiente:** tener en claro que el compromiso de la empresa con el medio ambiente es esencial, los trabajadores tendrán presente que al momento de la elaboración de los productos estas deben ser aprovechadas al máximo para no generar un alto índice de desperdicios.
2. **Responsabilidad:** brindar un gran esfuerzo en el proceso de producción de cada artículo para que se vea reflejado en la calidad pues se les entregarán a las personas los mejores productos utilizando las herramientas necesarias de manera adecuada para que los clientes se sientan satisfechos al momento de tener el producto final en sus manos.
3. **Respeto:** este valor es primordial pues es muy importante que exista una buena convivencia entre las personas que trabajan en la empresa, el personal debe tratar con respeto a los clientes que se acerquen a adquirir dichos productos para tener una buena imagen ante ellos.
4. **Trabajo en Equipo:** generar un alto rendimiento de la empresa mediante la unión de esfuerzos del personal que trabajará en la entidad para lograr los objetivos que se desean alcanzar, así será posible resolver cualquier inconveniente que se presente a futuro.
5. **Innovación:** trabajar constantemente para tener nuevas ideas y así poder mejorar los productos que se van a ofrecer al mercado.

3.5.5.5 *Marca e imagen corporativa*

La empresa de este proyecto de emprendimiento se denomina EcoMundo, pues como se trata de una entidad que se dedica a la elaboración de productos con telas recicladas su principal objetivo es contribuir a la disminución de la contaminación ambiental, por ende,

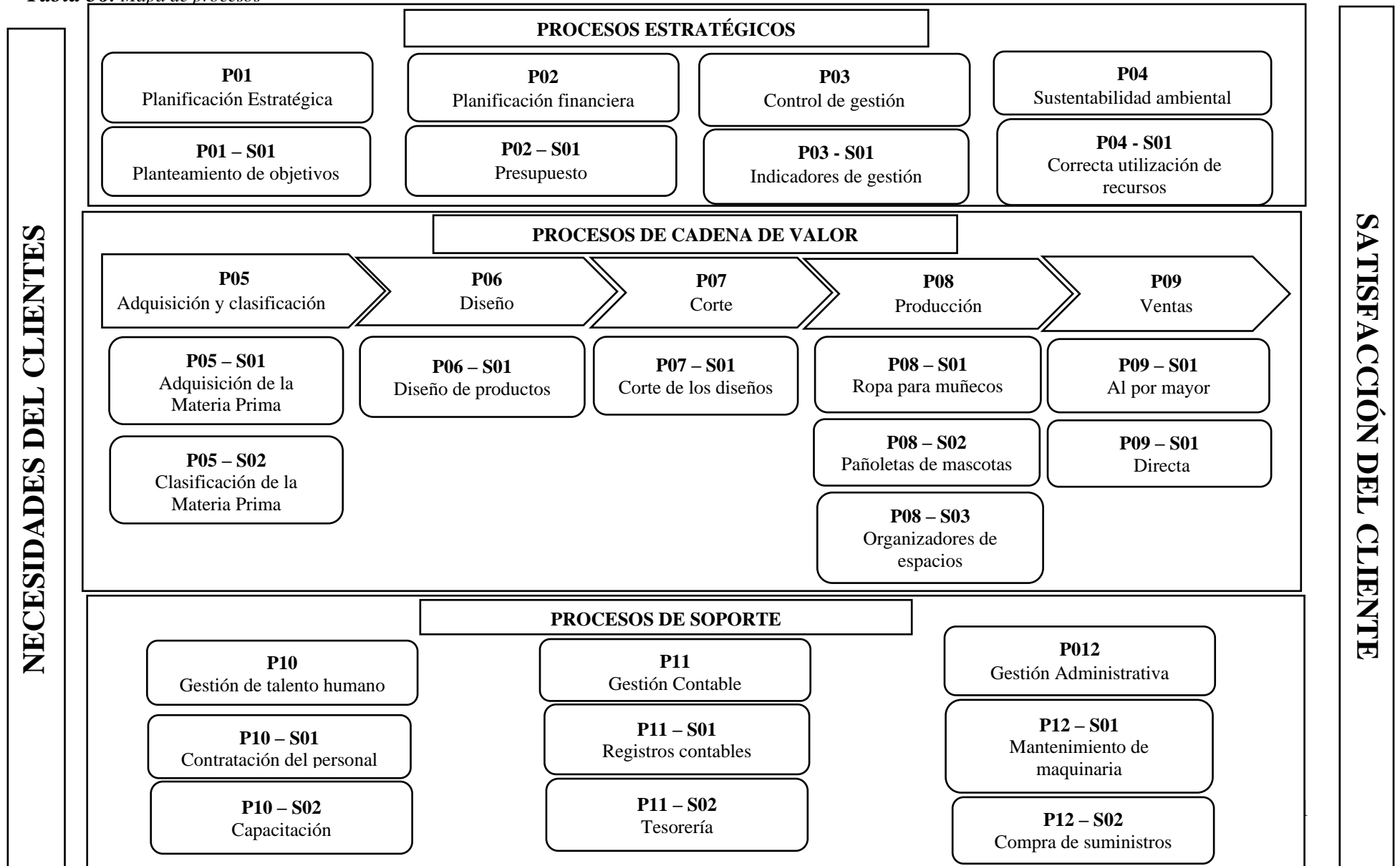
la palabra **Eco** se relaciona con el cuidado del medioambiente y **Mundo** con el cuidado del medio ambiente en todo el mundo.

El color elegido para la imagen de la empresa es el verde claro y oscuro, ya que este color representa el mundo natural, la tranquilidad y la paz que transmite la naturaleza; y sobre todo simboliza el lugar no contaminado en el que debemos vivir los seres vivos.

El logo es el gráfico del mundo en donde vivimos todos, a excepción de que en todo su alrededor es de color verde, pues representa uno de los objetivos que tiene esta empresa y es que lo que se quiere que los lugares del planeta tengan más zonas verdes.

3.5.5.6 Mapa de proceso

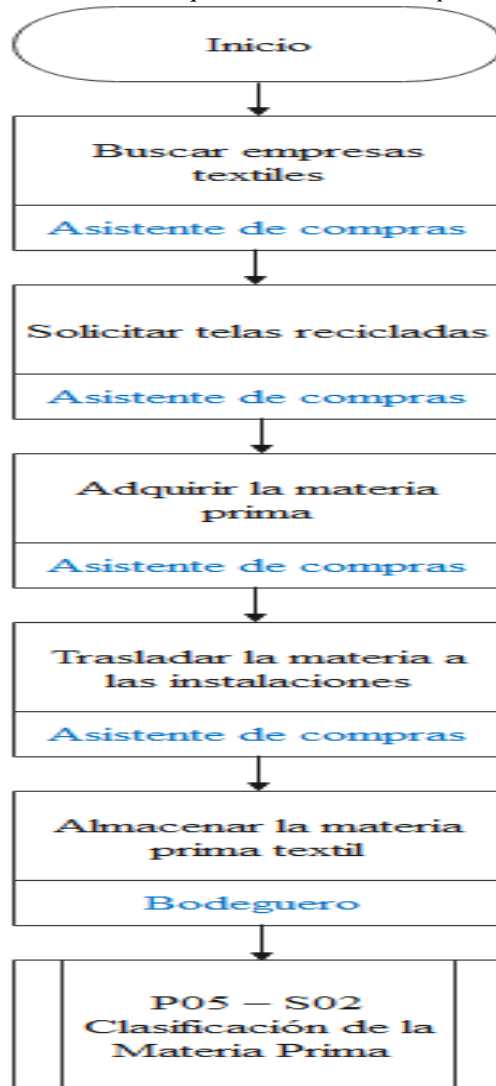
Tabla 56: Mapa de procesos



3.5.5.7 Flujograma de actividades

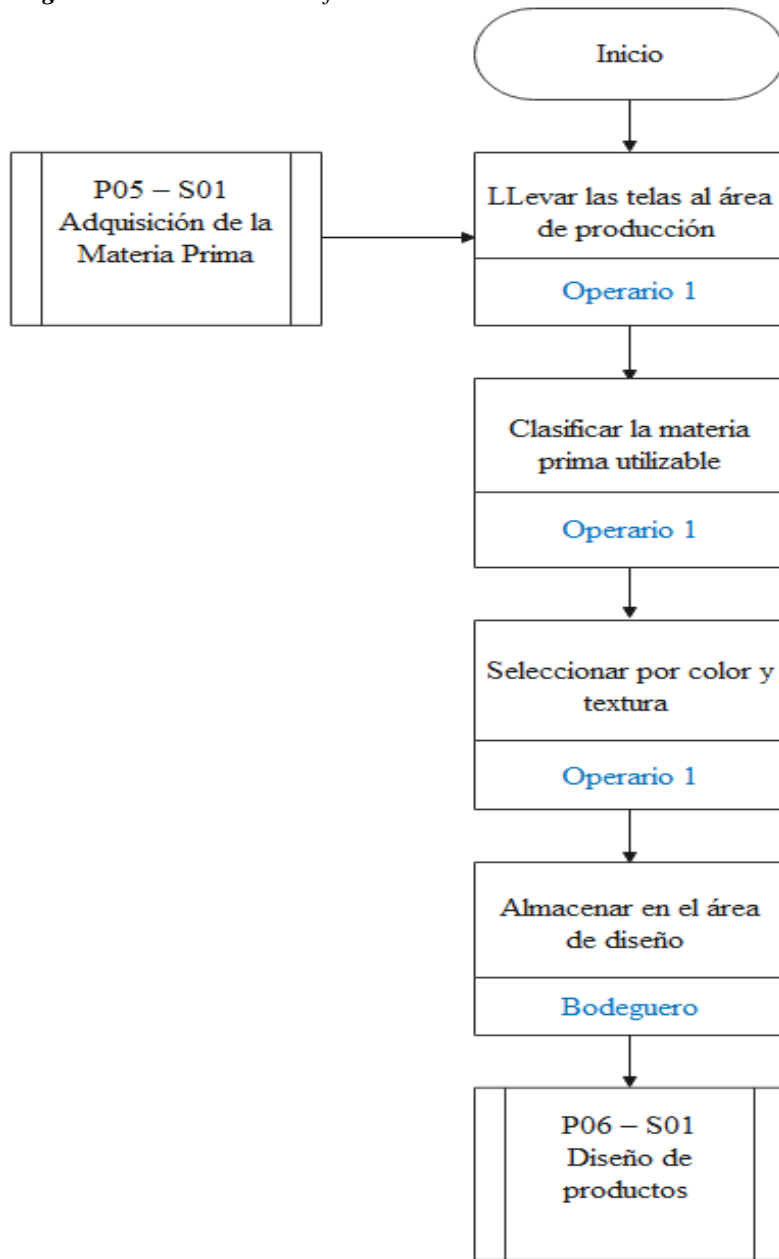
El flujograma de actividades indica el procedimiento que se debe realizar en un determinado proceso para conocer paso a paso la secuencia que tendrá dicha actividad, en el presente proyecto de emprendimiento este diagrama es utilizado para tener conocimiento acerca del proceso de la elaboración de los tres productos las cuales tendrán un inicio, una decisión que se debe tomar y un final. A continuación, se presentan los siguientes diagramas de flujo que se diseñaron para conocer el proceso de dichas actividades:

Figura 35: P05 – S01: Adquisición de la materia prima



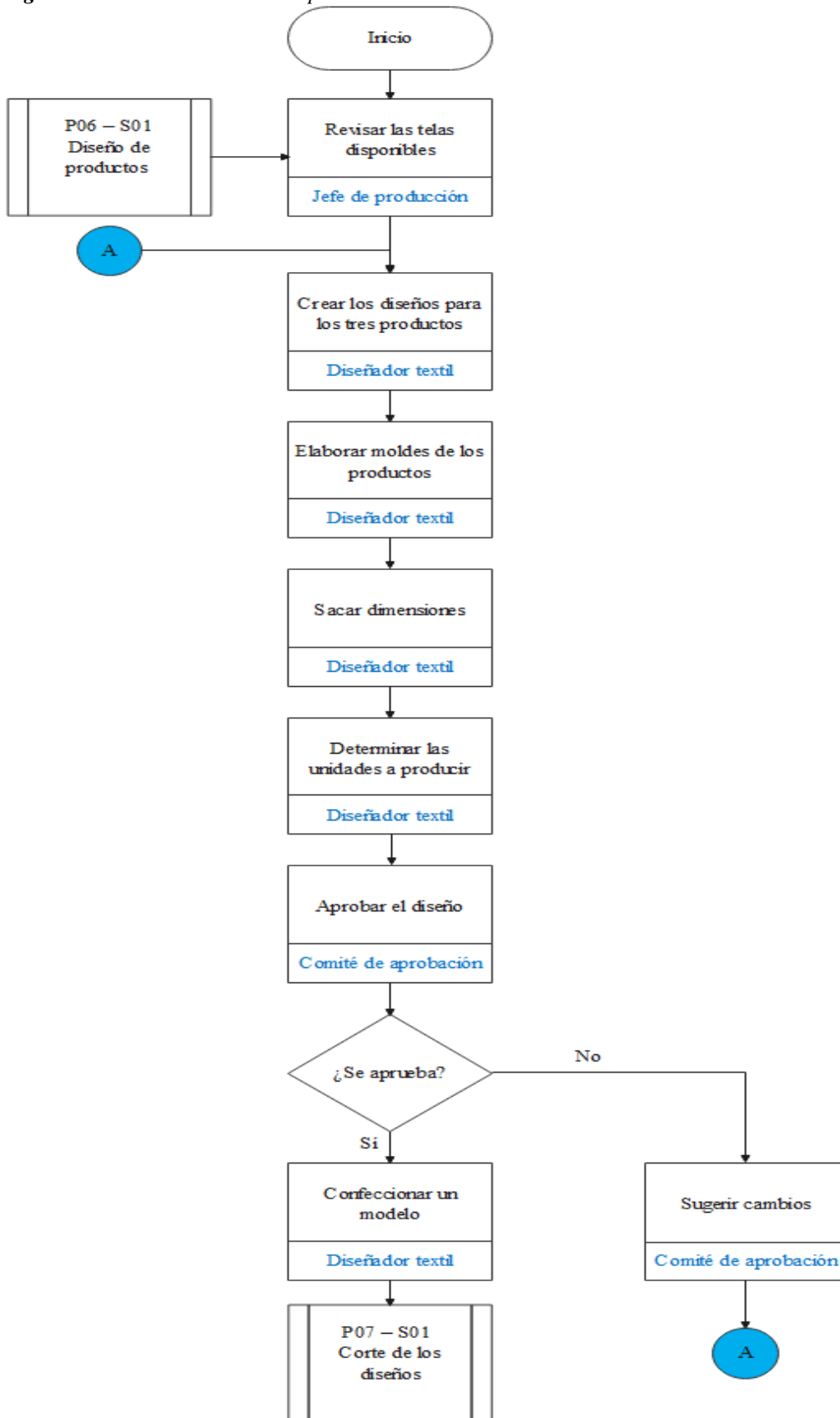
Elaborado por: La Autora
Fuente: Mapa de procesos

Figura 36: P05 – S02: Clasificación de la Materia Prima



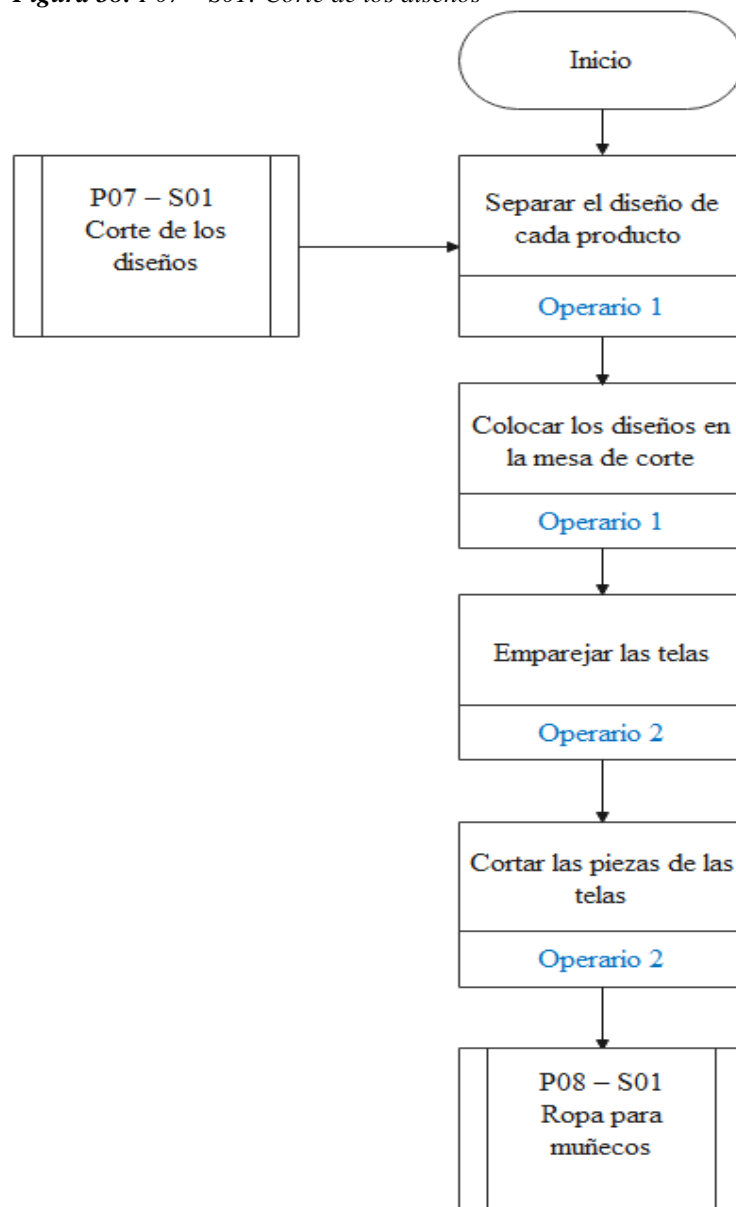
Elaborado por: La Autora
Fuente: Mapa de procesos

