



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORAS:

MUÑOZ QUELAL ANDREA JOHANNA

REINA RECALDE CARLA LIZBETH

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Diego Fernando Rodríguez Yacelga

Ibarra, Febrero 2018

RESUMEN EJECUTIVO

El principal objetivo de la microempresa que producirá productos basados en neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra es fomentar el reciclaje y, por lo tanto, generar valor agregado al cuidar el medio ambiente. A partir del diagnóstico de la situación del entorno macro del proyecto, se establece que existe una oportunidad de inversión basada en el hecho de que la microempresa es nueva en el mercado y ofrece una amplia variedad de productos, como asientos, maseteros, juegos infantiles, cajas de juegos y pozos. Los resultados del estudio de mercado determinan que existe una demanda de productos fabricados con neumáticos reciclados de 8,543 artículos por año; la demanda proyectada para el año 2022 es de 9,615 productos. A partir del análisis de la oferta se establece que en la ciudad de Ibarra existen dos negocios dedicados a la elaboración y comercialización de productos fabricados con neumáticos reciclados. A partir del estudio técnico, se establece que la ubicación óptima de la microempresa se encuentra en las calles “Colón” 7-32 y “Bolívar” en la ciudad de Ibarra, con un presupuesto técnico de \$ 30,036 para su ejecución. A partir del estudio económico-financiero de los ingresos, costos y gastos del proyecto en su etapa operativa, se obtuvieron indicadores financieros positivos, tales como: un VAN de \$ 9,636.25, una TIR del 19%, un PRI de 4 años y 6 meses y un beneficio / costo de \$ 1.32; Lo que hace viable el proyecto desde el punto de vista financiero. La empresa de elaboración y comercialización de productos fabricados con neumáticos reciclados se constituirá como una Sociedad Limitada con un organigrama estructural.

ABSTRACT

The main objective of the microenterprise that will produce products based on recycled tires in the city of Ibarra is to encourage recycling and thus generate added value by caring for the environment. From the situational diagnosis of the project macro environment, it is established that there is an investment opportunity based on the fact that the microenterprise is new in the market offering a wide variety of products such as: seats, masseters, children's games, play boxes and wells. The results of the market study determine that there is a demand for products made from recycled tires of 8,543 articles per year, the projected demand for the year 2022 is 9,615 products. From the offer analysis it is established that in Ibarra city there are two businesses dedicated to the elaboration and marketing of products made from recycled tires. From the technical study it is established that the optimal location of the microenterprise is in "Colón"7-32 and "Bolívar" St. in Ibarra city, with a technical budget of \$ 30,036 for its execution. From the economic-financial study of the income, costs and expenses of the project in its operational stage, positive financial indicators are obtained, such as: a NPV of \$ 9,636.25, a IRR of 19%, a PP of 4 years and 6 months, and a Benefit / Cost of \$ 1.32; what makes the project viable from the financial point of view. The company of elaboration and commercialization of products made from recycled tires will be constituted as a Limited Company with a structural organizational chart.

AUTORÍA

AUTORÍA

Yo, Andrea Johanna Muñoz Quelal, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 040172268-1 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría **“Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluye en este documento.



Andrea Johanna Muñoz Quelal
C.I: 040172268-1

AUTORÍA

Yo, Carla Lizbeth Reina Recalde, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100375507-9 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría "Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.", que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluye en este documento.



Carla Lizbeth Reina Recalde
C.I: 100375507-9

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Ibarra, 29 de octubre de 2018

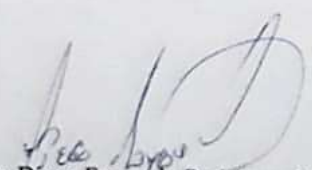
Doctora
Soraya Rhea G.
DECANA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

De mi consideración:

En atención a la designación como Director del Trabajo de Grado II titulado: "Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura", de la Autora: Muñoz Quelal Andrea Johanna, de la carrera de Administración de Empresas, me permito informar que el trabajo de investigación ha sido concluido y cumple con los requerimientos técnicos y metodológicos exigidos por la legislación universitaria, por lo que sugiero comenzar con el trámite respectivo.

Para el efecto en mi calidad de Director del Trabajo de Grado, asignó la calificación de 9/10 (NUEVE/DIEZ).

Atentamente


Ing. Diego Fernando Rodríguez Yacelga
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Ibarra, 29 de octubre de 2018

Doctora

Soraya Rhea G.


**DECANA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

De mi consideración:

En atención a la designación como Director del Trabajo de Grado II titulado: "Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura", de la Autora: Reina Recalde Carla Lizbeth, de la carrera de Administración de Empresas, me permito informar que el trabajo de investigación ha sido concluido y cumple con los requerimientos técnicos y metodológicos exigidos por la legislación universitaria, por lo que sugiero comenzar con el trámite respectivo.

Para el efecto en mi calidad de Director del Trabajo de Grado, asignó la calificación de 9/10 (NUEVE/DIEZ).

Atentamente



Ing. Diego Fernando Rodríguez Yacelga
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

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



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Andrea Johanna Muñoz Quelal, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 040172268-1 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte de los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6 en calidad de autor del trabajo de grado denominado: **“Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andrea Johanna Muñoz Quelal'.

Nombre: Andrea Johanna Muñoz Quelal

C.I: 040172268-1

Fecha:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Carla Lizbeth Reina Recalde, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100375507-9 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte de los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6 en calidad de autor del trabajo de grado denominado: **"Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura."**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Firma:

Nombre: Carla Lizbeth Reina Recalde

C.I: 100375507-9

Fecha:

PAPEL BIBLIOTECA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD	DE	040172268-1	
APELLIDOS Y NOMBRES	Y	Muñoz Quelal Andrea Johanna	
DIRECCIÓN		El Olivo	
EMAIL		ajmunioza@gmail.com	
CONTACTOS	TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO	"Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura."		
AUTORA	Andrea Johanna Muñoz Quelal		
FECHA			
PROGRAMA	PREGADO	X	POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniera Comercial		
ASESOR/DIRECTOR	Ing. Diego Rodríguez		

5. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Andrea Johanna Muñoz Quelal portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 040172268-1, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