Figura 37: P06 – S01: Diseño de productos



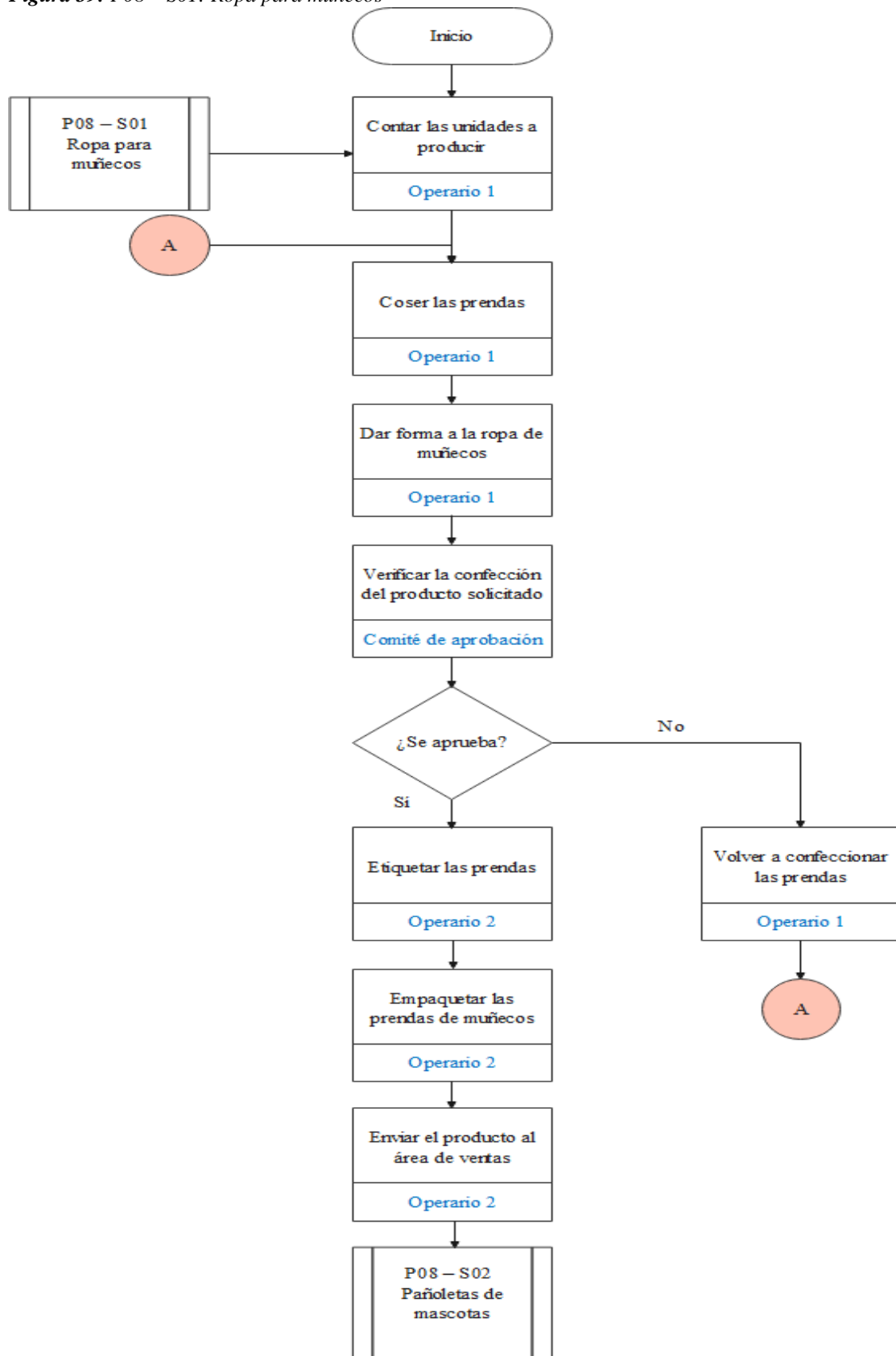
Elaborado por: La Autora
Fuente: Mapa de procesos

Figura 38: P07 – S01: Corte de los diseños



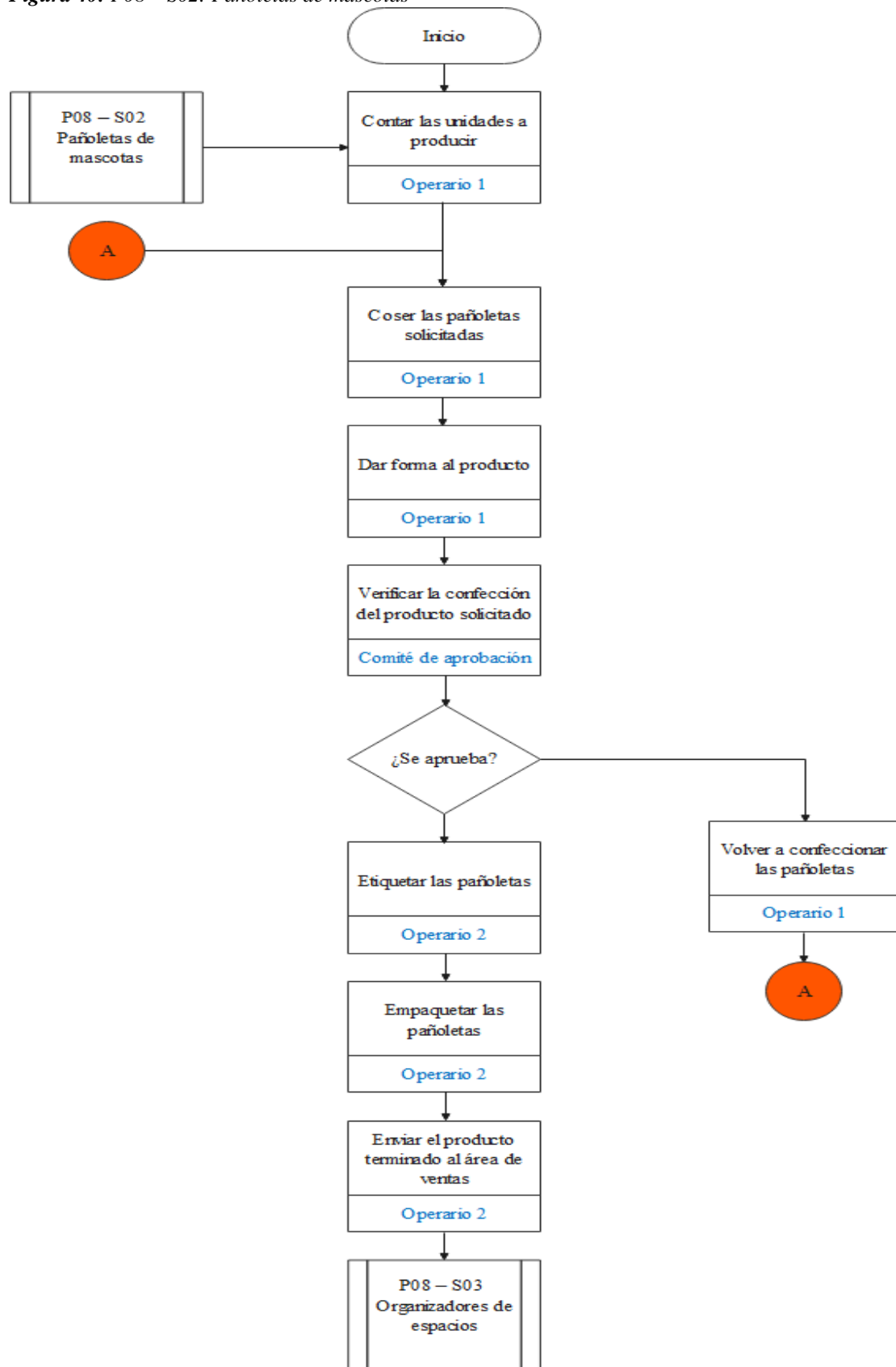
Elaborado por: La Autora
Fuente: Mapa de procesos

Figura 39: P08 – S01: Ropa para muñecos



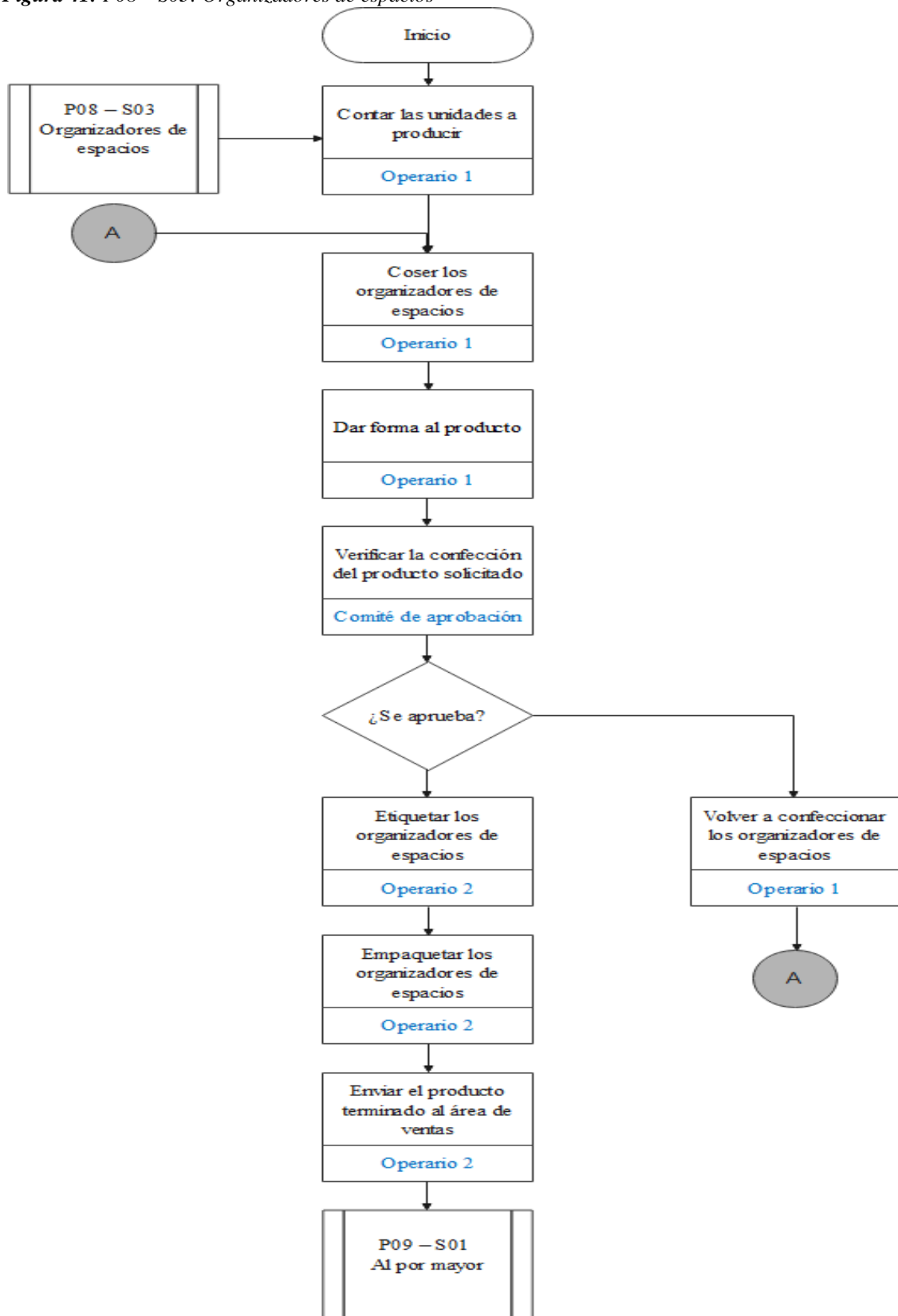
Elaborado por: La Autora
Fuente: Mapa de procesos

Figura 40: P08 – S02: Pañoletas de mascotas



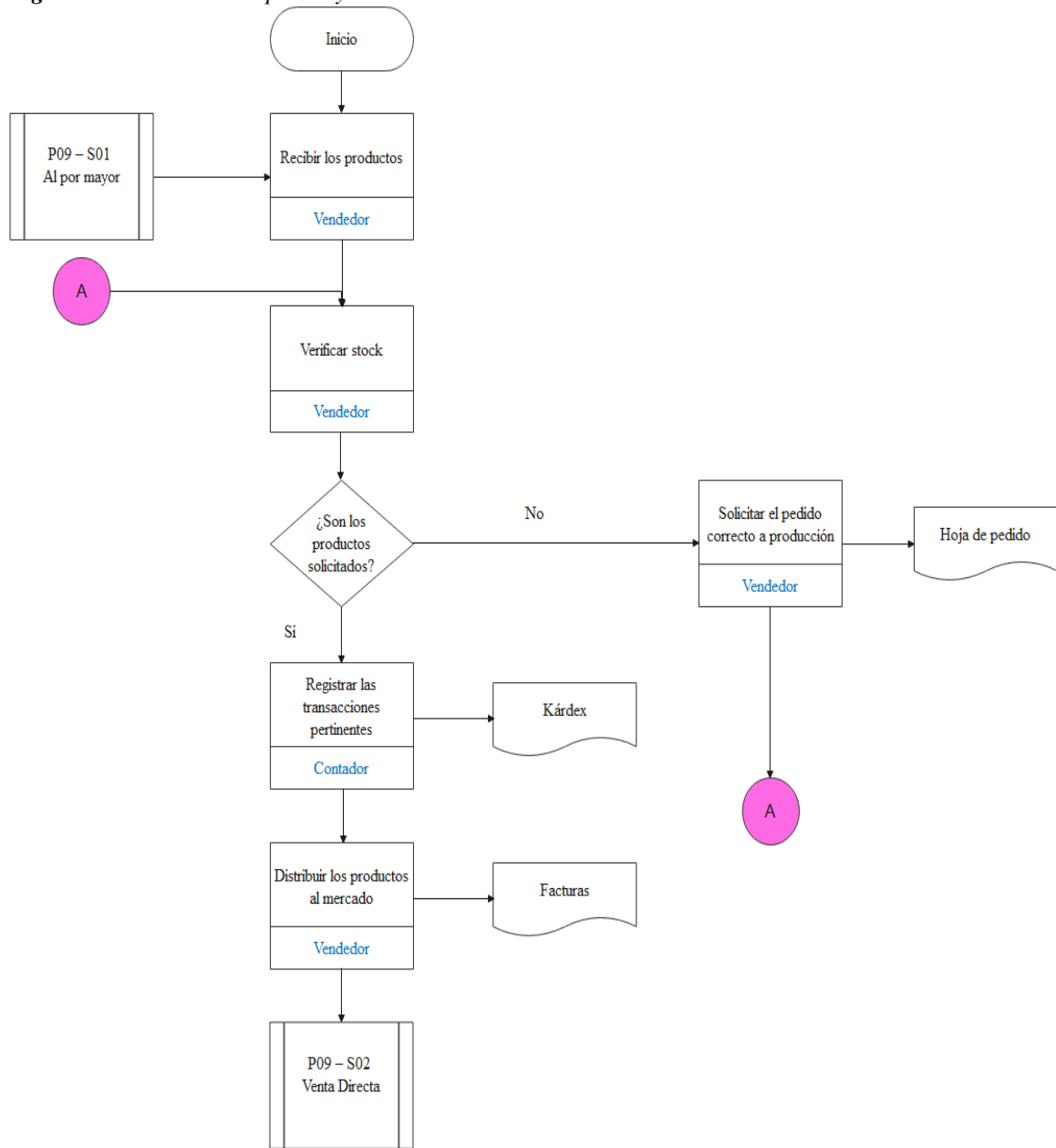
Elaborado por: La Autora
Fuente: Mapa de procesos

Figura 41: P08 – S03: Organizadores de espacios



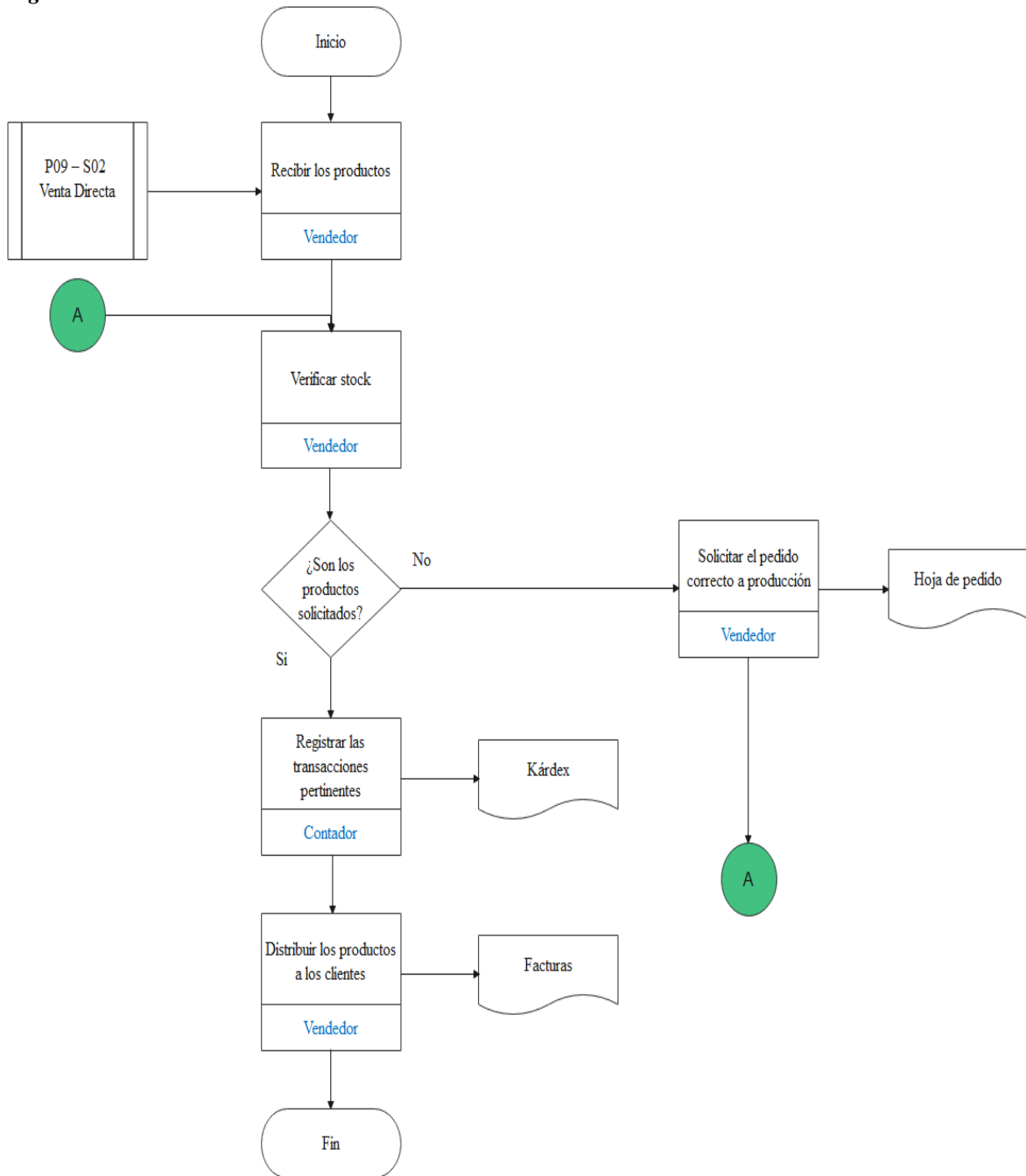
Elaborado por: La Autora
Fuente: Mapa de proceso

Figura 42: P09 – S01: Al por mayor



Elaborado por: La Autora
Fuente: Mapa de procesos

Figura 43: P09 – 02: Venta Directa



Elaborado por: La Autora
Fuente: Mapa de procesos

3.5.5.8 Descripción del diagrama de flujo

Cada diagrama de flujo tiene su correspondiente descripción del cómo se efectúa cada una de las actividades que se implementan en cada proceso que se realizará en la producción y comercialización de los productos que ofrecerá la empresa. Estas son las actividades que se van a realizar para poner en marcha la compañía:

1. Subproceso – S01: Adquisición de la materia prima

Tabla 57: Subproceso – S01: Adquisición de la materia prima

Proceso - P05: Subproceso - S01:	Adquisición y clasificación Adquisición de la materia prima	
Actividad	Descripción	Responsable
Buscar empresas textiles	Se buscará empresas textiles que ofrezcan o vendan desechos de telas para su adquisición.	Asistente de compras
Solicitar telas recicladas	Las telas serán adquiridas independientemente de los colores, texturas, dimensiones u otras características que estas posean.	Asistente de compras
Adquirir la materia prima	Una vez adquirida las telas, se conversará con el personal superior de cada empresa acerca de que, si la tela ya no va a ser utilizada en la producción, que sea reservada para su posterior compra.	Gerente, Asistente de compras
Trasladar la materia a las instalaciones	Se traslada el material obtenido en un camión hacia las instalaciones de la empresa.	Asistente de compras
Almacenar la materia prima textil	Toda la materia prima será almacenada en bodega una vez que descienda del camión.	Bodeguero

Elaborado por: La autora

2. Subproceso – S02: Clasificación de la materia prima

Tabla 58: Subproceso - S02: Clasificación de la materia prima

Proceso - P05: Subproceso - S02:	Adquisición y clasificación Clasificación de la materia prima	
Actividad	Descripción	Responsable
Llevar las telas al área de producción	Se transportará todo el material a producción para su respectiva separación.	Operario 1
Clasificar la materia prima utilizable	Se ubicarán los desechos en el mostrador para ser clasificados por dos categorías: el material servible y la no servible.	Operario 1
Seleccionar por color y textura	De las telas servibles, se las reclasificará por colores, texturas, dimensiones y otras características.	Operario 1
Almacenar en el área de diseño	Todo el material clasificado para la producción será almacenado en el área de diseño.	Bodeguero

Elaborado por: La autora

Fuente: Diagrama de flujo

3. Subproceso - S01: Diseño de productos

Tabla 59: Subproceso - S01: Diseño de productos

Proceso - P06: Subproceso - S01:	Diseño Diseño de productos	
Actividad	Descripción	Responsable
Revisar las telas disponibles	Se verificará la cantidad de tela para el diseño de los tres productos que serán fabricados.	Jefe de producción
Crear los diseños para los tres productos	Se buscará e implementará el diseño correspondiente para que cada producto sea innovador.	Diseñador textil

Elaborar moldes de los productos	Teniendo el diseño, se procede a elaborar los moldes de los artículos en cartón.	Diseñador textil
Sacar dimensiones	Con ayuda de una cinta métrica y una tiza de sastre se señalará la tela para saber las dimensiones que cada producto tendrá.	Diseñador textil
Determinar las unidades a producir	Cuando se tenga las dimensiones y los diseños se tendrá un aproximado de cuántos productos se obtendrán del total de telas utilizadas.	Diseñador textil
Aprobar el diseño	Teniendo ya el diseño y la cantidad de los productos que se van a fabricar, se procede a mostrar el diseño al comité de aprobación para conocer sus opiniones.	Comité de aprobación
¿Se aprueba?	Sí	Diseñador textil
	Si se aprueban los diseños, lo siguiente que se hará es confeccionar el producto.	
¿Se aprueba?	No	Comité de aprobación
	Si no se aprueban los diseños, se aceptarán sugerencias por parte del comité de aprobación y se volverán a crear otros diseños con diferentes características hasta que el personal lo apruebe.	

Elaborado por: La autora
Fuente: Diagrama de flujo

4. Subproceso - S01: Corte de diseños

Tabla 60: Subproceso - S01: Corte de diseños

Proceso - P07: Subproceso - S01:	Corte Corte de los diseños	
Actividad	Descripción	Responsable
Separar el diseño de cada producto	Ya aceptados los diseños por el comité de aprobación, lo siguiente que se realizará es extraer de las bolsas los diseños de cada producto los cuales serán organizados y ubicados en su respectivo sitio.	Operario 1
Colocar los diseños en la mesa de corte	En la mesa de corte se verificará que esté la cantidad exacta de los diseños.	Operario 1
Emparejar las telas	Teniendo el material completo se selecciona las telas de acuerdo con los diseños que cada producto debe tener, con las mismas dimensiones y texturas.	Operario 2
Cortar las piezas de las telas	Cada pieza de tela que tenga el mismo diseño se le cortará al mismo tiempo con ayuda de la cortadora industrial.	Operario 2

Elaborado por: La autora

Fuente: Diagrama de flujo

5. Subproceso – P08 - S01: Producción ropa para muñecos

Tabla 61: Subproceso – P08 - S01: Producción ropa para muñecos

Proceso - P08: Subproceso – P08 - S01:	Producción Ropa para muñecos	
Actividad	Descripción	Responsable
Contar las unidades a producir	Preparados los diseños se procederá a verificar la cantidad exacta de los productos que serán confeccionados.	Operario 1
Coser las prendas	Las prendas serán llevadas al área de producción para unir las piezas con ayuda de la máquina recta.	Operario 1
Dar forma a la ropa de muñecos	Para dar forma a este artículo lo primordial es utilizar la máquina overlock, ya que une las piezas necesarias dándole el terminado requerido. Y mediante la máquina recubridora se dará el toque final.	Operario 1
Verificar la confección del producto solicitado	Cuando el producto esté confeccionado, se solicitará al comité que verifique la calidad de dicho artículo.	Comité de aprobación
¿Se aprueba?	Sí	Operario 2
	Si el comité aprueba el producto terminado, se procederá a etiquetar las prendas mediante la máquina overlock en donde constará el nombre de la empresa, la talla e instrucciones.	

	No	
	En el caso de no ser aceptadas las ropas de muñecos, serán devueltos a los operarios para su correcto y respectivo proceso de confección.	Operario 1
Empaquetar las prendas de muñecos	Una vez etiquetadas las ropas de muñecos, se realizará el empaque de los productos con su respectiva presentación y bolsas ecológicas.	Operario 2
Enviar los productos al área de ventas	Cuando el producto esté listo con su empaque, se enviarán de manera ordenada al área de ventas para su comercialización.	Operario 2

Elaborado por: La autora

Fuente: Diagrama de flujo

6. Subproceso - P08 - S02: Producción pañoletas para mascotas

Tabla 62: Subproceso - P08 - S02: Producción pañoletas para mascotas

Actividad	Descripción	Responsable
Contar las unidades a producir	Preparados los diseños se procederá a verificar la cantidad exacta de los productos que serán confeccionados.	Operario 1
Coser las pañoletas solicitadas	Las pañoletas serán llevadas al área de producción para unir las piezas con ayuda de la máquina recta.	Operario 1
Dar forma al producto	Para dar forma a este artículo lo primordial es utilizar la máquina overlock, ya que une las piezas	Operario 1

	necesarias dándole el terminado requerido. Y mediante la máquina recubridora se dará el toque final.	
Verificar la confección del producto solicitado	Cuando el producto esté confeccionado, se solicitará al comité que verifique la calidad de dicho artículo.	Comité de aprobación
¿Se aprueba?	Sí	Operario 2
	Si el comité aprueba el producto terminado, se procederá a etiquetar las pañoletas mediante la máquina overlock en donde constará el nombre de la empresa, la talla e instrucciones.	
	No	Operario 2
	En el caso de no ser aceptadas las pañoletas de mascotas, serán devueltos a los operarios para su correcto y respectivo proceso de confección.	
Empaquetar las pañoletas	Una vez etiquetadas las pañoletas para mascotas, se realizará el empaque de los productos con su respectiva presentación y bolsas ecológicas.	Operario 2
Enviar el producto terminado al área de ventas	Cuando el producto esté listo con su empaque, se enviarán de manera ordenada al área de ventas para su comercialización.	Operario 2

Elaborado por: La autora

Fuente: Diagrama de flujo

7. Subproceso - P08 - S03: Producción Organizadores de espacios

Tabla 63: Subproceso - P08 - S03: Producción Organizadores de espacios

Proceso - P08: Subproceso – P08 - S03:	Producción Organizadores de espacios	
Actividad	Descripción	Responsable
Contar las unidades a producir	Preparados los diseños se procederá a verificar la cantidad exacta de los productos que serán confeccionados.	Operario 1
Coser los organizadores de espacios	Los organizadores de espacios serán llevados al área de producción para unir las piezas con ayuda de la máquina recta.	Operario 1
Dar forma al producto	Para dar forma a este artículo lo primordial es utilizar la máquina overlock, ya que une las piezas necesarias dándole el terminado requerido. Y mediante la máquina recubridora se dará el toque final.	Operario 1
Verificar la confección del producto solicitado	Cuando el producto esté confeccionado, se solicitará al comité que verifique la calidad de dicho artículo.	Comité de aprobación
¿Se aprueba?	Sí	Operario 2
	Si el comité aprueba el producto terminado, se procederá a etiquetar los organizadores de espacios mediante la máquina overlock en donde constará el nombre de la empresa, la talla e instrucciones.	

	No	Operario 2
	En el caso de no ser aceptadas los organizadores de espacios, serán devueltos a los operarios para su correcto y respectivo proceso de confección.	
Empaquetar las pañoletas	Una vez etiquetadas los organizadores de espacios, se realizará el empaque de los productos con su respectiva presentación y bolsas ecológicas.	Operario 2
Enviar el producto terminado al área de ventas	Cuando el producto esté listo con su empaque, se enviarán de manera ordenada al área de ventas para su comercialización.	Operario 2

Elaborado por: La autora

Fuente: Diagrama de flujo

8. Subproceso - P09 - S01: Ventas al por mayor

Tabla 64: Subproceso - P09 - S01: Ventas al por mayor

Proceso - P09: Subproceso – P09 - S01:	Ventas Al por mayor	
Actividad	Descripción	Responsable
Recibir los productos	Los productos serán llevados al área de ventas de la empresa y serán recibidos por el vendedor.	Vendedor
Verificar stock	Se constatará que el inventario se encuentre en buen estado y que esté completo mediante el conteo físico.	Jefe de inventarios
	Sí	

¿Son los productos solicitados?	Se registrará en el kárdex los productos que van a ser comercializados.	Contador
	No	Jefe de inventarios
	Si los productos no son los solicitados, serán devueltos al área de producción para su respectivo cambio.	
Distribuir los productos al mercado	Realizado todos los procesos pertinentes, se procederá a distribuir los productos al mercado por medio de documentos comerciales como facturas y orden de pedido.	Vendedor

Elaborado por: La autora

Fuente: Diagrama de flujo

9. Subproceso - P09 - S02: Venta directa

Tabla 65: Subproceso - P09 - S02: Venta directa

Proceso - P09:	Ventas	
Subproceso – P09 - S02:	Venta directa	
Actividad	Descripción	Responsable
Recibir los productos	Los productos serán llevados al área de ventas de la empresa y serán recibidos por el vendedor.	Vendedor
Verificar stock	Se constatará que el inventario se encuentre en buen estado y que esté completo mediante el conteo físico.	Jefe de inventarios
	Sí	Contador
	Se registrará en el kárdex los productos que van a ser comercializados.	

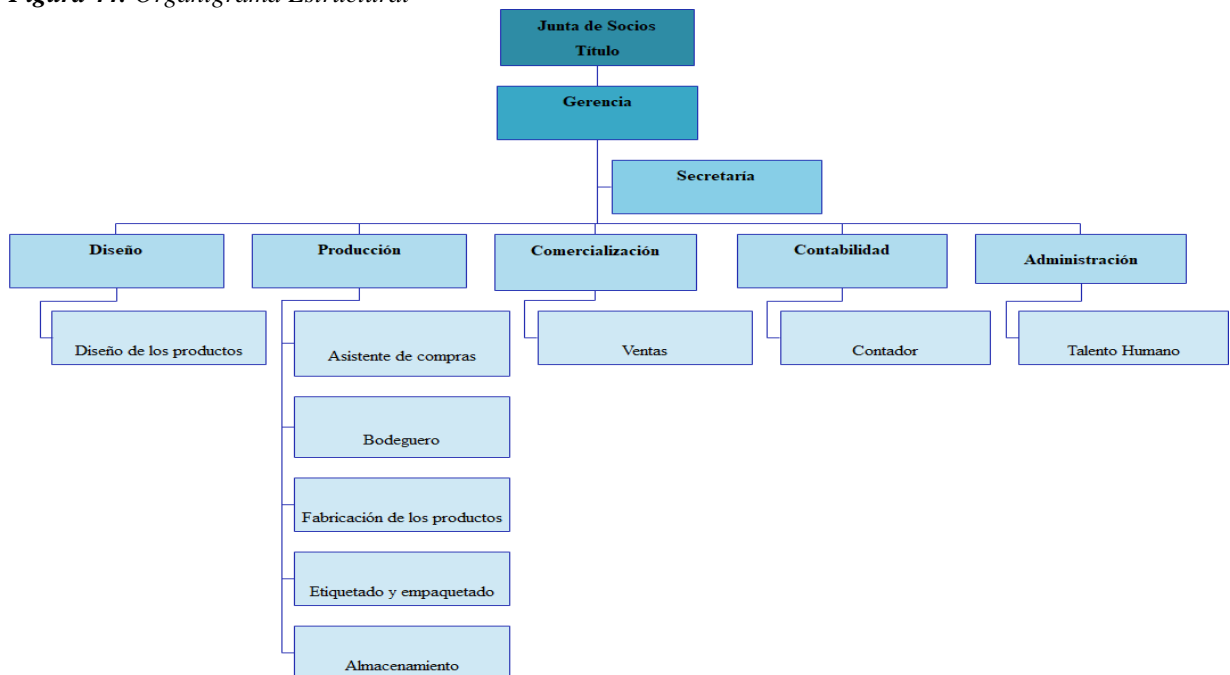
¿Son los productos solicitados?	No	Jefe de inventarios
	Si los productos no son los solicitados, serán devueltos al área de producción para su respectivo cambio.	
Distribuir los productos al mercado	Realizado todos los procesos pertinentes, se procederá a distribuir los productos directamente a los clientes por medio de facturas.	Vendedor

Elaborado por: La autora
Fuente: Diagrama de flujo

3.5.5.9 Organigrama

Un organigrama es una representación gráfica en donde indica las áreas que tendrá la empresa que entrará en función. Para este proyecto de emprendimiento se implementará el organigrama estructural pues ahí se detallarán los cargos y responsabilidades que cada área debe cumplir según las políticas que se establezca la empresa.

Figura 44: Organigrama Estructural




Elaborado por: La autora
Fuente: Propia

3.5.5.10 Manual de funciones

Un manual de funciones es aquel documento en donde permite conocer el perfil del personal que va a trabajar en una empresa, sus responsabilidades y las funciones que este debe cumplir al momento de realizar su trabajo.


Tabla 66: Manual de funciones - Gerente

	EcoMundo MANUAL DE FUNCIONES
Codificación: MF - 001 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27 de julio de 2021	
Cargo: Gerente	Área: Gerencia
Jefe inmediato superior: Junta de socios	Número de personas a cargo: Contador Secretaria Jefe de inventarios
Objetivo: Supervisar a los trabajadores que hagan un buen uso de los diferentes recursos que posee la entidad para llevar a cabo el buen funcionamiento de la empresa.	
Perfil del cargo: <ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en Ingeniería Textil, Ingeniería Ambiental, Administración de Empresas o afines. • Experiencia de 3 años en adelante en cargos similares. • Tener una relación estrecha con empresas que trabajen con bajos índices de contaminación ambiental. 	
Funciones principales: <ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar las diferentes actividades que se realizarán dentro en la entidad con anticipación. 2. Tomar decisiones acertadas al momento en el que se presente algún inconveniente para el beneficio de la empresa. 3. Administrar adecuadamente los recursos económicos de la empresa. 4. Dirigir de manera imparcial al personal que labora en la entidad. 5. Participar en programas o talleres que ayuden a la prevención de la contaminación ambiental. 	

Elaborado por: La autora


Fuente: Propia

Tabla 67: Manual de funciones - Contador

	<p>EMPRESA EcoMundo MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>Codificación: MF - 002 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27 de julio de 2021</p>	
<p>Cargo: Contador</p>	<p>Área: Contabilidad</p>
<p>Jefe inmediato superior: Gerente</p>	<p>Número de personas a cargo: Asistente de compras Jefe de inventarios</p>
<p>Objetivo: Proporcionar información financiera transparente a la gerencia para una correcta toma de decisiones que beneficiarán a la empresa.</p>	
<p>Perfil del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría, Administración de Empresas o afines. • Experiencia de 2 años en adelante en cargos similares. 	
<p>Funciones principales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Registrar los asientos contables que realiza la empresa. <ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar estados financieros según el tiempo en el que sean requeridos, pueden ser de manera semanal, mensual o anual. 2. Presentar los balances de pérdidas y ganancias. 3. Supervisar que los recursos financieros sean utilizados de manera correcta. 4. Realizar los roles de pago del personal a tiempo. 5. Efectuar el pago de los servicios básicos. 6. Aplicar el control interno para el buen desarrollo de las funciones en cada área de la empresa. 	

Elaborado por: La autora
Fuente: Propia


Tabla 68: Manual de funciones - Diseñador textil

	<p>EMPRESA EcoMundo MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>Codificación: MF - 003 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27 de julio de 2021</p>	
<p>Cargo: Diseñador textil</p>	<p>Área: Diseño</p>
<p>Jefe inmediato superior: Gerente</p>	<p>Número de personas a cargo: Operarios Bodeguero</p>
<p>Objetivo: Realizar diseños innovadores para cada producto que se va a ofertar al mercado y así expandir la comercialización.</p>	
<p>Perfil del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en Ingeniería en Textil o afines. • Experiencia de 5 años en adelante en cargos similares. • Tener un amplio conocimiento sobre la aplicación de las leyes ambientales que rigen en el país. 	
<p>Funciones principales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elegir de manera inteligente la materia prima, los colores, la textura, y dimensiones. <ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar las combinaciones adecuadas de los colores para cada producto. 2. Obtener diseños con características innovadoras. 3. Realizar diseños que ocupen el espacio exacto para evitar las sobras de telas. 4. Supervisar el proceso de producción de los artículos desde su principio hasta su fin. 	

Elaborado por: La autora

Fuente: Propia


Tabla 69: Manual de funciones - Asistente de compras

	<p>EMPRESA EcoMundo MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>Codificación: MF - 004 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27 de julio de 2021</p>	
<p>Cargo: Asistente de compras</p>	<p>Área: Producción</p>
<p>Jefe inmediato superior: Jefe de producción</p>	<p>Número de personas a cargo: Operarios de producción</p>
<p>Objetivo: Buscar los desechos de materia prima en las diferentes empresas textiles de la ciudad de Atuntaqui.</p>	
<p>Perfil del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller. • No necesita experiencia. 	
<p>Funciones principales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar la adquisición o compra de los desechos de la materia prima textil. <ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitar cotizaciones de precios para la compra de los desechos. 2. Presentar los balances de pérdidas y ganancias. 3. Analizar el material que se está adquiriendo. 4. Buscar nuevos proveedores. 5. Cumplir con las políticas del cuidado del medio ambiente. 6. Supervisar que ningún desperdicio sea arrojado al basurero. 	

Elaborado por: La autora

Fuente: Propia


Tabla 70: Manual de funciones - jefe de producción

	<p>EMPRESA EcoMundo MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>Codificación: MF - 005 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27 de julio de 2021</p>	
<p>Cargo: Jefe de producción</p>	<p>Área: Producción</p>
<p>Jefe inmediato superior: Gerente</p>	<p>Número de personas a cargo: Operarios de producción</p>
<p>Objetivo: Supervisar el proceso que tienen los productos al momento de ser fabricadas, teniendo un estricto control de calidad y sobre todo reutilizando correctamente los desechos textiles.</p>	
<p>Perfil del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller. • Experiencia del cargo de 2 años en adelante. 	
<p>Funciones principales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar una estricta supervisión de los recursos materiales que se utilizarán para la elaboración de los productos. <ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar toda la materia prima para tener un bajo porcentaje de residuos textiles en la producción de cada producto. 2. Asegurarse de que el producto terminado sea supervisado con su debido control de calidad. 	

Elaborado por: La autora

Fuente: Propia

Tabla 71: Manual de funciones -Bodeguero

	<p>EMPRESA EcoMundo MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>Codificación: MF - 006 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27 de julio de 2021</p>	
<p>Cargo: Bodeguero</p>	<p>Área: Producción</p>
<p>Jefe inmediato superior: Jefe de producción</p>	<p>Número de personas a cargo: Operario de ventas</p>
<p>Objetivo: Almacenar los inventarios de la empresa mediante el registro correcto de cada una de ellas, verificando su buen estado y clasificándolos de manera ordenada.</p>	
<p>Perfil del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller. • Debe tener experiencia en cargos similares mínimo 1 año. 	
<p>Funciones principales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Clasificar los tres productos: ropa para muñecos, pañoletas para mascotas y los organizadores de espacios. <ol style="list-style-type: none"> 1. Verificar que los productos lleguen a bodega en perfecto estado. 2. Distribuir los productos al área de comercialización para su respectiva venta al mercado. 	

Elaborado por: La autora

Fuente: Propia


Tabla 72: Manual de funciones - Operario de producción

	<p>EMPRESA EcoMundo MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>Codificación: MF - 007 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27 de julio de 2021</p>	
<p>Cargo: Operario de producción</p>	<p>Área: Producción</p>
<p>Jefe inmediato superior: Jefe de producción</p>	<p>Número de personas a cargo:</p>
<p>Objetivo: Confeccionar los productos solicitados por el comité de aprobación de la empresa con las respectivas características que tiene cada producto.</p>	
<p>Perfil del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller • Experiencia en corte y confección mínimo 3 años. 	
<p>Funciones principales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fabricar en gran cantidad los productos que se solicita en el menor tiempo posible. <ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar la maquinaria, la materia prima y otros recursos que se necesitan para la elaboración de dichos productos de forma responsable. 2. Cuidar las herramientas que se utilizan para la confección de los productos para disminuir los gastos que puede generar las maquinarias u otros insumos. 3. Comunicar al personal responsable del área de producción cualquier inconveniente que puede presentarse en el transcurso del día. 	

Elaborado por: La autora

Fuente: Propia

Tabla 73: Manual de funciones - Vendedor

	<p>EMPRESA EcoMundo MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>Codificación: MF - 008 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27 de julio de 2021</p>	
<p>Cargo: Vendedor</p>	<p>Área: Ventas</p>
<p>Jefe inmediato superior: Jefe de producción</p>	<p>Número de personas a cargo: 0</p>
<p>Objetivo: Ofrecer los productos a los clientes para comercializarlos y de este modo asegurar el mercado para así generar ingresos a la empresa.</p>	
<p>Perfil del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller • Experiencia de 6 meses en adelante en esta área. 	
<p>Funciones principales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Atender a los clientes con amabilidad y respeto. <ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer a los clientes los productos que se desean vender. 2. Tener conocimiento acerca de los productos que se van a ofrecer para resolver cualquier duda que tenga el cliente. 3. Saber expresarse con los clientes para que ellos se sientan en confianza y puedan adquirir los artículos. 4. Tener seguridad al momento de hablar con los clientes acerca de los productos. 	

Elaborado por: La autora

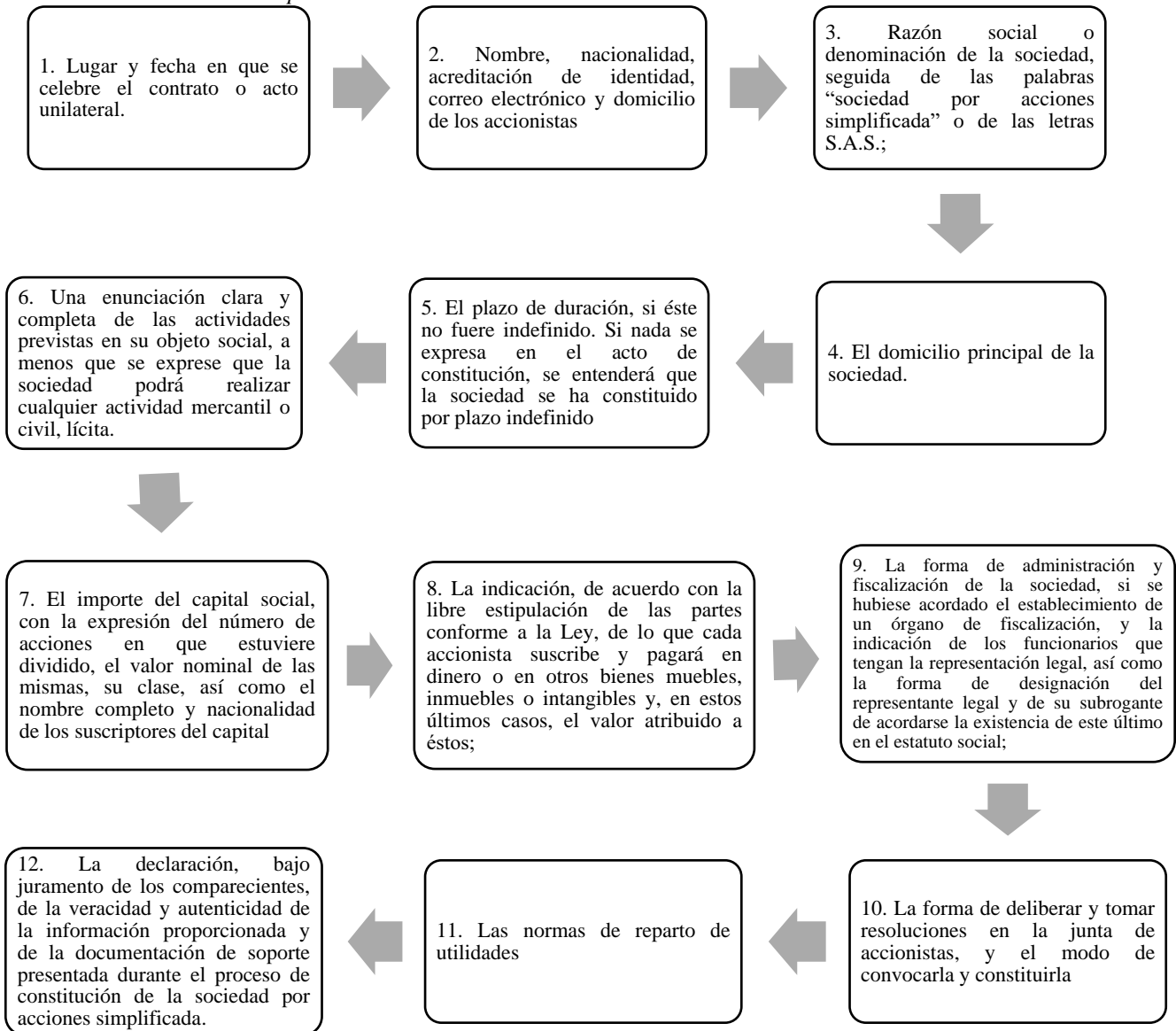
Fuente: Propia

3.5.6 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual

3.5.6.1 Tipo de empresa a constituir

El tipo de empresa que se desea crear en este proyecto de emprendimiento es una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), ya que para su constitución se lo podrá realizar por internet pues en estos tiempos de pandemia del COVID – 19 es difícil salir a realizar los trámites necesarios para poder constituir una empresa. Otras de las razones fundamentales es que cada accionista se hace responsable del porcentaje que aportó a la empresa y más no por el total de la empresa. A continuación, se detallan las gestiones que se deben realizar para poder constituir una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S):

Tabla 74: Gestiones para constituir una S.A.S



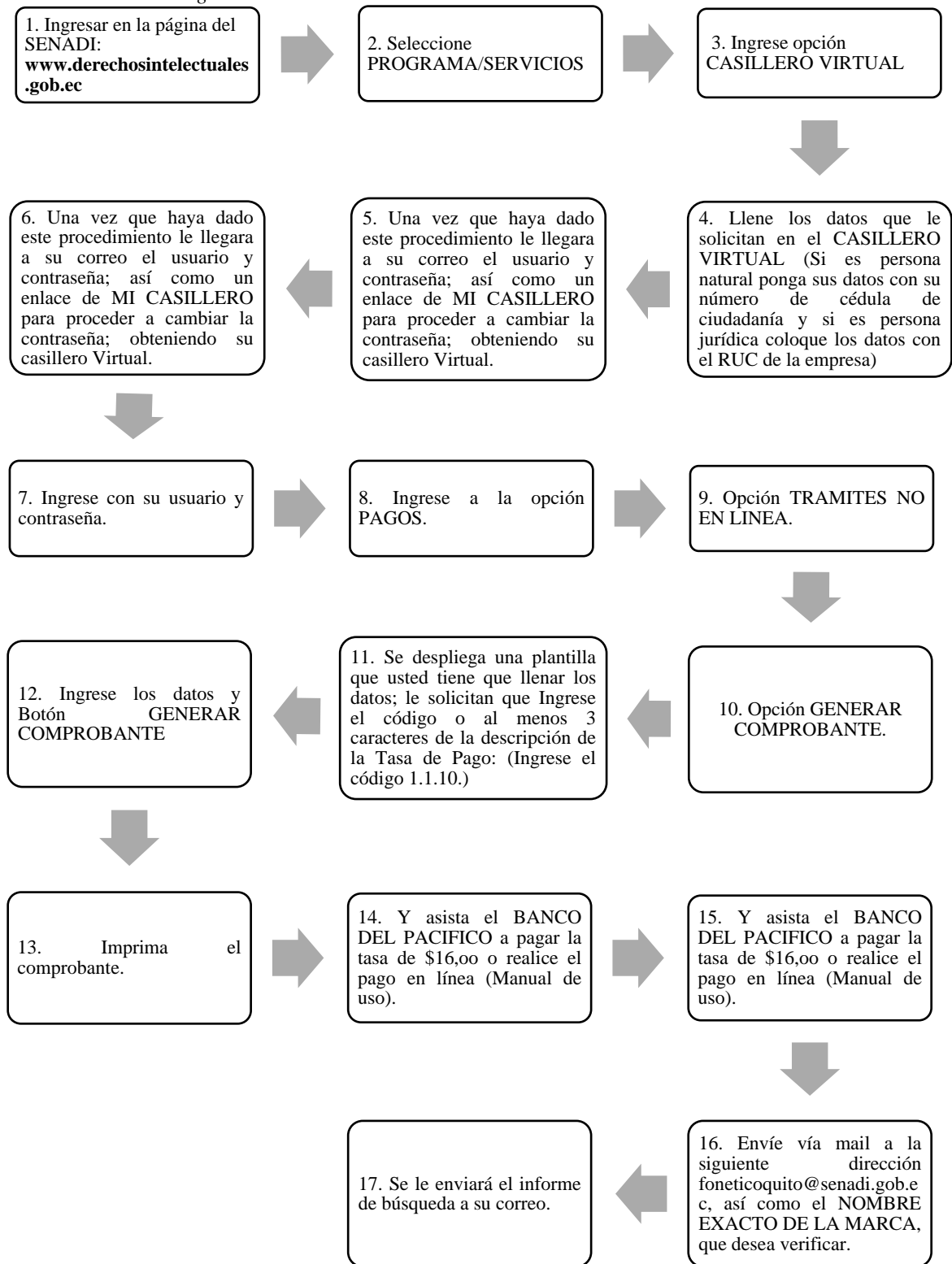
Elaborado por: La Autora

Fuente: Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación - 2020

3.5.6.2 Proceso de registro de marca

Para el registro de la marca de la empresa se lo realizará a través del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales quien “es el organismo técnico de derecho público, adscrito a la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, y autoridad nacional competente, que ejerce las facultades de regulación, gestión y control de los derechos intelectuales”.

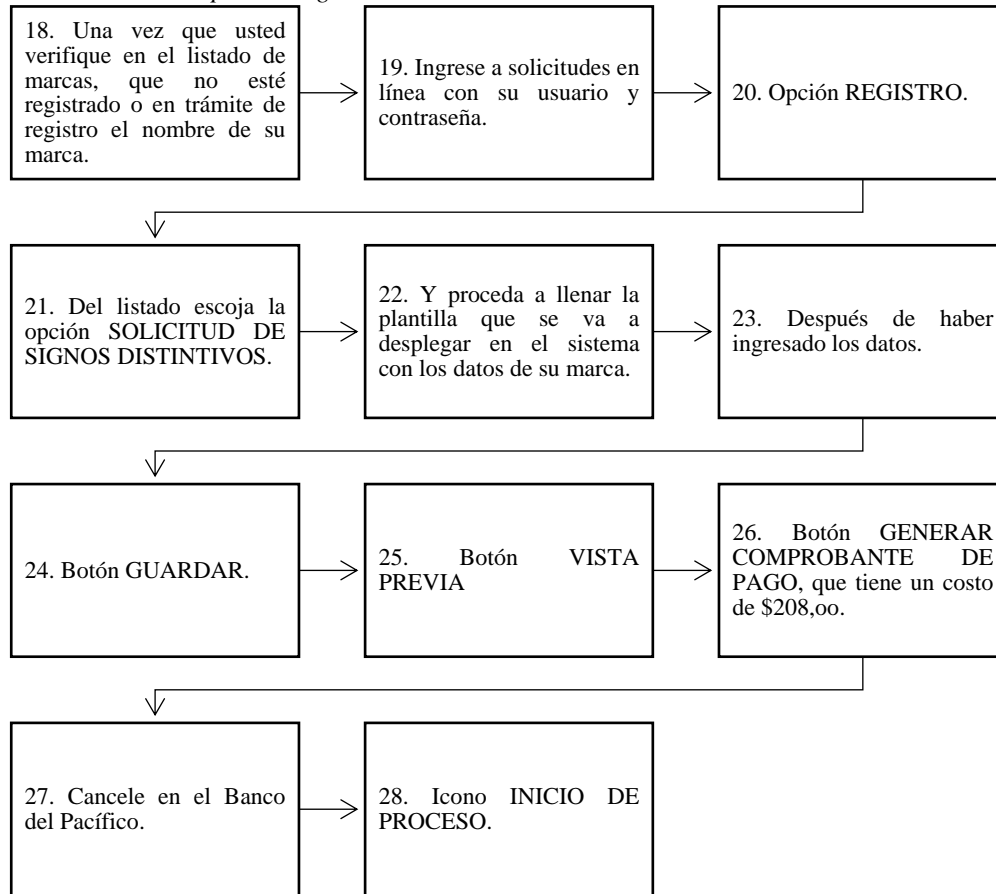
Tabla 75: Proceso de registro de marca



Elaborado por: La Autora
Fuente: SENADI

El trámite que se debe realizar para el registro de la marca es la siguiente:

Tabla 76: Trámite para el registro de la marca



Elaborado por: La Autora
Fuente: SENADI

3.5.6.3 Nombre comercial de la empresa

El nombre comercial de la empresa se denomina EcoMundo, ya que este proyecto se trata de disminuir la contaminación ambiental mediante la elaboración de productos con desechos textiles.

3.6 Estudio financiero

En el presente estudio se detallan los estados financieros que ayudarán a verificar si este proyecto de emprendimiento será factible o no; las inversiones que se realizarán, el préstamo bancario que se necesite, el aporte de los socios y, además, se ejecutarán los indicadores financieros para una correcta toma de decisiones acerca de la empresa.

3.6.1 Inversiones y capital de trabajo

3.6.1.1 Obra civil necesaria

Para que la empresa cumpla con sus funciones, es necesario contar con las siguientes áreas:

Tabla 77: Obra civil de la empresa

No.	Área	Proceso/s que se llevarán a cabo dentro del área	Número de personas que trabajaran en el área	Requerimientos específicos	Dimensiones	Metros cuadrados del área
1	Gerencia	P01 – S01 Planteamiento de objetivos P03 - 01 Indicadores de gestión P04 - 01 Correcta utilización de recursos	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos de cómputo	3m x 3m	9m ²
2	Secretaría	P02 – S01 Presupuesto P10 – S01 Contratación del personal P10 – S02 Capacitación	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos de cómputo	3m x 3m	9m ²
3	Contable	P11 – S01 Registros contables P11 – S02 Tesorería	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos de cómputo	3m x 3m	9m ²
4	Administrativa	P12 – S01 Mantenimiento de maquinaria P12 – S02 Compra de suministros	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos de cómputo	3m x 3m	9m ²

No.	Área	Proceso/s que se llevarán a cabo dentro del área	Número de personas que trabajaran en el área	Requerimientos específicos	Dimensiones	Metros cuadrados del área
5	Diseño	P06 – S01 Diseño de productos	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos de cómputo	4m x 4m	16m ²
6	Producción	P07 – S01 Corte de los diseños P08 – S01 Ropa para muñecos P08 – S02 Pañoletas de mascotas P08 – S03 Organizadores de espacios	3	Se requiere instalaciones de energía eléctrica para la conexión de cada una de las máquinas	5m x 5m	25m ²
7	Comercialización	P09 – S01 Al por mayor P09 – S01 Directa	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos de cómputo	5m x 5m	25m ²
8	Bodega	P05 – S01 Adquisición de la Materia Prima P05 – S02 Clasificación de la Materia Prima	1	Se requiere instalaciones de luz y de internet para los equipos de cómputo	5m x 3m	15m ²




Elaborado por: La autora



Fuente: Estudio técnico

3.6.1.2 Maquinaria y equipos

Las maquinarias que se tendrán para poner en marcha el negocio son las siguientes:

Tabla 78: Maquinaria y equipo

Cantidad	Nombre	Fotografía	Clasificación	Especificaciones técnicas	Área física en la cual se requiere	Proceso/s en el que se requiere	Costo unitario	Costo total
1	Mesa de corte		Muebles y enseres	Mesa de acero inoxidable de 1mm de espesor, de 2m de largo x 80cm de ancho y 85cm de alto.	Área de producción	P07 – S01: Corte de los diseños	\$150,00	\$150,00
1	Máquina overlock		Maquinaria y equipo	Máquina overlock realiza varias puntadas por minuto	Área de producción	P08 – S01: Ropa para muñecos P08 – S02: Pañoletas de mascotas P08 – S03: Organizadores de espacios	\$450,00	\$450,00
1	Máquina recta		Maquinaria y equipo	Máquina de coser industrial apta para coser cualquier tipo de tela.	Área de producción	P08 – S01: Ropa para muñecos P08 – S02: Pañoletas de mascotas P08 – S03: Organizadores de espacios	\$500,00	\$500,00

Cantidad	Nombre	Fotografía	Clasificación	Especificaciones técnicas	Área física en la cual se requiere	Proceso/s en el que se requiere	Costo unitario	Costo total
1	Máquina recubridora		Maquinaria y equipo	Máquina de coser industrial de cuatro hilos	Área de producción	P08 – S01: Ropa para muñecos P08 – S02: Pañoletas de mascotas P08 – S03: Organizadores de espacios	\$400,00	\$400,00
1	Camión		Vehículos	Pequeño camión de carga	Comercialización	P09: Ventas P09 – S01: Al por mayor P09 – S01: Directa	\$8.000,00	\$8.000,00
Total maquinaria								\$8.150,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio técnico

3.6.1.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo es aquel que está conformado con recursos que la empresa necesita para poder funcionar correctamente y cubrir los gastos que esta incurra durante un tiempo determinado; gastos como la compra de materia prima, mano de obra y sueldos administrativos.