6. CONSTANCIAS

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

Ibarra 26 de Noviembre 2018

La Autora

Firma



Andrea Johanna Muñoz Quelal
040172268-1

Facultado por resolución del Consejo Universitario _____



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO				
CÉDULA DE IDENTIDAD	DE	100375507-9		
APELLIDOS Y NOMBRES	Y	Reina Recalde Carla Lizbeth		
DIRECCIÓN	Los ceibos río Chinchipe y pasaje Elías reina última casa del lado derecho			
EMAIL	clreinar@gmail.com			
CONTACTOS	TELÉFONO FIJO	062-602668	TELÉFONO MÓVIL	0967807165
	DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO	"Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura."			
AUTORA	REINA Recalde Carla Lizbeth			
FECHA				
PROGRAMA	PREGADO	X	POSGRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniera Comercial			
ASESOR/DIRECTOR	Ing. Diego Rodríguez			

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Carla Lizbeth Reina Recalde portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100375507-9, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

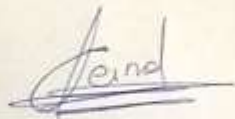
3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, 26 de noviembre de 2018

La Autora

Firma



Carla Lizbeth Reina Recalde
100375507-9

Facultado por resolución del Consejo Universitario _____

AGRADECIMIENTOS

Principalmente a Dios quien es un apoyo espiritual por hacer esto posible y por permitirme levantar día a día y continuar enfrentando retos, con la fuerza que lo necesito. Gracias Diosito porque me enseñas que tu tiempo es perfecto y que todo pasa según tu voluntad.

A mis padres Segundo Muñoz y Narciza Quelal, por ser mi apoyo incondicional, por siempre darme sus palabras y manos de aliento, por ser esos seres tan maravillosos que me han sabido formar en valores, porque me enseñaron que los sueños son siempre posibles en la medida que uno lucha por conseguirlos, y que la mayor satisfacción es conseguir mis metas en base a mi tenacidad, sacrificio y responsabilidad. Gracias papitos por ser mi fuente de inspiración. A mis hermanas que han estado conmigo en las buenas y en las malas, que pese a todas las adversidades han sido mis motivos por salir adelante. A mis tías, primas que siempre han estado juntos a mí llenándome de amor, consejos y buenos deseos.

A mi novio, por todo su amor, paciencia, comprensión, respeto y sobre todo ser testigo fiel de cada momento en mi vida, por ese gran corazón lleno de bondad y de apoyo incondicional. Gracias mi amorcito porque somos un solo corazón.

A mis mejores amigas que siempre han estado como parte fundamental de mi vida, gracias por ser mi familia de espíritu y estar siempre ahí, las quiero mucho.

A mi Director de tesis, Ing. Diego Rodríguez por su paciencia, colaboración, tiempo, esfuerzo, compromiso y sobre todo por su amistad, por confiar en mí y darme una palabra de aliento cuando más lo necesitaba.

A la Universidad Técnica del Norte por haber impulsado en mí el deseo de superación y el deseo de triunfar en la vida.

Andrea Muñoz

Principalmente a Dios quien es un apoyo espiritual por hacer esto posible y por permitirme levantar día a día y continuar enfrentando retos, con la fuerza que lo necesito. Gracias Diosito porque me enseñas que tu tiempo es perfecto y que todo pasa según tu voluntad.

Primeramente agradezco a Dios por haber guiado mi camino durante toda mi vida y mediante su voluntad todos mis anhelos se vayan haciendo realidad.

A mis padres Ecuador Reina y Rita Recalde por inculcarme valores y permanecer conmigo durante toda la vida académica, por decirme que todo lo que uno se propone se logra con esfuerzo y dedicación, gracias a ellos se cumplirá esta meta tan anhelada.

A mis vecinas Laura Aragón y Anita Revelo quienes con su apoyo incondicional en la crianza de mi hijo permitieron que yo terminara mis estudios.

A mi hijo y mi esposo quienes con su paciencia, comprensión, cariño, apoyo y amor incondicional día a día hicieron que esta meta se haga realidad.

A mi Director de tesis, Ing. Diego Rodríguez por su paciencia, colaboración, tiempo, esfuerzo, compromiso y sobre todo por su amistad, por confiar en mí y darme una palabra de aliento cuando más lo necesitaba.

A la Universidad Técnica del Norte por haber impulsado en mí el deseo de superación y el deseo de triunfar en la vida.

Carla Reina

DEDICATORIAS

La presente investigación es resultado de todo mi esfuerzo, responsabilidad, lucha constante, compromiso y sobre todo tiempo invertido, dedicada a los motores de mi vida, a mis maravillosos padres y hermanas que con su amor me han apoyado incondicionalmente para la realización de una meta en mi vida académica. No hay nada en la vida que no haría por y para ustedes.

Andrea Muñoz

El presente proyecto es resultado de todo mi esfuerzo y dedicación constante, dedicado a mis padres Ecuador Reina y Rita Recalde quienes han sido el pilar fundamental en el trayecto de mi carrera, los cuales han permanecido incondicionalmente en los buenos y malos momentos brindándome siempre su apoyo y con sus palabras de aliento nunca dejarme desmayar, generando en mi confianza y valor para alcanzar tan anhelada meta.

También dedico a mi hijo Benjamin Israel quien ha sido la razón y mi fuente de inspiración para seguir adelante con mis estudios y ser una persona con principios y valores.

Carla Reina

ÍNDICE

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....	1
ABSTRACT.....	2
AUTORÍA.....	3
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	5
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	7
PAPEL BIBLIOTECA.....	9
AGRADECIMIENTOS.....	13
DEDICATORIAS.....	15
ÍNDICE.....	16
NOMBRE DE PROYECTO.....	33
ANTECEDENTES.....	33
JUSTIFICACIÓN.....	34
FORMULACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	35
OBJETIVOS.....	38
Objetivo general.....	38
Objetivos específicos.....	38
PRINCIPALES IMPACTOS.....	38
Impacto social.....	38
Impacto económico.....	39
Impacto ambiental.....	39
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	39
ESTRUCTURA DEL PROYECTO.....	40
ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA.....	46
Métodos.....	46
Técnicas.....	48
Instrumentos.....	49
CRONOGRAMA DE GANT.....	50

RECURSOS DEL PROYECTO	51
Recursos humanos	51
Recursos materiales	51
Recursos económicos	51
FINANCIAMIENTO	51
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	52
1.1. Antecedentes	52
1.2. Objetivos	53
1.2.1. Objetivo general.....	53
1.2.2. Objetivos específicos	53
1.3. Variables diagnósticas.....	53
1.4. Indicadores	54
1.4.1. Aspectos sociodemográficos.....	54
1.4.2. Aspectos económicos.....	54
1.4.3. Formas de comercio.....	54
1.4.4. Fuerzas competitivas.....	54
1.4.5. Aspectos administrativos y Legales.....	54
1.5. Matriz de relación diagnóstica	55
1.6. Organización Metodológica	56
1.7. Desarrollo de las variables e indicadores	57
1.7.1. Sociodemográfico	57
1.7.2. Socioeconómico.....	59
1.7.3. Formas de comercio	61
1.7.4. Diversificación de productos	62
1.8. Fuerzas competitivas	65
1.8.1. Competidores	65
1.8.2. Proveedores.....	82
1.8.3. Clientes	84
1.9. Aspectos administrativos.....	85
1.9.1. Talento Humano.....	85
1.10. Aspectos legales	85

1.10.1.	Permiso de bomberos	85
1.10.2.	Patente Municipal.....	86
1.10.3.	Certificado Ambiental	87
1.11.	MARIZ AOOR.....	87
1.12.	Determinación de la oportunidad de inversión.....	88
2.	MARCO TEÓRICO	89
2.1.	Microempresa.....	89
2.1.1.	Definición de microempresa	89
2.1.2.	Clasificación de microempresa	89
2.1.3.	Cómo se crea una microempresa	91
2.1.4.	Beneficios de la microempresa	93
2.1.5.	Dificultades de la microempresa.....	94
2.2.	El reciclaje como actividad económica.....	95
2.2.1.	Definición de Reciclaje.....	95
2.2.2.	Importancia del Reciclaje	96
2.2.3.	Estudio de Reciclaje de llantas	96
2.2.4.	Tipos de reciclaje	96
2.3.	Materia prima	97
2.3.1.	Definición de materia prima	97
2.3.2.	Definición de llanta.....	97
2.3.3.	Tratamiento de la llanta	98
2.3.4.	Donde se depositan las llantas en desuso.....	98
2.3.5.	Uso de los neumáticos en desuso.....	99
2.4.	Cuidado del medio ambiente.....	99
2.4.1.	Definición del medio ambiente.....	99
2.4.2.	Importancia de cuidar el medio ambiente.....	99
2.5.	Producción u operaciones.....	101
2.5.1.	Definición de producción.....	101
2.5.2.	Propósito de la producción.....	101
2.5.3.	Elementos de la producción	102
2.5.4.	Clasificación de los sistemas productivos.....	104

2.6.	Marketing	105
2.6.1.	Producto	105
2.6.2.	Precio	111
2.6.3.	Plaza.....	111
2.6.4.	Promoción.....	111
2.7.	Aspectos Legales.....	112
3.	Estudio de mercado	113
3.1.	Introducción	113
3.2.	Objetivos	114
3.2.1.	Objetivo general.....	114
3.2.2.	Objetivos específicos	114
3.3.	Variables e indicadores	114
3.3.1.	Variables	114
3.3.2.	Indicadores.....	115
3.4.	Matriz de relación del Estudio de Mercado	116
3.5.	Descripción de los productos	117
3.6.	Población y muestra	118
3.7.	Tabulación de las encuestas	120
3.7.1.	Centros Infantiles	120
3.7.2.	Trabajador Público.....	135
3.7.3.	Trabajador Privado.....	150
3.7.4.	Actividad Propia	165
3.7.5.	Otros.....	180
3.7.6.	Género Masculino.....	195
3.7.7.	Género Femenino.....	210
3.8.	Mercado Meta	225
3.9.	Segmento de mercado	225
3.10.	Identificación del consumidor	225
3.10.1.	Centros Infantiles	225
3.10.2.	Trabajador Público	225
3.10.3.	Trabajador Privado.....	226

3.10.4.	Actividad Propia.....	226
3.10.5.	Otros	226
3.11.	Identificación de la demanda.....	227
3.12.	Demanda anual de los productos	229
3.13.	Proyección de la demanda	229
3.14.	Identificación de la oferta	230
3.15.	Proyección de la oferta	230
3.16.	Balance demanda-oferta	231
3.17.	Proyección de la demanda-oferta	231
3.18.	Determinación del mercado.....	232
3.18.1.	Centros Infantiles	232
3.18.2.	Trabajador Público	232
3.18.3.	Trabajador Privado.....	232
3.18.4.	Actividad Propia.....	232
3.18.5.	Otros	233
3.19.	Análisis de los competidores	233
3.19.1.	Variedades Liliana.....	233
3.19.2.	Variedades Isabel	234
3.20.	Proyecciones de precios.....	234
3.20.1.	Precios de productos.....	234
3.20.2.	Proyección precios de productos.....	235
5.1.	235
3.21.	Canal de distribución	235
3.22.	Conclusiones del Estudio de Mercado.....	235
4.	ESTUDIO TÉCNICO	237
4.1.	Tamaño del proyecto.....	237
4.2.	Localización del proyecto	238
4.2.1.	Macro localización.....	238
4.2.2.	Micro Localización	239
4.2.3.	Factores que considerar para la ubicación de la empresa	240
4.3.	Ingeniería del proyecto.....	244

4.3.1.	Infraestructura Física	244
4.3.2.	Distribución.....	244
4.3.3.	Infraestructura.....	245
4.3.4.	Proceso del servicio	247
4.3.5.	Simbología	247
4.3.6.	Flujograma de Proceso de Atención al Cliente.....	248
4.3.7.	Flujograma del proceso de asientos	249
4.3.8.	Flujograma del proceso de maseteros	250
4.3.9.	Flujograma del proceso de juegos infantiles.....	251
4.3.10.	Flujograma del proceso de pozos	252
4.3.11.	Flujograma del proceso de cajas lúdicas	253
4.4.	Proceso de elaboración de los productos.....	254
4.5.	Descripción de los materiales a utilizarse en la producción.....	254
4.6.	Herramientas	260
4.7.	Muebles y enseres	260
4.8.	Equipo Tecnológico	261
4.9.	Inversiones	262
4.9.1.	Herramientas	262
4.9.2.	Muebles y enseres	263
4.9.3.	Equipo Tecnológico	264
4.9.5.	Resumen de Activos Fijos	264
4.10.	Talento Humano	265
4.10.1.	Mano de obra directa.....	265
4.11.	Capital de Trabajo	265
4.12.	Costos de producción.....	266
4.12.1.	Resumen de Costos de Producción	268
4.13.	Gastos Operativos.....	268
4.13.1.	Gastos Administrativos	268
4.13.2.	Resumen de Gastos Administrativos.....	269
4.13.3.	Gastos de Ventas	270
4.13.4.	Gastos Financieros	270