En la siguiente tabla, se detallan los rubros que conforman el capital de trabajo y para la producción de los artículos los cuales son: ropa para muñecos, pañoletas para mascotas y organizadores de espacios.

Tabla 79: Capital de trabajo

Rubro	Requerimiento mensual	Requerimiento total del capital de trabajo
Costos de producción		
Materia Prima Directa	\$ 100,00	\$ 800,00
Mano de Obra Directa	\$ 1.593,54	\$ 12.748,33
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 773,97	\$ 6.191,73
Gastos de administración		
Suministros de oficina	\$ 15,00	\$ 120,00
Sueldos personal adm/operat	\$ 2.855,04	\$ 22.840,33
Gatos de Ventas		
Sueldos personal ventas	\$ 511,27	\$ 4.090,13
Publicidad	\$ 50,00	\$ 400,00
Internet	\$ 25,00	\$ 200,00
Suministros de aseo	\$ 25,00	\$ 200,00
Suministros de bioseguridad	\$ 25,00	\$ 200,00
Mantenimiento	\$ 50,00	\$ 200,00
Gasto de constitución (*)	\$ 500,00	\$ 500,00
Servicios Básicos	\$ 60,00	\$ 480,00
	\$ 6.583,82	\$ 48.970,53

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio técnico

Como se puede observar en la tabla, la empresa tendrá que contar con un capital de trabajo mensual de \$6.583,82; monto que fue calculado por todos los costos y gastos que

se realizarán para la elaboración de estos artículos hasta el momento que la empresa pueda solventarse por sí misma.

3.6.1.4 Total de inversión

El total de la inversión es la suma de la inversión fija que ha adquirido la empresa más el capital de trabajo que corresponden a los recursos necesarios para que la empresa comience con su operación.

Tabla 80: Total inversión

Inversión Total	
Inversión Fija	\$ 37.990,00
Capital de Trabajo	\$ 48.970,53
Total de Inversión	\$ 86.960,53

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio técnico

3.6.1.5 Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital.

Para poner en marcha el siguiente proyecto de emprendimiento se requiere de la cantidad de \$86.960,53 de los cuales el 68% corresponde al capital propio del total de la inversión dando un valor de \$59.560,53.

Tabla 81: Financiamiento

Total de la inversión	Financiamiento	%	Valor
\$ 86.960,53	Capital Suscrito	68%	\$ 59.560,53
	Capital Financiado	32%	\$ 27.400,00
		100%	\$ 86.960,53

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio financiero

Para el financiamiento del proyecto se acudió a las oficinas del BanEcuador el cual por los beneficios que ofrecen a las microempresas se solicitó un crédito de \$27.400,00 que serán pagados en 36 meses y con un interés del 11,33% anual, el cual corresponde al 32% del total de la inversión que se necesita para que la empresa inicie con sus actividades.

DATOS DEL PRÉSTAMO

Monto	\$ 27.400,00
Plazo	3 años
Entidad financiera	BanEcuador
Tasa de interés	11,33%

Tabla 82: Tabla de amortización del préstamo

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Meses	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				\$ 27.400,00
1	\$642,63	\$ 258,70	\$901,33	\$ 26.757,38
2	\$648,69	\$ 252,63	\$901,33	\$ 26.108,68
3	\$654,82	\$ 246,51	\$901,33	\$ 25.453,86
4	\$661,00	\$ 240,33	\$901,33	\$ 24.792,86
5	\$667,24	\$ 234,09	\$901,33	\$ 24.125,62
6	\$673,54	\$ 227,79	\$901,33	\$ 23.452,07
7	\$679,90	\$ 221,43	\$901,33	\$ 22.772,17
8	\$686,32	\$ 215,01	\$901,33	\$ 22.085,85
9	\$692,80	\$ 208,53	\$901,33	\$ 21.393,05
10	\$699,34	\$ 201,99	\$901,33	\$ 20.693,70
11	\$705,95	\$ 195,38	\$901,33	\$ 19.987,76
12	\$712,61	\$ 188,72	\$901,33	\$ 19.275,15
13	\$719,34	\$ 181,99	\$901,33	\$ 18.555,81
14	\$726,13	\$ 175,20	\$901,33	\$ 17.829,68
15	\$732,99	\$ 168,34	\$901,33	\$ 17.096,69
16	\$739,91	\$ 161,42	\$901,33	\$ 16.356,78
17	\$746,89	\$ 154,44	\$901,33	\$ 15.609,89
18	\$753,95	\$ 147,38	\$901,33	\$ 14.855,94
19	\$761,06	\$ 140,26	\$901,33	\$ 14.094,88
20	\$768,25	\$ 133,08	\$901,33	\$ 13.326,63
21	\$775,50	\$ 125,83	\$901,33	\$ 12.551,13
22	\$782,83	\$ 118,50	\$901,33	\$ 11.768,30
23	\$790,22	\$ 111,11	\$901,33	\$ 10.978,08
24	\$797,68	\$ 103,65	\$901,33	\$ 10.180,41
25	\$805,21	\$ 96,12	\$901,33	\$ 9.375,20
26	\$812,81	\$ 88,52	\$901,33	\$ 8.562,39
27	\$820,49	\$ 80,84	\$901,33	\$ 7.741,90
28	\$828,23	\$ 73,10	\$901,33	\$ 6.913,67
29	\$836,05	\$ 65,28	\$901,33	\$ 6.077,61
30	\$843,95	\$ 57,38	\$901,33	\$ 5.233,67
31	\$851,91	\$ 49,41	\$901,33	\$ 4.381,75

32	\$859,96	\$ 41,37	\$901,33	\$ 3.521,80
33	\$868,08	\$ 33,25	\$901,33	\$ 2.653,72
34	\$876,27	\$ 25,06	\$901,33	\$ 1.777,45
35	\$884,55	\$ 16,78	\$901,33	\$ 892,90
36	\$892,90	\$ 8,43	\$901,33	\$ 0,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio financiero

3.6.1.6 Costo de capital

Para el cálculo del costo de capital se tomó en cuenta la tasa pasiva que el Banco Central del Ecuador dispone para este año 2021 que pertenece al 8,25% y la tasa activa del BanEcuador el cual corresponde al 11,33%.

Tabla 83: Costo de capital

Financiamiento	Valor	%Composición	Tasa de descuento	Ponderación
Capital Suscrito	\$ 59.560,53	68%	8,25%	5,65
Capital Financiado	\$ 27.400,00	32%	11,33%	3,57
Total	\$ 86.960,53	100%		9,22

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio financiero

El costo de capital obtenido es del 9,22% que es un porcentaje superior a la tasa pasiva referencial el cual indica el valor que se renuncia debido a la creación de la empresa de producción de artículos elaborados con desechos textiles.

3.6.1.7 Tasa de Rendimiento Medio

La Tasa de Rendimiento Medio permite conocer el porcentaje de rendimiento mínimo que deberá tener el proyecto para poder ser aceptado

$$\text{TMAR} = ((1 + \text{CK}) * (1 + \text{Inf})) - 1$$

Donde:

CK = Costo de capital **CK**= 9,22% 0,0922

Inf = Índice de inflación **Inf** = 0,63 0,0063

Se reemplaza la fórmula con los datos asignados los cuales quedarían de la siguiente manera:

$$\mathbf{TMAR} = ((1+CK)*(1+Inf))-1$$

$$\mathbf{TMAR} = ((1+0,0922) *(1+0,0063))-1$$

$$\mathbf{TMAR} = 0,09908086$$

$$\mathbf{TMAR} = 9,91\%$$

Los cálculos realizados indican que la tasa de rendimiento medio es del 9,91% el cual da a conocer que la rentabilidad de este proyecto debe ser igual o superior a este resultado de la TMAR con el fin de alcanzar las metas que se han propuesto al momento de iniciar este negocio.

3.6.2 Estado de situación inicial

Tabla 84: Estado de situación financiera

EMPRESA "ECO - MUNDO"						
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
Expresado en dólares americanos						
	AÑO 0	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
ACTIVOS						
Activos corrientes	\$ 48.970,53	\$ 51.391,39	\$ 57.536,22	\$ 74.071,25	\$ 112.467,17	\$ 164.345,56
Propiedad planta y equipo	\$ 37.990,00	\$ 37.990,00	\$ 37.990,00	\$ 37.990,00	\$ 36.249,40	\$ 36.249,40
Terrenos	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Edificios	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Maquinaria	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00
Vehículos	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
Muebles y enseres	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00
Equipos de cómputo	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 239,40	\$ 239,40
(-) Depreciación acumulada	\$ -	\$ 2.966,10	\$ 5.932,20	\$ 8.898,30	\$ 9.543,60	\$ 11.929,50
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Edificios	\$ -	\$ 675,00	\$ 1.350,00	\$ 2.025,00	\$ 2.700,00	\$ 3.375,00
Maquinaria	\$ -	\$ 121,50	\$ 243,00	\$ 364,50	\$ 486,00	\$ 607,50
Vehículos	\$ -	\$ 1.440,00	\$ 2.880,00	\$ 4.320,00	\$ 5.760,00	\$ 7.200,00
Muebles y enseres	\$ -	\$ 149,40	\$ 298,80	\$ 448,20	\$ 597,60	\$ 747,00
Equipos de cómputo	\$ -	\$ 580,20	\$ 1.160,40	\$ 1.740,60		
Total propiedad planta y equipo	\$ 37.990,00	\$ 35.023,90	\$ 32.057,80	\$ 29.091,70	\$ 26.705,80	\$ 24.319,90
TOTAL ACTIVOS	\$ 86.960,53	\$ 86.415,29	\$ 89.594,02	\$ 103.162,95	\$ 139.172,97	\$ 188.665,46
PASIVOS						

Trabajadores por pagar	\$	-	\$ 1.076,94	\$ 2.217,15	\$ 4.309,58	\$ 6.853,83	\$ 9.733,61
Impuesto a la renta por pagar	\$	-	\$ 1.430,59	\$ 2.764,05	\$ 5.372,61	\$ 8.544,44	\$ 12.134,57
Préstamo bancario	\$	27.400,00	\$ 19.275,15	\$ 10.180,41	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$	27.400,00	\$ 21.782,68	\$ 15.161,60	\$ 9.682,19	\$ 15.398,27	\$ 21.868,19
PATRIMONIO							
Capital suscrito	\$	59.560,53	\$ 59.560,53	\$ 59.560,53	\$ 59.560,53	\$ 59.560,53	\$ 59.560,53
Utilidades retenidas	\$	-	\$ 5.072,08	\$ 14.871,88	\$ 33.920,23	\$ 64.214,17	\$ 107.236,74
TOTAL PATRIMONIO	\$	59.560,53	\$ 64.632,61	\$ 74.432,41	\$ 93.480,76	\$ 123.774,70	\$ 166.797,27
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$	86.960,53	\$ 86.415,29	\$ 89.594,02	\$ 103.162,95	\$ 139.172,97	\$ 188.665,46

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio técnico

Presupuesto de costos

En el presupuesto de costos se detallan los costos unitarios calculados en las cuales se encuentran la materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación de los tres productos, el valor de los artículos se le multiplica de acuerdo a la cantidad que se va a producir cada año y el resultado que arroje es el total de los costos que va a tener la empresa al momento de elaborar dichos productos.

Tabla 85: Presupuesto de costos

EMPRESA "ECO - MUNDO"					
PRESUPUESTO DE COSTOS					
Expresado en dólares americanos					
Volumen (cantidad)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa para muñecos	3756 u	4507 u	5409 u	6490 u	7788 u
Pañoletas para mascotas	7199 u	8639 u	10367 u	12440 u	14928 u
Organizadores de espacios	2889 u	3467 u	4160 u	4993 u	5991 u
Total producción	13844 u	16613 u	19936 u	23923 u	28707 u
Costo unitario (\$)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa para muñecos	\$ 4,20	\$ 4,23	\$ 4,26	\$ 4,28	\$ 4,31
Pañoletas para mascotas	\$ 2,19	\$ 2,21	\$ 2,22	\$ 2,23	\$ 2,25
Organizadores de espacios	\$ 5,73	\$ 5,77	\$ 5,80	\$ 5,84	\$ 5,88
Costos totales	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa para muñecos	\$ 15.782,80	\$ 19.058,68	\$ 23.014,50	\$ 27.791,39	\$ 33.559,77
Pañoletas para mascotas	\$ 15.782,80	\$ 19.058,68	\$ 23.014,50	\$ 27.791,39	\$ 33.559,77
Organizadores de espacios	\$ 16.554,90	\$ 19.991,04	\$ 24.140,37	\$ 29.150,95	\$ 35.201,52
TOTAL COSTOS	\$ 48.120,50	\$ 58.108,39	\$ 70.169,37	\$ 84.733,72	\$ 102.321,05

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio técnico

Presupuesto de ventas

En el presupuesto de ventas se encuentran detalladas la cantidad de productos que se va a producir cada año; a estas cantidades se les multiplica por el precio establecido que ya tienen cada producto y es así como se obtiene el total de ingresos de los cinco años proyectados.

Tabla 86: Presupuesto de ventas

EMPRESA "ECO - MUNDO"					
PRESUPUESTO DE VENTAS					
Expresado en dólares americanos					
Volumen de ventas (cantidad)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa para muñecos	3756 u	4507 u	5409 u	6490 u	7788 u
Pañoletas para mascotas	7199 u	8639 u	10367 u	12440 u	14928 u
Organizadores de espacios	2889 u	3467 u	4160 u	4993 u	5991 u
Total producción	13844 u	16613 u	19936 u	23923 u	28707 u
Precio unitario (\$)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa para muñecos	\$ 8,00	\$ 8,05	\$ 8,10	\$ 8,15	\$ 8,20
Pañoletas para mascotas	\$ 5,00	\$ 5,03	\$ 5,06	\$ 5,10	\$ 5,13
Organizadores de espacios	\$ 13,00	\$ 13,08	\$ 13,16	\$ 13,25	\$ 13,33
Ingresos totales	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa para muñecos	\$ 30.048,00	\$ 36.284,76	\$ 43.816,03	\$ 52.910,48	\$ 63.892,58
Pañoletas para mascotas	\$ 35.995,00	\$ 43.466,12	\$ 52.487,95	\$ 63.382,35	\$ 76.537,99
Organizadores de espacios	\$ 37.560,00	\$ 45.355,95	\$ 54.770,04	\$ 66.138,10	\$ 79.865,73
TOTAL INGRESOS	\$ 103.603,00	\$ 125.106,84	\$ 151.074,01	\$ 182.430,94	\$ 220.296,30

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio técnico

3.6.3 Estado de Resultados

Este estado financiero indica las pérdidas o ganancias que puede llegar a tener la empresa en marcha en un tiempo determinado y cuál es su utilidad neta al finalizar su actividad económica. En este apartado los ingresos provienen del presupuesto de ventas y los costos provienen del presupuesto de costos de todos los años que se encuentran en los cuadros anteriores; además, se considera el 15% en la participación trabajadores y el 22% del impuesto a la renta que es establecido por la Ley de Régimen Tributario Interno para las microempresas del Ecuador.

Tabla 87: Estado de resultados

EMPRESA "ECO - MUNDO"					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Expresado en dólares americanos					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	\$ 103.603,00	\$ 125.106,84	\$ 151.074,01	\$ 182.430,94	\$ 220.296,30
(-) Costo de ventas	\$ 48.120,50	\$ 58.108,39	\$ 70.169,37	\$ 84.733,72	\$ 102.321,05
(=) Utilidad bruta en ventas	\$ 55.482,50	\$ 66.998,45	\$ 80.904,65	\$ 97.697,21	\$ 117.975,25
Gastos de ventas	\$ 6.435,20	\$ 7.188,26	\$ 7.354,23	\$ 7.505,02	\$ 7.668,71
Gastos operacionales	\$ 36.210,50	\$ 40.341,88	\$ 41.218,23	\$ 42.114,09	\$ 43.029,88
Gastos financieros	\$ 2.691,09	\$ 1.721,21	\$ 635,54		
Depreciación	\$ 2.966,10	\$ 2.966,10	\$ 2.966,10	\$ 2.385,90	\$ 2.385,90
(=) Utilidad operacional	\$ 7.179,61	\$ 14.781,00	\$ 28.730,54	\$ 45.692,21	\$ 64.890,76
15% Participación Trabajadores	\$ 1.076,94	\$ 2.217,15	\$ 4.309,58	\$ 6.853,83	\$ 9.733,61
Gastos no deducibles	\$ 400,00				
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 6.502,67	\$ 12.563,85	\$ 24.420,96	\$ 38.838,38	\$ 55.157,15
22% Impuesto a la Renta	\$ 1.430,59	\$ 2.764,05	\$ 5.372,61	\$ 8.544,44	\$ 12.134,57
Utilidad Neta	\$ 5.072,08	\$ 9.799,80	\$ 19.048,35	\$ 30.293,93	\$ 43.022,57

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio financiero

3.6.4 Flujo de efectivo

El flujo de efectivo es aquel dinero que pasa por la empresa ya sea en lo que se ha gastado o ha generado al momento de realizar sus actividades.

Tabla 88: Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
EMPRESA "ECO - MUNDO"						
	AÑO 0	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
Utilidad neta		\$ 5.072,08	\$ 9.799,80	\$ 19.048,35	\$ 30.293,93	\$ 43.022,57
(+) Depreciación		\$ 2.966,10	\$ 2.966,10	\$ 2.966,10	\$ 2.385,90	\$ 2.385,90
Valor de rescate		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24.319,90
Capital de trabajo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 48.970,53
Pago del capital		\$ 8.124,86	\$ 9.094,74	\$ 10.180,41	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DEL PROYECTO	\$ -86.960,53	\$ -86,68	\$ 3.671,16	\$ 11.834,04	\$ 32.679,83	\$ 118.698,91
SALDO ACUMULADO DE CAJA	\$ -86.960,53	\$ -87.047,21	\$ -83.376,05	\$ -71.542,00	\$ -38.862,17	\$ 79.836,74

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio financiero

3.6.5 Cálculo del valor actual neto

El cálculo del VAN ayuda a determinar si el proyecto es factible o no. A continuación, la siguiente explicación:

- Si el VAN es mayor que 0; el proyecto es factible.
- Si el VAN es igual a 0; el proyecto es rentable, es decir, no genera ni pérdidas ni genera ganancias, y;
- Si el VAN es menor que 0; el proyecto no es factible.