4.14.	Costos Indirectos de Fabricación.....	271
4.14.1.	Servicios Básicos.....	271
4.14.2.	Materia prima indirecta.....	271
4.14.3.	Materiales indirectos.....	271
4.14.4.	Resumen Costos Indirectos de Fabricación.....	272
4.15.	Total de la Inversión.....	272
4.16.	Seguimiento y monitoreo.....	272
5.	ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO.....	273
5.1.	Presupuesto de la inversión.....	273
5.2.	Cálculo costo de oportunidad.....	273
5.3.	Tasa de rendimiento medio.....	273
5.4.	Determinación de ingresos.....	274
5.4.1.	Proyecciones de venta de productos.....	274
5.5.	Resumen de la proyección de ingresos.....	276
5.6.	Determinación de egresos.....	276
5.6.1.	Costos de Producción.....	276
5.7.	Resumen Costos de Producción.....	279
5.8.	Gastos Administrativos.....	279
5.8.1.	Sueldos Administrativos.....	279
5.8.2.	Servicios Básicos.....	280
5.8.3.	Suministros de oficina.....	280
5.8.4.	Suministros de aseo y limpieza.....	281
5.8.5.	Gasto Arriendo.....	281
5.9.	Resumen de Gastos Administrativos.....	282
5.10.	Gastos de Venta.....	282
5.10.1.	Sueldo de ventas.....	282
5.10.2.	Publicidad.....	283
5.11.	Resumen gastos de venta.....	283
5.12.	Gasto Financiero.....	283
5.13.	Depreciaciones.....	286
5.14.	Estados Financieros.....	287

5.14.1.	Balance General	287
5.14.2.	Estado de pérdidas y ganancias proyectado	288
5.14.3.	Flujo de efectivo proyectado	289
5.14.4.	Presupuesto de caja	290
5.15.	Evaluación financiera	291
5.15.1.	Valor Actual Neto (VAN)	291
5.15.2.	Tasa interna de retorno (TIR)	292
	Beneficio-costo	292
5.15.3.	Período de recuperación de la inversión	293
5.15.4.	Punto de equilibrio	293
6.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	295
6.1.	Denominación de la microempresa	295
6.2.	Importancia de la microempresa	295
6.3.	Beneficiarios	295
6.4.	Sector económico	296
6.5.	Tipo de empresa	296
6.6.	Logo de la microempresa	297
6.7.	Slogan de la microempresa	297
6.8.	Marco Legal	297
6.8.1.	Razón Social	297
6.9.	Filosofía de la Empresa	298
6.9.1.	Misión	298
6.9.2.	Visión	298
6.9.3.	Objetivos estratégicos	298
6.9.4.	Valores	299
6.9.5.	Políticas	299
6.10.	Requerimiento de personal	301
6.11.	Organigrama Estructural	301
6.12.	Niveles Administrativos	302
6.13.	Estrategias de marketing mix	306
a)	Producto	306

b) Precio.....	306
c) Plaza	307
d) Promoción	307
6.14. Descripción de las Funciones	308
6.14.1. Descriptor del puesto.....	308
6.15. Aspectos legales	311
6.15.1. Permiso de bomberos	311
6.15.2. Patente Municipal.....	311
6.15.3. Certificado Ambiental	312
7. IMPACTOS	313
7.1. Objetivo:.....	313
7.2. Impacto Económico.....	314
7.3. Impacto social	316
7.4. Impacto Ambiental.....	317
7.5. Impacto General del Proyecto	318
CONCLUSIONES	319
RECOMENDACIONES	320
BIBLIOGRAFÍA	322
LINCOGRAFÍA	324
ANEXOS	325
<i>Anexo 1. Proforma santa maría</i>	<i>325</i>
<i>Anexo 2. Proforma papelería chemlake</i>	<i>326</i>
<i>Anexo 3. Proforma mueblería campaña</i>	<i>327</i>
<i>Anexo 4. Encuesta segmento ocupación.....</i>	<i>328</i>
<i>Anexo 5. Encuesta segmento centros infantiles.....</i>	<i>332</i>
<i>Anexo 6. Encuesta Competidores</i>	<i>336</i>

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Recursos Económicos	51
Tabla 2. Tiempo De Funcionamiento	69
Tabla 3. Variedad De Productos	70
Tabla 4. Oferta De Productos.....	71
Tabla 5. Proveedores De La Competencia.....	72
Tabla 6. Frecuencia De Ventas	73
Tabla 7. Servicios Adicionales	74
Tabla 8. Forma De Pago	75
Tabla 9. Número De Trabajadores.....	76
Tabla 10. Atención Al Cliente	77
Tabla 11. Régimen Tributario.....	78
Tabla 12. Permisos De Funcionamiento	79
Tabla 13. Horario De Atención.....	80
Tabla 14. Nivel De Competencia En La Zona.....	81
Tabla 15. Categoría De Ocupación.....	118
Tabla 16. Centros Infantiles De Ibarra.....	119
Tabla 17. Segmentos A Encuestar	119
Tabla 18. Segmento centros infantiles	120
Tabla 19. Adquisición de productos	121
Tabla 20. Frecuencia de compra	122
Tabla 21. Presupuesto mensual de compra	123
Tabla 22. Persona con la que realiza las compras.....	124
Tabla 23. Diseño de los productos	125
Tabla 24. Color de los productos	126
Tabla 25. Medio publicitario.....	127
Tabla 26. Razón para adquirir los productos	128
Tabla 27. Tipo de red social.....	129
Tabla 28. Forma de pago	130
Tabla 29. Promociones por las compras	131
Tabla 30. Condición de compra	132
Tabla 31. Preferencia del producto	133
Tabla 32. Cantidad de productos	134
Tabla 33. Segmento trabajador público	135
Tabla 34. Adquisición de productos	136
Tabla 35. Frecuencia de compra	137
Tabla 36. Presupuesto mensual de compra	138
Tabla 37. Persona con la que realiza las compras.....	139
Tabla 38. Diseño de los productos	140
Tabla 39. Color de los productos	141
Tabla 40. Medio publicitario.....	142
Tabla 41. Razón para adquirir los productos	143
Tabla 42. Tipo de red social.....	144
Tabla 43. Forma de pago	145
Tabla 44. Promociones por las compras	146

Tabla 45. Condición de compra	147
Tabla 46. Preferencia del producto	148
Tabla 47. Cantidad de productos	149
Tabla 48. Segmento trabajador privado	150
Tabla 49. Adquisición de productos	151
Tabla 50. Frecuencia de compra	152
Tabla 51. Presupuesto mensual de compras	153
Tabla 52. Persona con la que realiza las compras.....	154
Tabla 53. Diseño de los productos	155
Tabla 54. Color de los productos	156
Tabla 55. Medio publicitario.....	157
Tabla 56. Razón para adquirir los productos	158
Tabla 57. Tipo de red social.....	159
Tabla 58. Forma de pago	160
Tabla 59. Promociones por las compras	161
Tabla 60. Condición de compra	162
Tabla 61. Preferencia del producto	163
Tabla 62. Cantidad de productos	164
Tabla 63. Segmento actividad propia.....	165
Tabla 64. Adquisición de productos	166
Tabla 65. Frecuencia de compra	167
Tabla 66. Presupuesto mensual de compra	168
Tabla 67. Persona con la que realiza las compras.....	169
Tabla 68. Diseño de los productos	170
Tabla 69. Color de los productos	171
Tabla 70. Medio publicitario.....	172
Tabla 71. Razón para adquirir los productos	173
Tabla 72. Tipo de red social.....	174
Tabla 73. Forma de pago	175
Tabla 74. Promociones por las compras	176
Tabla 75. Condición de compra	177
Tabla 76. Preferencia del producto	178
Tabla 77. Cantidad de productos	179
Tabla 78. Segmento Otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora).....	180
Tabla 79. Adquisición de productos	181
Tabla 80. Frecuencia de compra	182
Tabla 81. Presupuesto mensual de compra	183
Tabla 82. Persona con la que realiza las compras.....	184
Tabla 83. Diseño de los productos	185
Tabla 84. Color de los productos	186
Tabla 85. Medio publicitario.....	187
Tabla 86. Razón para adquirir los productos	188
Tabla 87. Tipo de red social.....	189
Tabla 88. Forma de pago	190
Tabla 89. Promociones por las compras	191

Tabla 90. Condición de compra	192
Tabla 91. Preferencia del producto	193
Tabla 92. Cantidad de productos	194
Tabla 93. Segmento género masculino	195
Tabla 94. Adquisición de productos	196
Tabla 95. Frecuencia de compra	197
Tabla 96. Presupuesto mensual de compra	198
Tabla 97. Persona con la que realiza las compras	199
Tabla 98. Diseño de los productos	200
Tabla 99. Color de los productos	201
Tabla 100. Medio publicitario	202
Tabla 101. Razón para adquirir los productos	203
Tabla 102. Tipo de red social	204
Tabla 103. Forma de pago	205
Tabla 104. Promociones por las compras	206
Tabla 105. Condición de compra	207
Tabla 106. Preferencia del producto	208
Tabla 107. Cantidad de productos	209
Tabla 108. Segmento género femenino	210
Tabla 109. Adquisición de productos	211
Tabla 110. Frecuencia de compra	212
Tabla 111. Presupuesto mensual de compra	213
Tabla 112. Persona con la que realiza las compras	214
Tabla 113. Diseño de los productos	215
Tabla 114. Color de los productos	216
Tabla 115. Medio publicitario	217
Tabla 116. Razón para adquirir los productos	218
Tabla 117. Tipo de red social	219
Tabla 118. Forma de pago	220
Tabla 119. Promociones por las compras	221
Tabla 120. Condición de compra	222
Tabla 121. Preferencia del producto	223
Tabla 122. Cantidad de productos	224
Tabla 123. Demanda de productos	229
Tabla 124. Proyección demanda	229
Tabla 125. Oferta	230
Tabla 126. Determinación de la oferta	230
Tabla 127. Proyección de la oferta	230
Tabla 128. Balance demanda - oferta	231
Tabla 129. Proyección demanda - oferta	231
Tabla 130. Precio de los productos	234
Tabla 131. Proyección de precios	235
Tabla 132. Capacidad de producción asientos	237
Tabla 133. Capacidad de producción maseteros	237
Tabla 134. Capacidad de producción juegos infantiles	238
Tabla 135. Capacidad de producción cajas lúdicas	238

Tabla 136. Capacidad de producción pozos	238
Tabla 137. Distribución del área total de la microempresa	244
Tabla 138. Distribución de la microempresa	245
Tabla 139. Simbología	247
Tabla 140. Herramientas	260
Tabla 141. Muebles y enseres	261
Tabla 142. Equipo tecnológico	261
Tabla 143. Herramientas	262
Tabla 144. Muebles y enseres	263
Tabla 145. Equipo tecnológico	264
Tabla 146. Gastos de constitución	264
Tabla 147. Resumen de activos fijos	264
Tabla 148. Talento humano	265
Tabla 149. Capital de trabajo	265
Tabla 150. Costo de producción asientos	266
Tabla 151. Costo de producción maseteros	266
Tabla 152. Costo de producción juegos infantiles	267
Tabla 153. Costo de producción cajas lúdicas	267
Tabla 154. Costo de producción pozos	267
Tabla 155. Resumen costos de producción	268
Tabla 156. Suministros de oficina	268
Tabla 157. Suministros de aseo y limpieza	269
Tabla 158. Resumen gastos administrativos	269
Tabla 159. Publicidad	270
Tabla 160. Financiamiento	270
Tabla 161. Servicios básicos	271
Tabla 162. Materia prima indirecta	271
Tabla 163. Materiales indirectos	271
Tabla 164. Resumen CIF	272
Tabla 165. Inversión total	272
Tabla 166. Presupuesto de la inversión	273
Tabla 167. Costo de oportunidad	273
Tabla 168. Proyección de venta de productos	274
Tabla 169. Proyección de ventas asientos	274
Tabla 170. Proyección de ventas maseteros	274
Tabla 171. Proyección de ingresos juegos infantiles	275
Tabla 172. Proyección de ingresos cajas lúdicas	275
Tabla 173. Proyección de ingresos pozos	275
Tabla 174. Resumen proyección de ingresos	276
Tabla 175. Costos de producción asientos	276
Tabla 176. Costos de producción maseteros	277
Tabla 177. Costo de producción juegos infantiles	277
Tabla 178. Costo de producción cajas lúdicas	278
Tabla 179. Costo de producción pozos	278
Tabla 180. Resumen costos de producción	279
Tabla 181. Servicios básicos	280

Tabla 182. Suministros de oficina	280
Tabla 183. Suministros de aseo y limpieza.....	281
Tabla 184. Arriendo	281
Tabla 185. Resumen gastos administrativos.....	282
Tabla 186. Publicidad	283
Tabla 187. Resumen gastos de venta	283
Tabla 188. Depreciaciones.....	286
Tabla 189. Flujo de efectivo	289
Tabla 190. Valor actual neto.....	291
Tabla 191. Tasa interna de retorno	292
Tabla 192. Recuperación de la inversión	293
Tabla 193. Punto de equilibrio en cantidad	293
Tabla 194. Punto de equilibrio en dólares	294
Tabla 195. Requerimiento de personal	301
Tabla 196. Impacto económico.....	314
Tabla 197. Impacto social.....	316
Tabla 198. Impacto ambiental.....	317
Tabla 199. Impacto general.....	318