Entonces, el cálculo del VAN se lo realiza aplicando la fórmula correspondiente, con los valores obtenidos en el flujo de efectivo proyectado de los cinco años y con la tasa de descuento. A continuación, se detallan los cálculos que se realizaron para obtener el VAN del proyecto:

Tabla 89: Flujo de efectivo

FLUJO NETO DEL PROYECTO	\$ -86.960,53	\$ -86,68	\$ 3.671,16	\$ 11.834,04	\$ 32.679,83	\$ 118.698,91
--------------------------------	----------------------	------------------	--------------------	---------------------	---------------------	----------------------

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio financiero

$$VAN = -I_0 + \frac{\sum FC_n}{(1 + TD)^n}$$

Donde:

Io = Inversión Inicial

FC = Flujo neto de efectivo

TD = Tasa de descuento

n = Periodo de tiempo

Procedimiento:

$$VAN = -86.960,53 + \frac{-86,68}{(1 + 0,0991)^1} + \frac{3.671,16}{(1 + 0,0991)^2} + \frac{11.834,04}{(1 + 0,0991)^3} + \frac{32.679,83}{(1 + 0,0991)^4} + \frac{118.698,91}{(1 + 0,0991)^5}$$

$$VAN = -89.038,47 + (-78,86) + (3.038,99) + (8.912,95) + (22.393,96) + (74.004,94)$$

$$VAN = 21.317,93$$

El valor actual neto de este proyecto es de \$21.317,93 que es la rentabilidad que generará la empresa en marcha cuando finalice sus cinco años de función, por lo tanto, se puede llegar a la conclusión de que el proyecto es factible ya que el van es mayor a cero.

3.6.6 Cálculo de la tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador que permite conocer la rentabilidad de un proyecto, si se decide o no participar en un negocio. Si la TIR indica que es un porcentaje mayor al de la TMAR; se determina que este proyecto es favorable caso contrario si la TIR es menor que la TMAR no es recomendable participar en dicho negocio.

FLUJO NETO DEL PROYECTO	\$ -86.960,53	\$ -86,68	\$ 3.671,16	\$ 11.834,04	\$ 32.679,83	\$ 118.698,91
-------------------------	---------------	-----------	-------------	--------------	--------------	---------------

Tabla 90: Cálculo de la tasa interna de retorno

Años	Flujos netos de efectivo	Flujos actualizados al 9,91%	Flujos actualizados al 15%
0	\$ -86.960,53	\$ -86.960,53	\$ -86.960,53
2021	\$ -86,68	\$ -78,86	\$ -75,14
2022	\$ 3.671,16	\$ 3.039,07	\$ 2.758,86
2023	\$ 11.834,04	\$ 8.913,30	\$ 7.709,44
2024	\$ 32.679,83	\$ 22.395,15	\$ 18.455,79
2025	\$ 118.698,91	\$ 74.009,81	\$ 58.111,58
TOTAL		\$ 21.317,93	\$ 0,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio financiero

Fórmula:

$$TIR = Tasa\ inf. + (Tasa\ sup. - Tasa\ inf.) * \frac{VAN\ Tasa\ inf.}{VAN\ Tasa\ inf. - VAN\ Tasa\ sup.}$$

$$TIR = 0,0991 + (0,15 - 0,0991) * \frac{21.317,93}{21.317,93 - 0,00}$$

$$TIR = 15\%$$

Los cálculos arrojan que la tasa interna de retorno es del 15% lo que indica que es superior a la tasa de rendimiento medio y esto da a entender que el presente proyecto es viable.

3.6.7 Período de recuperación

Se calcula el periodo de recuperación para conocer el tiempo que se demora la empresa en recuperar lo que ha invertido.

Tabla 91: Período de recuperación

EMPRESA "ECO - MUNDO"						
PERIODO DE RECUPERACIÓN						
Periodo de recuperación de la inversión	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo flujo de caja financiero	\$ -86.960,53	\$ -86,68	\$ 3.671,16	\$ 11.834,04	\$ 32.679,83	\$ 118.698,91
Flujo de caja actualizado	\$ -86.960,53	\$ -78,86	\$ 3.039,07	\$ 8.913,30	\$ 22.395,15	\$ 74.009,81
Flujo de caja actualizado acumulado	\$ -86.960,53	\$ -78,86	\$ 2.960,21	\$ 11.873,51	\$ 34.268,66	\$ 108.278,46

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio financiero

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

Donde:

a = Año anterior donde se recupera la inversión

b = Inversión inicial

c = Flujo de efectivo acumulado del año anterior

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

$$PRI = 4 + \frac{86.960,53 - 22.395,15}{74.009,81}$$

$$PRI = 4,872389485 \text{ años}$$

$$(4,872389485 - 4) * 12 = 10,46867381 \text{ meses}$$

$$(10,46867381 - 10) * 30 = 14,06021445 \text{ días}$$

Con los cálculos realizados se prevé que la inversión se recuperará en 4 años, 10 meses y 14 días lo cual muestra que es un tiempo considerable que se necesita para poder recuperar el dinero que se ha invertido.

3.6.8 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se calcula para conocer cuántas unidades de los productos que se están ofreciendo son necesarios venderlos para así poder recuperar el dinero que se invirtió al empezar con dicho negocio. Para ello se debe tener en cuenta los siguiente:

El costo de producción se determina mediante la disponibilidad de la materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación. Ahí, se detalla el costo que van a tener los productos para luego fijar un margen de ganancia y así establecer el precio de venta de cada artículo. En el caso de este proyecto se toma en cuenta el valor del costo de producción y se multiplica por el margen de ganancia del 55%, porcentaje que fue designado para este negocio ya que las empresas textiles trabajan con un margen de ganancia que comprenden desde el 30% al 65%. A continuación, el siguiente detalle:

Tabla 92: Costo de producción

COSTO DE PRODUCCIÓN				
Elementos del costo	Ropa para muñecos	Pañoletas para mascotas	Organizadores de espacios	
Materia Prima Directa	\$ 0,10	\$ 0,05	\$ 0,14	
Mano de Obra Directa	\$ 1,63	\$ 0,85	\$ 2,37	
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 2,47	\$ 1,29	\$ 3,21	
COSTO TOTAL	\$ 4,20	\$ 2,19	\$ 5,73	

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio financiero

Realizando los respectivos cálculos, el costo de producción del conjunto de ropa para muñecos es de \$4,20 y aquí se establece un precio de venta fijo mediante el estudio de mercado y las encuestas que aplicaron a las personas el cual se determinó el valor de

\$8,00 para este producto. Para las pañoletas se establece un precio de venta de \$5,00 y para los organizadores de espacios es de \$13,00.

Tabla 93: Punto de equilibrio

EMPRESA ECO - MUNDO									
PUNTO DE EQUILIBRIO									
	\$ 42.645,70								
	4,01								
Punto de equilibrio	10.641								
			PRECIO	COSTO FIJO	MARGEN DE CONTRIBUCION	PROMEDIO PONDERADO	PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)	PUNTO DE EQUILIBRIO (DOLARES)	
Ropa para muñecos	3756	27%	\$ 8,00	\$ 4,20	\$ 3,80	\$ 1,03	2887	\$ 23.095,89	
Pañoletas para mascotas	7199	52%	\$ 5,00	\$ 2,19	\$ 2,81	\$ 1,46	5533	\$ 27.666,96	
Organizadores de espacios	2889	21%	\$ 13,00	\$ 5,73	\$ 7,27	\$ 1,52	2221	\$ 28.869,87	
	13844	100%	\$ 26,00	\$ 12,12	\$ 13,88	\$ 4,01	10641	\$ 79.632,72	

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio financiero

Como se puede observar en la tabla el punto de equilibrio en cantidades es de 10.641 unidades, es decir, 2.887 conjuntos de ropa para muñecos, 5.533 unidades de pañoletas para mascotas y 2.221 unidades de organizadores de espacios los cuales deben ser vendidos para alcanzar el punto de equilibrio en dólares que es de \$79.632,72.

3.6.9 Análisis Costo / Beneficio

Este indicador financiero indica si por cada dólar invertido en este negocio se obtiene un beneficio. Para conocer el resultado se realiza la división entre los ingresos actualizados sobre los egresos actualizados.

Tabla 94: Análisis costo/beneficio

EMPRESA ECO - MUNDO							
ANÁLISIS COSTO/BENEFICIO							
AÑO	0'	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	TOTAL
Inversión	\$ 86.960,53						
Ingresos Totales		\$ 103.603,00	\$ 125.106,84	\$ 151.074,01	\$ 182.430,94	\$ 220.296,30	\$ 782.511,09
Egresos Totales		\$ 101.182,15	\$ 116.454,48	\$ 129.557,78	\$ 134.352,83	\$ 153.019,64	\$ 634.566,88
Flujo Neto	\$ -86.960,53	\$ 2.420,85	\$ 8.652,36	\$ 21.516,24	\$ 48.078,11	\$ 67.276,66	\$ 147.944,21
Ingresos Descontados		\$ 94.262,91	\$ 103.566,21	\$ 113.787,70	\$ 125.018,00	\$ 137.356,68	\$ 573.991,49
Egresos Descontados		\$ 92.060,30	\$ 96.403,59	\$ 97.581,85	\$ 92.070,58	\$ 95.409,09	\$ 473.525,41
Egresos mas inversión							\$ 560.485,94
Relación costo/beneficio							1

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio financiero

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\text{Ingresos totales}}{\text{Egresos totales}}$$

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{573.991,49}{560.485,94}$$

$$\text{Costo Beneficio} = 1,00$$

Los resultados arrojan que se obtiene un costo beneficio de 1,00 esto significa que por cada dólar que se invierte no se pierde y tampoco se gana, los costos se igualan a los beneficios y por ende no genera ganancias ni pérdidas; pero esto no quiere decir que no se acepta el proyecto ya que al pasar el tiempo se puede obtener un valor superior a 1.

3.6.10 Análisis de sensibilidad

Según (Rojas, 2015) asegura que “el análisis de sensibilidad tiene por objeto evaluar las variaciones en el comportamiento de las variables cuando se modifican los valores de los parámetros, las constantes, y las condiciones iniciales del sistema”.

El análisis de sensibilidad permite tomar decisiones apropiadas del proyecto acerca de su rentabilidad, en este caso se tomó como referencia la disminución de un 30% en ventas y un aumento del 30% en los costos de producción con el objetivo de conocer los cambios que puede tener el negocio y mediante ello crear nuevas estrategias que ayuden a la factibilidad de la empresa.

Tabla 95: Análisis de sensibilidad

Indicador financiero	Actual	Disminución 30% en ventas	Incremento 30% costos de producción
VAN	\$ 21.317,93	\$ -92.848,97	\$ -31.709,19
TIR	15%	-16%	-2%
C/B	\$ 1,02	\$ 0,72	\$ 0,90

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio financiero

En la tabla anterior se puede observar que al disminuir un 30% en las ventas tanto el VAN como la TIR tienen un valor negativo a comparación del valor actual, el cual indica

que el negocio estaría generando pérdidas relevantes. De igual manera sucede cuando se incrementa un 30% en los costos de producción pues los resultados arrojan que el VAN y la TIR presentan grandes afectaciones cuando se realiza cambios en dichos escenarios. Con este análisis se llega a una conclusión de que al momento de disminuir un 30% en las ventas y al aumentar un 30% en los costos de producción de los artículos se corre el riesgo de que el negocio genere más pérdidas que ganancias dando como resultado final que la empresa no sea viable - rentable; y ante esta situación se debería tomar decisiones correctas que no afecten a dicha entidad.

3.7 Estudio ambiental

3.7.1 Descripción de las acciones del emprendimiento

- 1. Obtención de la materia prima:** Para la producción de los artículos se necesita adquirir la materia prima que en este caso es la tela reciclada que salen de las empresas textiles.
- 2. Clasificación de la materia prima:** Se clasificará la tela dependiendo de la utilización que se le dé, si está o no en buen estado, su textura, sus dimensiones, etc.
- 3. Manejo de desechos textiles:** Si como última opción la tela ya no puede ser reutilizada para la elaboración de dichos productos, ya sea por diferentes razones se almacenará los residuos para que sean utilizados para producir o vender a las personas que se dedican a hacer waipes.
- 4. Elaboración de los diferentes productos:** Los productos que se van a fabricar serán mediante máquinas de coser en donde se tratará de utilizar la mayor cantidad de desechos para no contaminar el medioambiente.

5. **Consumo de energía eléctrica:** Se elaborarán los productos tratando de no malgastar energía, es decir, utilizando la luz de manera responsable.
6. **Comercialización de los productos:** Ya terminada la confección de los productos se procederá a venderlos al mercado por medio de bolsos ecológicos.
7. **Publicidad y promoción de los productos:** Los productos serán publicados por medio de redes sociales para que las personas tengan más conocimiento acerca de cada uno de ellos con sus respectivas características y promociones.

3.7.2 Factores ambientales para interrelacionar en la Evaluación del Impacto

Ambiental

Aquí se detallan los diferentes impactos ambientales que pueden ser ocasionados por la creación de esta empresa. Aunque la prioridad de este proyecto de emprendimiento es ayudar a disminuir la contaminación ambiental cabe recalcar que también tiene sus impactos al momento de elaborar los productos.

Tabla 96: Factores ambientales

Factores ambientales	Sub factores Ambientales	Impacto Ambiental
Biofísico	Hidrosfera	Desperdicio excesivo del agua al momento de lavar la tela.
	Atmósfera	Esparcimiento de pelusas de la tela al momento de fabricar los productos.
Biótico	Población humana	Daño a la salud
	Flora	Contaminación de las plantas
	Paisaje	Perjuicio al paisaje
Cultural	Socioeconómico	

Elaborado por: La Autora

3.7.3 Descripción del método a aplicar

Para la evaluación de los impactos ambientales de este proyecto se implementará la matriz de Leopold, y que según Idrogo & Álvarez (2019) aseguran que “fue el primer método que se estableció para las evaluaciones de impacto ambiental. Fue desarrollado

por el Servicio Geológico del Departamento de Interior de Estados Unidos en el año 1971”. Además, agrega que:

Este método consiste en un cuadro de doble entrada -matriz- en el que se disponen como filas los factores ambientales que pueden ser afectados y como columnas las acciones que vayan a tener lugar y que serán causa de los posibles impactos. (pág. 10)

Los factores ambientales que intervienen en la matriz de Leopold se detallan a continuación:

- a. Características fisicoquímicas:** los cuales están conformados por tierra, agua, atmósfera, procesos.
- b. Condiciones biológicas:** están conformados por la flora y fauna.
- c. Factores culturales:** usos del territorio, recreativos, estéticos y de interés humano, nivel cultural, servicios e infraestructuras.
- d. Relaciones ecológicas:** salinización, eutrofización, vectores de enfermedades (insectos), cadenas alimentarias, invasiones de maleza, etc.

3.7.4 Escalas o rangos de valoración ambiental para la Evaluación del Impacto Ambiental

Los rangos de valoración ambiental ayudan a verificar si las actividades que se están realizando en el negocio pueden afectar ya sea positiva o negativamente al medio ambiente. A continuación, se presentan los rangos para evaluar el impacto ambiental:

El rango para evaluar la magnitud del impacto ambiental será la que se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 97: Magnitud del impacto ambiental

MAGNITUD		
Puntual	Parcial	Extensa
El impacto ambiental se mantiene solo en el lugar donde se desarrolla la actividad.	El impacto ambiental sobrepasa el lugar donde se desarrolla la actividad.	El impacto ambiental puede afectar toda la ciudad o también a nivel nacional.
+ / - 1	+ / - 3	+ / - 5

Elaborado por: La Autora

El siguiente cuadro detalla el rango que se aplicará para evaluar la importancia del impacto ambiental:

Tabla 98: Importancia del impacto ambiental

IMPORTANCIA		
Bajo	Moderado	Alto
1 - 25	26 - 50	51 - 75

Elaborado por: La Autora

Y, finalmente el siguiente cuadro detalla el rango que se aplicará para evaluar la severidad del impacto ambiental.

Tabla 99: Severidad del impacto ambiental

SEVERIDAD		
Crítico	Moderado	No Significativo
El impacto ambiental ocasiona pérdidas irreparables en el lugar que ha sido afectado.	El lugar afectado puede ser reparado a largo plazo, es decir que sí tiene solución, aunque se demore un tiempo.	Tiene impactos ambientales ligeros
$\geq 51 - 75$	$\leq 26 - 50$	$\leq 1 - 25$

Elaborado por: La Autora

3.7.5 Interrelación entre las acciones y factores ambientales del emprendimiento.

En el siguiente cuadro se definen los impactos ambientales en las cuales se encuentran los factores ambientales y las acciones que estas presentan.