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Cronograma de Gantt.....	50
Gráfico 2. Actividades Económicas.....	61
Gráfico 3. Tiempo De Funcionamiento	69
Gráfico 4. Variedad De Productos	70
Gráfico 5. Oferta De Productos	71
Gráfico 6. Proveedores De La Competencia.....	72
Gráfico 7. Frecuencia De Ventas	73
Gráfico 8. Servicios Adicionales	74
Gráfico 9. Forma De Pago	75
Gráfico 10. Número De Trabajadores.....	76
Gráfico 11. Atención Al Cliente	77
Gráfico 12. Régimen Tributario.....	78
Gráfico 13. Permisos De Funcionamiento	79
Gráfico 14. Horario De Atención.....	80
Gráfico 15. Nivel De Competencia De La Zona.....	81
Gráfico 16. Segmento centros infantiles.....	120
Gráfico 17. Adquisición de productos	121
Gráfico 18. Frecuencia de compra	122
Gráfico 19. Presupuesto mensual de compra.....	123
Gráfico 20. Persona con la que realiza las compras.....	124
Gráfico 21. Diseño de los productos.....	125
Gráfico 22. Color de los productos	126
Gráfico 23. Medio publicitario	127
Gráfico 24. Razón para adquirir los productos	128

Gráfico 25. Tipo de red social.....	129
Gráfico 26. Forma de pago	130
Gráfico 27. Promociones por las compras	131
Gráfico 28. Condición de compra.....	132
Gráfico 29. Preferencia del producto	133
Gráfico 30. Cantidad de productos	134
Gráfico 31. Segmento trabajador público	135
Gráfico 32. Adquisición de productos	136
Gráfico 33. Frecuencia de compra	137
Gráfico 34. Presupuesto mensual de compra.....	138
Gráfico 35. Persona con la que realiza las compras.....	139
Gráfico 36. Diseño de los productos.....	140
Gráfico 37. Color de los productos	141
Gráfico 38. Medio publicitario	142
Gráfico 39. Razón para adquirir los productos	143
Gráfico 40. Tipo de red social.....	144
Gráfico 41. Forma de pago	145
Gráfico 42. Promociones por las compras	146
Gráfico 43. Condición de compra.....	147
Gráfico 44. Preferencia del producto	148
Gráfico 45. Cantidad de productos	149
Gráfico 46. Segmento trabajador privado	150
Gráfico 47. Adquisición de productos	151
Gráfico 48. Frecuencia de compra	152
Gráfico 49. Presupuesto mensual de compras	153
Gráfico 50. Persona con la que realiza las compras.....	154
Gráfico 51. Diseño de los productos.....	155
Gráfico 52. Color de los productos	156
Gráfico 53. Medio publicitario	157
Gráfico 54. Razón para adquirir los productos	158
Gráfico 55. Tipo de red social.....	159
Gráfico 56. Forma de pago	160
Gráfico 57. Promociones por las compras	161
Gráfico 58. Condición de compra.....	162
Gráfico 59. Preferencia del producto	163
Gráfico 60. Cantidad de productos	164
Gráfico 61. Segmento actividad propia	165
Gráfico 62. Adquisición de productos	166
Gráfico 63. Frecuencia de compra	167
Gráfico 64. Presupuesto mensual de compra.....	168
Gráfico 65. Persona con la que realiza las compras.....	169
Gráfico 66. Diseño de los productos.....	170
Gráfico 67. Color de los productos	171
Gráfico 68. Medio publicitario	172
Gráfico 69. Razón para adquirir los productos	173
Gráfico 70. Tipo de red social.....	174

Gráfico 71. Forma de pago	175
Gráfico 72. Promociones por las compras	176
Gráfico 73. Condición de compra.....	177
Gráfico 74. Preferencia Del producto	178
Gráfico 75. Cantidad de productos	179
Gráfico 76. Segmento otros	180
Gráfico 77. Adquisición de productos	181
Gráfico 78. Frecuencia de compra	182
Gráfico 79. Presupuesto mensual de compra.....	183
Gráfico 80. Persona con la que realiza las compras.....	184
Gráfico 81. Diseño de los productos.....	185
Gráfico 82. Color de los productos	186
Gráfico 83. Medio publicitario	187
Gráfico 84. Razón para adquirir los productos	188
Gráfico 85. Tipo de red social.....	189
Gráfico 86. Forma de pago	190
Gráfico 87. Promociones por las compras	191
Gráfico 88. Condición de compra.....	192
Gráfico 89. Preferencia de compra	193
Gráfico 90. Cantidad de productos	194
Gráfico 91. Segmento género femenino	195
Gráfico 92. Adquisición de productos	196
Gráfico 93. Frecuencia de compra	197
Gráfico 94. Presupuesto mensual de compra.....	198
Gráfico 95. Persona con la que realiza las compras.....	199
Gráfico 96. Diseño de los productos.....	200
Gráfico 97. Color de los productos	201
Gráfico 98. Medio publicitario	202
Gráfico 99. Razón para adquirir los productos	203
Gráfico 100. Tipo de red social.....	204
Gráfico 101. Forma de pago	205
Gráfico 102. Promociones por las compras	206
Gráfico 103. Condición de compra.....	207
Gráfico 104. Preferencia del producto	208
Gráfico 105. Cantidad de productos	209
Gráfico 106. Segmento género femenino	210
Gráfico 107. Adquisición de productos	211
Gráfico 108. Frecuencia de compra	212
Gráfico 109. Presupuesto mensual de compra.....	213
Gráfico 110. Persona con la que realiza las compras.....	214
Gráfico 111. Diseño de los productos.....	215
Gráfico 112. Color de los productos	216
Gráfico 113. Medio publicitario	217
Gráfico 114. Razón para adquirir los productos	218
Gráfico 115. Tipo de red social.....	219
Gráfico 116. Forma de pago	220

Gráfico 117. Promociones por las compras	221
Gráfico 118. Condición de compra	222
Gráfico 119. Preferencia del producto	223
Gráfico 120. Cantidad de productos	224
Gráfico 121. Mapa macro localización Ibarra	239
Gráfico 122. Mapa de micro localización Ibarra	240

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Locales De Productos En Base Al Reciclaje	56
Ilustración 2. Población Cantonal De Ibarra	57
Ilustración 3. Tasa De Crecimiento	58
Ilustración 4. PEA	59
Ilustración 5. Categoría De Ocupación	60
Ilustración 6. Guía De Observación Variedades Liliana	62
Ilustración 7. Guía De Observación Variedades Isabel	63
Ilustración 8. Guía De Observación M&E Arte En Fomix	64
Ilustración 9. Descripción De Los Productos	117
Ilustración 10. Determinación de la demanda	228
Ilustración 11. Posibles lugares para el emprendimiento	241
Ilustración 12. Análisis de factores	242
Ilustración 13. Croquis del sector	243
Ilustración 14. Fachada frontal de la microempresa	245
Ilustración 15. Plano de la microempresa	246
Ilustración 16. Descripción de materiales	254
Ilustración 17. Logo	297
Ilustración 18. Organigrama estructural	302
Ilustración 19. Descriptor del puesto del administrador	308
Ilustración 20. Descriptor del puesto operario	309
Ilustración 21. Descriptor del puesto vendedor	310
Ilustración 22. Puntuación por nivel de impacto	313

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Mano de obra directa	265
Cuadro 2. Sueldo administrativo	268
Cuadro 3. Sueldo de ventas	270
Cuadro 4. Sueldos administrativos	279
Cuadro 5. Sueldo de ventas	282
Cuadro 6. Gasto financiero	283
Cuadro 7. Balance general	287
Cuadro 8. Estado de pérdidas y ganancias	288
Cuadro 9. Presupuesto de caja	290

NOMBRE DE PROYECTO

Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

ANTECEDENTES

Según la Asociación de empresas automotrices (2017), cada año en Ecuador se desechan 2,5 millones de llantas viejas de las cuales, nueve de cada diez son enviadas a tiraderos a cielo abierto o depósitos escondidos, convirtiéndose en una amenaza para el medio ambiente, por lo que el gobierno y la empresa privada tratan de buscar soluciones a esta situación actual.

Ante esta contrariedad, existen empresas extranjeras y ecuatorianas, interesadas en colocar una planta de reciclaje que absorba la cantidad de llantas usadas, transformándolas en material componente como es la construcción de carreteras, canchas deportivas, parques infantiles, planchas aislantes o suelas de calzado, entre otros.

El principal requerimiento de estas empresas para instalar una planta de reciclaje, es la existencia de leyes y normativas que regulen el reciclaje a nivel nacional. Ante dicha dificultad que se ha encontrado en el país, se ha gestionado el “Proyecto de Ley de gestión de neumáticos fuera de uso en la República del Ecuador” (Ministerio del Ambiente, 2013)

Representantes de la Corporación de Atracción de Inversiones y Fomento Productivo (INVEC) y el Ministerio de Industria y Productividad aseguran que además del beneficio medioambiental el proceso de reciclaje de neumáticos es una oportunidad para generar nuevos negocios y con ello nuevos puestos de trabajo.

Es por ello que este proyecto estará dirigido a reducir en un altísimo porcentaje de contaminación atmosférica en la ciudad de Ibarra, buscando disminuir al más bajo nivel las emisiones de compuestos tóxicos por la quema de las llantas o el mal uso de estas.

Se están encontrando respuestas eficientes para el reciclaje de neumáticos; como la creación de productos novedosos en base a este material reciclado, con este propósito se pretende crear un negocio rentable que contribuya con el medio ambiente para la disminución de la contaminación.

En la ciudad de Ibarra existe la EMPRESA RECICLAR, la que ofrece el servicio de compra de papel, cartón, plásticos, metales reciclables y venta de materias primas recicladas para uso industrial. Además se encarga de la manipulación, pesaje, transporte destrucción, clasificación, embalaje y disposición final técnica de los productos reciclables. Esta empresa no realiza productos en base a lo reciclado, sin embargo en Colombia existe una empresa que diseña bolsos, maletas, cinturones, billeteras y estuches para teléfonos exportando a países como Francia, Suiza, Japón, China y Estados Unidos, con la finalidad de tomar conciencia ecológica a nivel nacional e internacional.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto empresarial define a la empresa mediante la orientación de las actividades, los objetivos y las fuentes de financiamiento que se utilizarán en las diferentes fases involucradas.

El reciclado de llantas es una actividad casi nula en la cultura ecuatoriana, es de suma importancia el comenzar a crear conciencia de esto en la sociedad y mantener vivo el espíritu de contribuir a la mejora del medio ambiente.

En el ámbito ambiental la creación de la empresa tiene como finalidad comercializar productos en base al reciclaje de llantas misma que impulsará a la reducción considerable de contaminación ambiental y además permitirá concientizar a la población de la ciudad de Ibarra sobre la importancia de darle un uso adecuado a los desechos sólidos, en este caso las llantas.

En el ámbito económico este proyecto beneficiara de forma que genere un ingreso económico propio, fuentes de trabajo a terceras personas, y brindando a la población alternativas novedosas como: cajas lúdicas, asientos, pozos decorativos, maseteros y juegos infantiles utilizando como principal fuente de materia prima este desecho sólido.

En el ámbito social se contribuiría a la solución del problema retirándolos de dichos lugares clandestinos bajo un sistema integral de acopio, tratamiento y reciclaje, en donde se fomente el cambio a la matriz productiva y así llegar a fortalecer el reciclaje en la ciudad.

Mediante este proyecto se enseñará a la población los usos que se puede dar a las llantas que son consideradas como desechos, así mismo se les hará ver sobre la importancia del reciclaje para la conservación del medio ambiente, contribuyendo a disminuir la acumulación de llantas en lugares clandestinos.

FORMULACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Diego Villalba (2015) precisa que en la ciudad de Ibarra cada primero de marzo se recolecta 1.786 neumáticos fuera de uso como parte de la campaña “Por Un Ecuador Verde” esto se realiza debido a que se las cambia y no se las recicla por la falta de conciencia de la comunidad además se ha observado que estos residuos provocan la contaminación ambiental y disminuye la estética de la ciudad.

Existe una escasa cultura ambientalista de los ciudadanos y ciudadanas que acumulan neumáticos sin darles ningún uso adecuado, por lo que al regalar, quemar y enterrarlas estaría produciendo una fuerte contaminación en el entorno.

Al momento de enterrar los neumáticos estarían provocando una contaminación acuífera y unas posibles explosiones ya que estos desechos se demoran en descomponerse unos 500 años aproximadamente. (Ministerio del Ambiente, 2013, Instructivo para la Gestión Integral de Neumáticos Usados)

Fernández Carlos (2014) menciona que en algunos casos el agua estancada en las llantas se convierte en hábitat de mosquitos e insectos perfecto para enfermedades como es el dengue, enfermedades respiratorias, entre otros elementos dañinos para el ser humano y debido a esto algunas llantas destilan químicos bastante peligrosos que al permanecer al sol y el agua es un grave problema cancerígeno para la salud.