Tabla 100: Matriz de identificación de interacciones

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE INTERACCIONES										
Medio ambiental	Acciones Componentes	Impactos	Fase de Operación							Total interacciones
			Contratación del personal	Obtención de la materia prima	Selección de la materia prima	Proceso de la materia prima	Generación de basura	Venta de los productos	Mantenimiento de las maquinarias	
Medio Físico	Energía eléctrica	Alto consumo de energía				X		X	X	3
	Agua	Alto consumo de agua		X		X			X	3
	Suelo	Generación de desperdicios		X	X		X			3
Medio económico	Desarrollo económico	Mejoramiento de la economía	X	X	X			X		3
	Dinamización de la economía local	Alianzas estratégicas	X	X				X	X	4
Medio socio cultural	Fuentes de empleo	Plazas o lugares de empleo	X	X				X		3
Medio estético	Naturaleza	Cuidado del medio ambiente		X			X			2
	Parques y reservas ecológicas	Cuidado de los parques y reservas ecológicas		X			X			2
Total interacciones			3	7	1	2	3	4	3	23

Elaborado por: La Autora

Fuente: Propia

3.7.6 Determinación de la magnitud, importancia, severidad o significancia

Tabla 101: Matriz de evaluación de interacciones

Medio ambiental	Acciones	Impactos	Fase de Operación								Afectaciones negativas	Total
	Componentes		Contratación del personal	Obtención de la materia prima	Selección de la materia prima	Proceso de la materia prima	Generación de basura	Venta de los productos	Mantenimiento de las maquinarias	Afectaciones positivas		
Medio Físico	Energía eléctrica	Alto consumo de energía				-1		1	1	2	-1	1
	Agua	Alto consumo de agua				1			1	2		2
	Suelo	Generación de desperdicios			-1	1	-1	2		3	2	1
Medio económico	Desarrollo económico	Mejoramiento de la economía	3	2	2			2		9		9
	Dinamización de la economía local	Alianzas estratégicas	3	2				2		7		7
Medio socio cultural	Fuentes de empleo	Plazas o lugares de empleo	3	2				2		7		7
Medio estético	Naturaleza	Cuidado del medio ambiente		2			2			4		4
	Parques y reservas ecológicas	Cuidado de los parques y reservas ecológicas		2			1			3		3
Afectaciones positivas			9	10	2	2	3	6	0	32		
Afectaciones negativas				-2	-1	-1	-1	-2	-2		-9	
Total				8	1	1	2	4	-2	32		23

Elaborado por: La Autora

Fuente: Propia

3.7.7 Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación

Tabla 102: Jerarquización según su evaluación

Factor ambiental		Total
Medio Físico	Energía eléctrica	1
	Agua	2
	Suelo	1
Medio económico	Desarrollo económico	9
	Dinamización de la economía local	7
Medio socio cultural	Fuentes de empleo	7
Medio estético	Naturaleza	4
	Parques y reservas ecológicas	3

Elaborado por: La Autora

3.7.8 Matriz de plan de manejo ambiental sobre la base de la jerarquización ambiental

Tabla 103: Matriz de plan de manejo ambiental

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL			
Factores	Actividades	Medidas de mitigación	Responsable
Energía eléctrica	Optimizar el uso de la energía.	Utilizar la energía necesaria en la producción de los artículos	Producción
Agua	Uso correcto del agua.	Proporcionar la cantidad de agua que se necesite para su respectivo uso	Producción
Suelo	Clasificar correctamente los desechos.	Reducir la contaminación mediante la clasificación de desechos	Producción
Desarrollo económico	Buscar estrategias que mejoren la economía.	Incremento de capacidad productiva	Administración
Dinamización de la economía local	Desarrollar alianzas estratégicas.	Aumento de las ventas de los productos.	Administración
Fuentes de empleo	Proporcionar información detallada sobre el proyecto.	Incremento de empleo en el sector manufacturero	Administración
Naturaleza	Investigar medidas de prevención de contaminación.	Aplicar las normas que establece el ministerio del ambiente.	Gerente
Parques y reservas ecológicas	Cuidar las áreas verdes de cada rincón.	Ofrecer talleres a los ciudadanos de cómo cuidar las zonas verdes.	Gerente

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

4 Validación

4.1 Introducción

En este capítulo se procede a validar el proyecto de emprendimiento que se ha expuesto durante el desarrollo del estudio del presente trabajo, el cual consiste en verificar si los objetivos que se han propuesto desde un inicio se han logrado cumplir y evitando así algún error que pueda presentarse. Dicho esto, se toma en cuenta los siguientes aspectos que son fundamentales para su respectiva validación los cuales son: estudio de mercado, estudio técnico – administrativo, estudio financiero y culminando así con el estudio ambiental. Para esto, se desarrolla la matriz de validación que está conformada por los factores a validar y por los rangos de calificación y que estas a su vez serán revisados por completo por los docentes técnicos que son los responsables en poner la calificación correcta.

4.2 Descripción del estudio

Se realiza este capítulo con el fin de conocer si el proyecto tiene validez para su puesta en marcha cumpliendo con los factores esenciales que este tiene.

4.3 Objetivo

Validar el proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con los desechos de materias primas textiles ubicada en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura mediante la aplicación de la matriz de validación para determinar la factibilidad del proyecto.

4.4 Equipo de Trabajo

El equipo de trabajo está conformado por el docente tutor y dos docentes lectores que tienen la responsabilidad de guiar, corregir, sugerir cambios y por último validar la propuesta del proyecto gracias al amplio conocimiento que cada uno de ellos poseen. Asimismo; este equipo de trabajo lo conforma la autora que realizó el presente proyecto de emprendimiento. A continuación, se presenta un cuadro detallado del equipo de trabajo:

Tabla 104: Equipo de Trabajo

Nombres y Apellidos	
Autora	Sisa Pacarina Maldonado De la Torre
Directora del trabajo de grado	MSc. Sandra Mercedes Guevara López
Docentes expertos en el tema	MSc. María Gabriela Arciniegas Romero
	MSc. Lenin Roberto Castro Quelal

Elaborado por: La Autora

4.5 Métodos de Verificación

Tabla 105: Métodos de verificación

PROPUESTA	INDICADORES	¿SE VERIFICÓ?	
		SI	NO
MODELO DE NEGOCIO	Segmento de mercado		
	Propuesta de valor		
	Relación con los clientes		
	Canales		
	Fuentes de ingreso		
	Actores clave		
	Actividades clave		
	Recursos clave		
	Estructura de costos		
ESTUDIO DE MERCADO	Demanda		
	Oferta		
	Demanda insatisfecha		
	Producto		
	Precio		
	Promoción		
	Publicidad		
ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO	Localización		
	Ingeniería del proyecto		
	Capacidad instalada		

	Marca e imagen corporativa		
	Flujogramas de procesos		
	Manual de funciones		
	Organigrama estructural		
ESTUDIO FINANCIERO	Inversión inicial		
	Fuentes de financiamiento		
	Estado de Situación Financiera		
	Estado de Resultados		
	Indicadores financieros		
ESTUDIO AMBIENTAL	Factores Ambientales		
	Evaluación del impacto ambiental		
	Matriz Leopold		

Elaborado por: La Autora

4.6 Método de Calificación

Para este proceso se utilizará el siguiente método de calificación que estará compuesto de los siguientes parámetros con su respectiva calificación:

Tabla 106: Método de calificación

Interpretación	Resultados
Validez alta	El proyecto es aceptado
Validez media	El proyecto presenta debilidades pero se puede mejorar
No tiene validez	El proyecto no es aceptado

Elaborado por: La Autora

4.7 Rango de Interpretación

En los rangos de interpretación se asignarán porcentajes de calificación que permitirá validar el proyecto y obtener resultados.

Tabla 107: Rango de interpretación

Interpretación	Rango
Validez alta	De 80% al 100%
Validez media	De 50% al 79%
No tiene validez	Menor al 49%

Elaborado por: La Autora

Tabla 108: Porcentaje de cada factor a evaluar

	Descripción	Porcentaje
CAPÍTULO I	Diagnóstico	10%
CAPÍTULO II	Fundamentación teórica	10%
CAPÍTULO III	Propuesta	
	Modelo de Negocio	10%
	Estudio de Mercado	20%
	Estudio Técnico - Administrativo	20%
	Estudio Financiero	20%
	Estudio Ambiental	10%
	Total	100%

Elaborado por: La Autora

4.8 Resultados

Para obtener los resultados de este capítulo se ha considerado la elaboración de una matriz de validación para el modelo de negocio, estudio de mercado, estudio técnico administrativo, estudio financiero y estudio ambiental, en donde se identifica los siguientes indicadores.

Tabla 109: Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN						
Proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con los desechos textiles ubicada en la ciudad de Atuntaqui						
N°	Nombre del tutor		MSc. Sandra Mercedes Guevara López			
	Variable	Indicadores	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿La idea de negocio que se propone en este proyecto ayuda a disminuir la contaminación ambiental por parte de las empresas textiles de la ciudad?	5%	9	0,45	
2		¿El desarrollo de las variables diagnósticas permitieron conocer las características que ayuden a elegir el sitio adecuado para la creación de la empresa?	5%	9	0,45	
3	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Los conceptos utilizados en cada tema fueron precisos y claros para una mejor comprensión del trabajo?	5%	10	0,5	
4		¿Los instrumentos de investigación ayudaron a recopilar datos necesarios para el desarrollo de la misma?	5%	9	0,45	
5	MODELO DE NEGOCIO	¿Se define claramente el modelo de negocio que va a ser utilizado para el desarrollo del proyecto?	2,5%	9	0,23	
6		¿El modelo CANVAS permite identificar las debilidades y fortalezas que puede tener el negocio?	2,5%	9	0,23	
7		¿El modelo de negocio aplicado en el proyecto se relaciona directamente con la propuesta del negocio?	5%	9	0,45	

8	ESTUDIO DE MERCADO	¿Se aplicó correctamente la metodología que se estableció para el proyecto como es el tipo de muestreo e instrumentos de recolección de datos?	4%	10	0,4	
9		¿Tiene factibilidad de mercado la propuesta de la creación de una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con desechos textiles en la ciudad de Atuntaqui?	4%	10	0,4	
10		¿La determinación de la demanda insatisfecha en el estudio de mercado permite conocer la acogida de los productos por parte de los posibles consumidores?	4%	10	0,4	
11		¿Los análisis de la oferta y demanda permiten conocer los aspectos de la competencia existente y la cuantificación de la demanda insatisfecha?	4%	9	0,36	
12		¿Las características de los productos presentados cumplen con los requerimientos del mercado meta?	4%	10	0,4	
13		ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO	¿Se determinó la capacidad instalada considerando la materia prima disponible, la mano de obra, los recursos financieros, espacio físico y capacidad de la maquinaria?	5%	9	0,45
14	¿La inversión inicial es suficiente para poner en marcha el negocio?		2,5%	10	0,25	
15	¿Los diagramas de flujo detallan de manera clara y precisa los procesos necesarios que cada una de las actividades deben realizarse dentro del negocio?		5%	10	0,5	
16	¿El espacio físico de la empresa ha sido distribuida de acuerdo a los departamentos que esta tiene?		2,5%	10	0,25	
17	¿El organigrama estructural de la empresa contiene la distribución adecuada de los cargos y permite conocer el grado de autoridad y responsabilidad en cada uno de los departamentos?		5%	10	0,5	


18	ESTUDIO FINANCIERO	¿Los estados financieros expresan la situación económica de manera clara en caso de llegar a ejecutarse el proyecto?	5%	10	0,5	
19		¿La inversión que se necesita para poner en marcha el negocio es razonable?	5%	10	0,5	
20		¿El período de recuperación de la inversión es viable para ejecutar dicho proyecto?	5%	10	0,5	
21		¿Los indicadores financieros presentados en la propuesta refleja detallada y claramente la factibilidad del proyecto?	5%	10	0,5	
22	ESTUDIO AMBIENTAL	¿Se han detallado los diferentes impactos ambientales que pueden ser ocasionados por la creación de esta empresa?	5%	10	0,5	
23		¿La matriz de Leopold ha sido aplicada correctamente tomando en cuenta los factores ambientales y las acciones que la conforman?	5%	10	0,5	
Resultados			100%	222	9,67	
Fecha			22 de febrero de 2022			
Firma						

Tabla 110: Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN						
Proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con los desechos textiles ubicada en la ciudad de Atuntaqui						
N°	Nombre del tutor		MSc. María Gabriela Arciniegas Romero			
	Variable	Indicadores	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿La idea de negocio que se propone en este proyecto ayuda a disminuir la contaminación ambiental por parte de las empresas textiles de la ciudad?	5%	8	4%	
2		¿El desarrollo de las variables diagnósticas permitieron conocer las características que ayuden a elegir el sitio adecuado para la creación de la empresa?	5%	8	4%	
3	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Los conceptos utilizados en cada tema fueron precisos y claros para una mejor comprensión del trabajo?	5%	9	4,5%	
4		¿Los instrumentos de investigación ayudaron a recopilar datos necesarios para el desarrollo de la misma?	5%	9	4,5%	
5	MODELO DE NEGOCIO	¿Se define claramente el modelo de negocio que va a ser utilizado para el desarrollo del proyecto?	2,5%	9	2,25%	
6		¿El modelo CANVAS permite identificar las debilidades y fortalezas que puede tener el negocio?	2,5%	9	2,25%	
7		¿El modelo de negocio aplicado en el proyecto se relaciona directamente con la propuesta del negocio?	5%	9	4,5%	

8	ESTUDIO DE MERCADO	¿Se aplicó correctamente la metodología que se estableció para el proyecto como es el tipo de muestreo e instrumentos de recolección de datos?	4%	9	3,6%	
9		¿Tiene factibilidad de mercado la propuesta de la creación de una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con desechos textiles en la ciudad de Atuntaqui?	4%	8	3,2%	
10		¿La determinación de la demanda insatisfecha en el estudio de mercado permite conocer la acogida de los productos por parte de los posibles consumidores?	4%	8	3,2%	
11		¿Los análisis de la oferta y demanda permiten conocer los aspectos de la competencia existente y la cuantificación de la demanda insatisfecha?	4%	8	3,2%	
12		¿Las características de los productos presentados cumplen con los requerimientos del mercado meta?	4%	8,5	3,4%	
13		ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO	¿Se determinó la capacidad instalada considerando la materia prima disponible, la mano de obra, los recursos financieros, espacio físico y capacidad de la maquinaria?	5%	8,5	4,25%
14	¿La inversión inicial es suficiente para poner en marcha el negocio?		2,5%	9	2,25%	
15	¿Los diagramas de flujo detallan de manera clara y precisa los procesos necesarios que cada una de las actividades deben realizarse dentro del negocio?		5%	9	4,5%	
16	¿El espacio físico de la empresa ha sido distribuida de acuerdo a los departamentos que esta tiene?		2,5%	9	2,25%	
17	¿El organigrama estructural de la empresa contiene la distribución adecuada de los cargos y permite conocer el grado de autoridad y responsabilidad en cada uno de los departamentos?		5%	9	4,5%	



18	ESTUDIO FINANCIERO	¿Los estados financieros expresan la situación económica de manera clara en caso de llegar a ejecutarse el proyecto?	5%	9	4,5%	
19		¿La inversión que se necesita para poner en marcha el negocio es razonable?	5%	9	4,5%	
20		¿El período de recuperación de la inversión es viable para ejecutar dicho proyecto?	5%	9	4,5%	
21		¿Los indicadores financieros presentados en la propuesta refleja detallada y claramente la factibilidad del proyecto?	5%	9	4,5%	
22	ESTUDIO AMBIENTAL	¿Se han detallado los diferentes impactos ambientales que pueden ser ocasionados por la creación de esta empresa?	5%	8,5	4,25%	
23		¿La matriz de Leopold ha sido aplicada correctamente tomando en cuenta los factores ambientales y las acciones que la conforman?	5%	8,5	4,25%	
Resultados			100%		87%	
Fecha			09.02.2022			
Firma			 Lcda. Gabriela Arciniegas R., Mgs.			

Tabla III: Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN						
Proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con los desechos textiles ubicada en la ciudad de Atuntaqui						
N°	Nombre del tutor		MSc. Lenin Roberto Castro Quelal			
	Variable	Indicadores	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿La idea de negocio que se propone en este proyecto ayuda a disminuir la contaminación ambiental por parte de las empresas textiles de la ciudad?	5%	9	4,5%	
2		¿El desarrollo de las variables diagnósticas permitieron conocer las características que ayuden a elegir el sitio adecuado para la creación de la empresa?	5%	9	4,5%	
3	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Los conceptos utilizados en cada tema fueron precisos y claros para una mejor comprensión del trabajo?	5%	9	4,5%	
4		¿Los instrumentos de investigación ayudaron a recopilar datos necesarios para el desarrollo de la misma?	5%	10	5%	
5	MODELO DE NEGOCIO	¿Se define claramente el modelo de negocio que va a ser utilizado para el desarrollo del proyecto?	2,5%	10	2,5%	
6		¿El modelo CANVAS permite identificar las debilidades y fortalezas que puede tener el negocio?	2,5%	10	2,5%	
7		¿El modelo de negocio aplicado en el proyecto se relaciona directamente con la propuesta del negocio?	5%	10	5%	

8	ESTUDIO DE MERCADO	¿Se aplicó correctamente la metodología que se estableció para el proyecto como es el tipo de muestreo e instrumentos de recolección de datos?	4%	10	4%	
9		¿Tiene factibilidad de mercado la propuesta de la creación de una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con desechos textiles en la ciudad de Atuntaqui?	4%	10	4%	
10		¿La determinación de la demanda insatisfecha en el estudio de mercado permite conocer la acogida de los productos por parte de los posibles consumidores?	4%	10	4%	
11		¿Los análisis de la oferta y demanda permiten conocer los aspectos de la competencia existente y la cuantificación de la demanda insatisfecha?	4%	10	4%	
12		¿Las características de los productos presentados cumplen con los requerimientos del mercado meta?	4%	10	4%	
13		ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO	¿Se determinó la capacidad instalada considerando la materia prima disponible, la mano de obra, los recursos financieros, espacio físico y capacidad de la maquinaria?	5%	10	5%
14	¿La inversión inicial es suficiente para poner en marcha el negocio?		2,5%	10	2,5%	
15	¿Los diagramas de flujo detallan de manera clara y precisa los procesos necesarios que cada una de las actividades deben realizarse dentro del negocio?		5%	10	5%	
16	¿El espacio físico de la empresa ha sido distribuida de acuerdo a los departamentos que esta tiene?		2,5%	10	2,5%	
17	¿El organigrama estructural de la empresa contiene la distribución adecuada de los cargos y permite conocer el grado de autoridad y responsabilidad en cada uno de los departamentos?		5%	10	5%	

18	ESTUDIO FINANCIERO	¿Los estados financieros expresan la situación económica de manera clara en caso de llegar a ejecutarse el proyecto?	5%	10	5%	
19		¿La inversión que se necesita para poner en marcha el negocio es razonable?	5%	10	5%	
20		¿El período de recuperación de la inversión es viable para ejecutar dicho proyecto?	5%	10	5%	
21		¿Los indicadores financieros presentados en la propuesta refleja detallada y claramente la factibilidad del proyecto?	5%	10	5%	
22	ESTUDIO AMBIENTAL	¿Se han detallado los diferentes impactos ambientales que pueden ser ocasionados por la creación de esta empresa?	5%	10	5%	
23		¿La matriz de Leopold ha sido aplicada correctamente tomando en cuenta los factores ambientales y las acciones que la conforman?	5%	10	5%	
Resultados			100%		98,5%	
Fecha			11/02/2022			
Firma						

4.9 Análisis

El proyecto de emprendimiento de la creación de una empresa de producción y comercialización de productos elaborados con los desechos textiles ubicada en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura demuestra ser factible, en base a los resultados obtenidos a partir de las matrices de validación realizadas por los docentes encargados de

la evaluación de cada uno de los capítulos del proyecto, de lo cual se obtuvo un porcentaje de factibilidad del 94% según los criterios de validación.

Conclusiones

- En el diagnóstico se pudo identificar que a nivel provincial Antonio Ante es el cantón idóneo para fabricar productos con desechos textiles por la amplitud de empresas que existen en el lugar, por su buena infraestructura, por la buena acogida de sus visitantes, entre otras características, por lo tanto, se lo considera como una fuente de impacto positivo en el desarrollo económico local, empleo y seguridad social.
- En la fundamentación metodológica se conoció a detalle el tipo de investigación que tiene el proyecto para la creación de una empresa de producción y comercialización de productos con desechos textiles, los estudios que tiene como lo son el estudio de mercado, estudio técnico – administrativo, estudio financiero y estudio ambiental que son importantes y que permitieron conocer las oportunidades o debilidades que puede llegar a tener la empresa desde el momento de su creación.
- En la propuesta, a través del estudio de mercado se pudo constatar que las personas sí están interesadas y dispuestas en comprar los artículos que se les ofrece mediante la creación de esta empresa. En Antonio Ante hay una demanda significativa por lo que es un punto a favor para la implementación del negocio. A través del estudio técnico – administrativo se pudo determinar que el espacio geográfico apropiado para localizar la empresa es la ciudad de Atuntaqui por su cercanía en abastecimiento de materia prima, su infraestructura y sus instalaciones de energía eléctrica. Asimismo, se designó las responsabilidades correspondientes

que tendrá el personal que laborará en la empresa. Por otra parte, mediante el análisis de los indicadores financieros se conoció que el proyecto es rentable. Sin embargo, si se llegara a aumentar los costos de producción y disminuir las ventas el negocio ya no sería factible. Y, por último, en el estudio ambiental se identifican los impactos ambientales que puede generar la empresa al momento de su funcionamiento pero que se pueden evitar si se cumplen con las reglas que las leyes ambientales proponen.

- Y culminando con el proyecto de emprendimiento, en la validación se determinó que es muy importante contar con docentes expertos y calificados que aporten con conocimientos para el desarrollo del trabajo y así obtener buenos resultados.

Recomendaciones

- Se deben aplicar las leyes ambientales correspondientes al momento de la creación de la empresa para que el cantón siga teniendo una buena infraestructura y no afecte su economía y a la misma vez tener un bajo índice de contaminación ambiental protegiendo así al ecosistema y la salud de las personas de Antonio Ante.
- Para iniciar el proyecto es importante determinar los argumentos relacionados con la metodología y herramientas técnicas necesarias para obtener información y conocimiento sobre la posibilidad de crear dicha empresa. Por esta razón, se debe entender bien la aplicación de las técnicas e instrumentos de investigación como la observación directa, las entrevistas, y encuestas que permiten recolectar información concreta sobre los puntos a tratar.
- Es importante que el proyecto de emprendimiento realizado sea puesto en marcha ya que mediante los análisis realizados permiten conocer que la empresa

desarrolla impactos positivos a la ciudad de Atuntaqui, abriendo la posibilidad de crear empleos y seguir innovando los artículos. También, es importante realizar alianzas estratégicas con los proveedores para la adquisición de materia prima con la finalidad de poder disminuir costos. Y, lo más importante colaborar con el medio ambiente para así tener un lugar libre de contaminación ambiental.

- Se debe tomar en cuenta todos los consejos, correcciones, sugerencias que los docentes presentan, ya que es importante las opiniones y los conocimientos que ellos comparten para presentar a la perfección el proyecto de emprendimiento y así tener un trabajo transparente.

d. Más de tres ()

7. ¿Qué mascotas usted tiene?

a. Perros ()

b. Gatos ()

c. Otros _____ ()

8. ¿Tiene hijos comprendidos entre las edades desde los 2 hasta los 12 años? En el caso de no tener hijos por favor no considere las preguntas relacionadas con ropa para muñecos.

Sí ()

No ()

9. Las compras del hogar relacionadas con artículos para la organización/decoración en su mayoría son adquiridas por:

a. Mamá ()

b. Papá ()

c. Mamá y papá ()

d. Nadie compra/desinterés ()

e. No compran, pero reutilizan otros artículos ()

10. ¿Cuál es su motivación de compra para los siguientes productos? Marque con un X los factores que usted considere importantes.

Factores	Ropa para muñecos	Organizadores de espacios	Pañoletas para mascotas
Calidad			
Presentación y empaque			
Diseño			
Precio			
Funcionalidad			

11. **¿Si se creara una empresa de producción y comercialización de productos hechos con material textil reciclado, los compraría?**

Sí () No ()

12. **Señale la frecuencia de compra de los productos que usted realizaría según sea su interés:**

Frecuencia	Ropa para muñecos	Pañoletas para mascotas	Organizadores de espacios
Mensualmente			
Trimestralmente			
Semestralmente			
Anualmente			

13. **¿Cuánto pagaría usted por adquirir dichos productos?**

- Ropa para muñecos _____
- Pañoletas para mascotas _____
- Organizadores de espacios (organizadores de cajón, medidas 35 cm de ancho x 25 cm de largo) _____

14. **¿Qué formas de pago usted utilizaría al momento de realizar la compra de estos productos?**

- Pago en efectivo ()
- Pago con tarjeta de débito ()
- Pago con tarjeta de crédito ()

15. **¿En qué lugar le gustaría que esté situado el punto de venta de estos artículos?**

- Centro de la ciudad de Atuntaqui ()
- Mercado Municipal de Atuntaqui ()
- Calle General Enríquez (Principal) ()

16. **¿De qué forma le gustaría adquirir estos productos?**

- Tienda online ()
- Tienda física ()
- Otro () ¿Cuál? _____

17. **¿A través de qué medios le gustaría recibir información acerca de estos productos?**

- Facebook ()

- b. WhatsApp ()
- c. Instagram ()
- d. Páginas web ()
- e. Hojas volantes ()

18. ¿Qué promociones le gustaría recibir usted al momento de adquirir dichos artículos?

- a. Descuentos en días especiales ()
- b. Promoción 2x1 ()
- c. Entrega sin costo de envío ()

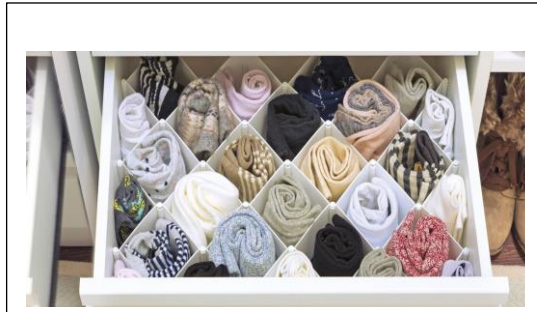
19. ¿Qué opinión tiene acerca del artículo denominado ropa para muñecos?

- a. Muy interesante ()
- b. Interesante ()
- c. Poco interesante ()
- d. Nada interesante ()



20. ¿Qué opinión tiene acerca de los organizadores de espacios?

- a. Muy interesante ()
- b. Interesante ()
- c. Poco interesante ()
- d. Nada interesante ()



21. ¿Qué opinión tiene acerca de las pañoletas para las mascotas?

- a. Muy interesante ()
- b. Interesante ()
- c. Poco interesante ()
- d. Nada interesante ()



22. ¿Cree usted que es importante que exista detrás del proceso de cada producto una responsabilidad ambiental?

- Sí ()
- No ()

- 23. ¿Qué es lo que usted busca en las ropas para muñecos?**
- a. Reversible
 - b. Diferentes dimensiones
 - c. Colección de ropa
- 24. ¿Qué es lo que usted busca dentro de las pañoletas para su mascota?**
- a. Bolsillo para colocar algún otro accesorio
 - b. Una foto de su mascota
 - c. El nombre de su mascota
- 25. ¿Qué es lo que usted busca en los organizadores de espacios?**
- a. Variedad de colores
 - b. Se transporte fácilmente
 - c. Fácil de lavar

¡Gracias por su colaboración!



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
IBARRA - ECUADOR

ENTREVISTA

La presente entrevista tiene como objeto recopilar información acerca de la adquisición de accesorios para mascotas, la oferta y demanda que tienen dichos productos y finalmente cómo establece los precios.

Entrevistador:

Entrevistado (a):

Edad:

Empresa:

Puesto:

- a) **¿Compra usted pañoletas para mascotas? ¿Considera que es un producto demandado en el mercado?**
- b) **¿Cómo es la negociación que usted tiene con sus proveedores cuando adquiere las pañoletas?**
- c) **¿Se encuentra usted satisfecho con las características que tienen las pañoletas?**
- d) **¿Con qué frecuencia adquiere usted este producto?**
- e) **¿Qué cantidad de pañoletas vende mensualmente?**
- f) **¿Cómo es la forma de pago cuando usted adquiere los accesorios para mascotas?**
- g) **¿Existe alguna empresa que se dedique a la comercialización de los mismos productos o de algún producto similar a la cual usted compre?**
- h) **Para introducir este producto en el mercado, ¿qué aspectos usted considera que podrían ser atractivos o novedosos que deben tener este producto?**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
IBARRA - ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**ENTREVISTA SOBRE EL PROCESO DE DISEÑO DE LOS PRODUCTOS
ELABORADOS CON DESECHOS TEXTILES**

PERFIL DEL ENTREVISTADO

Nombre:

Edad:

Empresa:

Puesto:

- **¿Cuál es el proceso que usted realiza para sacar diseños diferentes para cada producto?**
- **¿Cuáles son los diseños que más les atrae a los clientes?**
- **¿Qué aspectos considera que son importantes para que las personas estén dispuestas a pagar?**
- **¿Qué maquinaria utiliza usted para diseñar dichos productos?**
- **¿Cuál es la opinión que tienen los clientes respecto a los productos?**
- **¿Cuál es el proceso que utiliza para establecer el precio de los productos y que sean adecuados y competitivos?**
- **¿Qué productos o subproductos se pueden crear a base de desechos de materias primas?**
- **¿Qué proceso adecuado se realizan para poder aprovechar las materias primas?**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
IBARRA - ECUADOR

FICHA DE OBSERVACIÓN SUPERMERCADO TÍA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI

Dirección:

Fecha:

Observador:

Nro.	Indicadores	No	1	2	3	4	5	Observaciones
ÁREAS								
1	¿Adquieren productos que estén elaborados con material reciclado?							
2	¿Adquieren productos como ropa para muñecos, organizadores de espacios o pañoletas para mascotas?							
4	¿Adquieren organizadores de espacios o algún producto similar?							
7	¿La empresa se encuentra ubicada en un lugar correcto?							
8	¿Existen otras tiendas que se dediquen a ofertar productos similares a los que ustedes ofrecen?							
9	¿Poseen alguna ley que debe cumplir la empresa que ayude a disminuir la contaminación ambiental?							
10	¿El precio de los productos varían? ¿De qué características depende?							

TRABAJADORES

11	¿Los trabajadores cumplen con su horario de trabajo?							
12	¿Cada trabajador cumple con sus responsabilidades asignadas?							
13	¿Se capacita a los trabajadores? ¿Cada qué tiempo?							
14	¿Utilizan el uniforme de trabajo como es debido?							



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
IBARRA - ECUADOR

FICHA DE OBSERVACIÓN PET SHOP

Dirección:

Fecha:

Observador:

Nro.	Indicadores	No	1	2	3	4	5	Observaciones
ÁREAS								
1	¿Adquieren pañoletas para mascotas o algún producto similar?							
2	¿Existe algún control de inventario de este producto?							
5	¿Se encuentra organizada la tienda con sus respectivos productos?							
6	¿El precio del producto varía? ¿De qué características depende?							
7	¿La tienda se encuentra ubicada en un lugar correcto?							
8	¿Existen otras tiendas que se dediquen a ofertar productos similares a los que ustedes ofrecen?							
9	¿Poseen alguna ley que debe cumplir la tienda que ayude a disminuir la contaminación ambiental?							
TRABAJADORES								
10	¿Los trabajadores cumplen con su horario de trabajo?							

11	¿Cada trabajador cumple con sus responsabilidades asignadas?							
12	¿Se capacita a los trabajadores? ¿Cada qué tiempo?							
13	¿Los trabajadores poseen algún uniforme que identifique a la empresa?							
14	¿Los trabajadores cumplen con el horario de trabajo?							

Bibliografía

- Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas 2015 - 2019.* (Octubre de 2015). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/10600186300_01_PDOT%20DR_27-10-2015_22-50-06.pdf
- Andrade, M. (04 de Junio de 2018). Plástico y ropa, los más letales. *El Telégrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/plastico-y-ropa-los-mas-letales>
- Arteaga, H., Intriago, D., & Mendoza, K. (2016). La ciencia de la administración de empresas. *Dominio de las ciencias*, 426.
- Ávila, E. (2015). Elaboración de estrategias de marketing y trade para la marca de productos pro plan de la unidad de negocio Nestlé Purina. (*Tesis de ingeniería*). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- Babativa, C. (2017). Investigación Cuantitativa . *Fundación Universitaria del Área Andina*, 7.
- Banco Central del Ecuador. (31 de Marzo de 2021). La pandemia incidió en el crecimiento 2020: La economía ecuatoriana decreció 7,8%. Obtenido de https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8?fbclid=IwAR0UheuxgFWglp_ujiE06IUdmUJwjx92RNBTudtzd6ssp45ka01fC1f-3Qc
- Batista, R., Bolívar, A., & Medina, P. (2016). Monitorización del proceso emprendedor a través del modelo de negocio. *Innovar*, 86.
- Cámara de Comercio de Guayaquil.* (24 de Abril de 2017). Obtenido de Archivo PDF: <https://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2017/03/REG-1.5.1-1-IPE-184-PIB-2016-y-Proyecciones-2017.pdf?fbclid=IwAR3JPstijKrTWJdRiyn7oDf6L--xhUQkEv9hDHX5QNpauLgK1EIco6JWntg>
- Casas, J. (2017). *Guía para la realización de un Estudio de Investigación Ambiental. El caso de la cuenca del río Adra*. Almería: Edual.
- Cisneros, S. (2020). Obtenido de Futuro a Fondo: <https://www.futuroafondo.com/es/noticia/industria-textil-es-una-de-mas-contaminantes-del-mundo-cuales-son-tejidos-mas-respetuosos>
- Constitución de la República del Ecuador. (01 de Agosto de 2018). 140. Quito, Ecuador.

- Ecuador, B. C. (s.f.). Obtenido de [https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador#:~:text=El%20Producto%20Interno%20Bruto%20\(PIB,agentes%20econ%C3%B3micos%20durante%20un%20per%C3%ADodo.](https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador#:~:text=El%20Producto%20Interno%20Bruto%20(PIB,agentes%20econ%C3%B3micos%20durante%20un%20per%C3%ADodo.)
- Ekos. (2013). Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/visitamos-a-pinto>
- El Comercio. (04 de Mayo de 2020). *Empresas del sector textil reportan USD 150 millones en pérdidas*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/perdidas-sector-textil-produccion-coronavirus.html>
- Escudero, C., & Cortez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Machala: UTMACH.
- Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta*, 76. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/333714362_Introduccion_a_los_tipos_de_muestreo
- Ibujés, J., & Benavides, M. (2017). Contribución de la tecnología a la productividad de las pymes de la industria textil en Ecuador. *Elsevier*, 2-3.
- Idrogo, M., & Álvarez, D. (2019). Comparación de dos metodologías de estudio de impacto ambiental en el mejoramiento y ampliación del sistema de agua potable y desague del caserío Luceropata, distrito de Longar - Rodríguez de Mendoza - Amazonas. (*Tesis de ingeniería*). Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Chachapoyas.
- Indice de Precios al Consumidor. (06 de Febrero de 2020). Quito, Ecuador. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Enero-2020/Boletin_tecnico_01-2020-IPC.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. (2010). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Ley de Defensa del Consumidor*. (2000).
- Ley de Gestión Ambiental, Codificación. (10 de septiembre de 2004). 2. Quito, Ecuador.
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (21 de Febrero de 2020). 8. Quito, Ecuador. Obtenido de <https://www.fielweb.com/Index.aspx?157Rabf6ik65998#app/buscador>
- López, N., & Sandoval, I. (2016). *Métodos y técnicas cuantitativa y cualitativa*. Obtenido de https://pics.unison.mx/wp-content/uploads/2013/10/1_Metodos_y_tecnicas_cuantitativa_y_cualitativa.pdf

- Luna, A. (2016). *Plan Estratégico de Negocios*. Ciudad de México: Grupo Editorial Patria.
- Maldonado, J. (Septiembre de 2015). *Metodología de la investigación (Fundamentos)*. Honduras. Obtenido de https://www.academia.edu/15487793/METODOLOG%C3%8DA_DE_LA_INV_ESTIGACI%C3%93N_Fundamentos_
- Meza, L., & Moya, M. (2020). TIC y neuroeducación como recurso de innovación en el proceso de enseñanza y aprendizaje. *Rehuso*, 87. Obtenido de <file:///C:/Users/8abril2015/Downloads/Dialnet-TICYNeuroeducacionComoRecursoDeInnovacionEnElProce-7408907.pdf>
- Muñoz, B. (2018). Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas. *Ingeniería en Contabilidad Y auditoría*. Universidad Técnica de Machala, Machala. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>
- Ordenanza Sustitutiva de Control y Calidad Ambiental Del Cantón Antonio Ante. (Marzo de 2017). Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Antonio Ante. 37. Atuntaqui, Ecuador.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International journal of morphology*, 230.
- Pacheco, M. (05 de Enero de 2021). El Comercio. *Textileras de Ecuador se enfocan en producir prendas básicas y con tecnología*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/textileras-ecuador-produccion-prendas-tecnologia.html>
- Parra, L., & Vázquez, M. (2017). *Muestreo probabilístico y no probabilístico*. Oaxaca.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura 2015 - 2035. (2018). *Prefectura de Imbabura*. Obtenido de https://imbabura.gob.ec/phocadownload/K-Planes-programas/PDOT/PDOT_IMBABURA_2015-2035_REFORMADO_2018.pdf
- (2018). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura*.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Antonio Ante*. (Junio de 2020). Obtenido de http://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/images/PDF/2020/06/v5_PDOYT_ANTONIO_ANTE_FINAL_29_de_junio_de_2020.pdf
- Plot11. (11 de Julio de 2020). *The True Cost*. Obtenido de Archivo de Video: Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=nxhCpLzreCw&t=80s>
- Ponce, L. (2017). *Metodología de la investigación científica del derecho*. Ciudad de México: En Metodología del derecho.

- Rincón, D., Romero, J., & Palomino, A. (2016). *Modelo de Negocio: Fabricante*. Ibagué.
- Rojas, M. (2015). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=bNzDDQAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Romero, O., Hidalgo, A., & Correa, H. (2018). *Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio*. Machala: UTMACH.
- Salazar, C., & Del Castillo, S. (2018). *Fundamentos básicos de estadística*. Quito.
- Santacruz, L. (2017). Diseño e implementación de sistemas colectores de pelusa y horómetros para una máquina de coser industrial overlock y una recubridora. (*Tesis de ingeniería*). Escuela Politécnica Nacional, Quito.
- Scacco, A. (2020). Obtenido de Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra: https://www.ibarra.gob.ec/site/docs/estrategico/PDYOT_2020.pdf
- Schnarch, A. (2016). *El Marketing como Estrategia de emprendimiento*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Solís, J. (29 de Marzo de 2018). *Textiles Panamericanos*. Obtenido de Factores de Éxito de la Tecnología Maquinaria Textil Alemana: <https://textilespanamericanos.com/textiles-panamericanos/2018/03/factores-de-exito-de-la-tecnologia-maquinaria-textil-alemana/?fbclid=IwAR1bikeBIu-ZUztS8tnJSMugST5z2wOt2buPjV6P4zFsL4gEU0OySpCKoK8>
- The True Cost*. (Mayo de 2015). Obtenido de <https://www.area-documental.com/player.php?titulo=The%20True%20Cost>
- Torres, M., Paz, K., & Salazar, F. (2019). *Métodos de recolección de datos para una investigación*.
- Troncoso, C., & Amaya, A. (2016). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Artículo de reflexión*, 65(2), 330.