Una sola llanta quemada puede contaminar lo mismo que el uso promedio de un automóvil durante todo un año. Las personas que se encuentran cerca padecerán enfermedades respiratorias y de la piel debido a las emisiones de gases tóxicos al aire que respiran.

Álvarez Renzo (2013) manifiesta que al quemar llantas emiten óxido de zinc que pueden producir dolor de cabeza, náuseas, vomito, debilidad, fiebre y escalofríos, no necesariamente de inmediato, esto puede presentarse meses después de la quema de las llantas.

Uno de los problemas más latentes para la ciudad es la contaminación generada por el abandono de neumáticos usados que no reciben un tratamiento. Estos se encuentran al aire libre en rellenos sanitarios o en sectores populares de la ciudad generando focos de contaminación.

Otra repercusión del inadecuado desecho de estos elementos es que existen personas que compran las llantas usadas para el comercio del reencauche, pero hay quienes para evitar la acumulación de esta basura prefieren quemarlas, con lo cual contaminan el aire.

Actualmente su mayor uso se da en hornos de las cementeras de la ciudad, contribuyendo así la contaminación, bajo este escenario se pueden desarrollar varias oportunidades de inversión, ya que a partir del reciclaje del caucho, se genera materia prima para la creación de nuevos productos.

Uno de los desperdicios más difíciles de manejar es este producto, que al terminar su ciclo de vida útil son eliminadas. El primer inconveniente que representan es que ocupan mucho espacio, por lo que las personas las botan para evitarse molestias.

Durante los primeros meses del año 2017 mediante una observación directa realizada a las 10 vulcanizadoras más conocidas de la ciudad de Ibarra se pudo observar que existe una gran cantidad de llantas usadas que no se procesan de manera adecuada es decir los transportistas y los vulcanizadores cambian y no se las recicla por la falta de cultura ambientalista provocando la contaminación ambiental y disminuyendo la estética de la ciudad, debido a todos los aspectos mencionados anteriormente nos formulamos la siguiente pregunta: ¿Es factible crear una microempresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura?

OBJETIVOS

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de las vulcanizadoras en la ciudad de Ibarra para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto.
- Elaborar el marco teórico que sustenta la propuesta relacionada con el reciclaje de los neumáticos.
- Desarrollar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de la realización del proyecto.
- Realizar un estudio técnico para llevar a efecto los procesos de la microempresa.
- Elaborar un estudio financiero para conocer la rentabilidad del proyecto.
- Realizar un estudio organizativo que permita su normal funcionamiento y desarrollo.
- Determinar los principales impactos que genere el proyecto en los ámbitos social, económico y ambiental.

PRINCIPALES IMPACTOS

Impacto social

En el aspecto social el presente trabajo contribuiría a la solución del problema retirándolos de dichos lugares clandestinos bajo un sistema integral de acopio, tratamiento y reciclaje.

Impacto económico

Este proyecto beneficiara de forma que genere un ingreso económico propio, fuentes de trabajo a terceras personas.

Impacto ambiental

La creación de la empresa tiene como finalidad comercializar productos en base al reciclaje de llantas misma que impulsará a la reducción considerable de contaminación ambiental y además permitirá concientizar a la población de la ciudad de Ibarra sobre la importancia de darle un uso adecuado a los desechos sólidos, en este caso las llantas.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto presenta como propuesta desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, misma que cumplirá con las expectativas del cliente

En el Capítulo I se realizará el diagnóstico situacional de las vulcanizadoras en la ciudad de Ibarra para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto.

En el Capítulo II se elaborará el marco conceptual el cual sustenta la propuesta relacionada con el reciclaje de los neumáticos y la derivación de sus productos.

Para el Capítulo III se desarrollará el estudio de mercado para determinar la factibilidad de la realización del proyecto obteniendo datos que nos permitan determinar la oferta y la demanda así como los precios con sus respectivas proyecciones.

En el estudio técnico se realizará con la finalidad de llevar a efecto los procesos de la microempresa.

Se elaborará un estudio financiero para conocer la rentabilidad del proyecto mediante la determinación de ingresos, costos y gastos proyectados a un horizonte de 5 años aplicando conociendo de esta manera el TIR, Van, Beneficio-Costo y PRI.

El diseño de la estructura organizacional se lo realizará con la finalidad de que permita su normal funcionamiento y desarrollo.

En el Capítulo VII conoceremos y desarrollaremos los principales impactos que genere el proyecto en los ámbitos social, económico y ambiental.

ESTRUCTURA DEL PROYECTO

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico situacional
 - 1.1. Antecedentes
 - 1.2. Objetivos
 - 1.2.1. General
 - 1.2.2. Específico
 - 1.3. Variables diagnósticas
 - 1.4. Indicadores
 - 1.5. Matriz de relación diagnóstica
 - 1.6. Organización metodológica
 - 1.7. Desarrollo de las variables e indicadores
 - 1.8. Matriz AOR
 - 1.9. Determinación de la oportunidad de inversión

CAPÍTULO II

2. Marco teórico
 - 2.1. Microempresa

- 2.1.1. Definición de microempresa
- 2.1.2. Clasificación de la microempresa
- 2.1.3. Cómo se crea una microempresa
- 2.1.4. Beneficios de la microempresa
- 2.1.5. Dificultades de la microempresa
- 2.2. El reciclaje como actividad económica
 - 2.2.1. Definición de Reciclaje
 - 2.2.2. Importancia del Reciclaje
 - 2.2.3. Estudio de Reciclaje de llantas
 - 2.2.4. Tipos de reciclaje
- 2.3. Materia prima
 - 2.3.1. Definición de materia prima
 - 2.3.2. Definición de llanta
 - 2.3.3. Composición de la llanta
 - 2.3.4. Donde se depositan las llantas en desuso
 - 2.3.5. Uso de los neumáticos en desuso
- 2.4. Cuidado del medio ambiente
 - 2.4.1. Definición del medio ambiente
 - 2.4.2. Importancia de cuidar el medio ambiente
- 2.5. Producción u operaciones
 - 2.5.1. Definición de producción
 - 2.5.2. Propósito de la producción
 - 2.5.3. Elementos de la producción
 - 2.5.4. Clasificación de los sistemas productivos
- 2.6. Marketing

- 2.6.1. Producto
- 2.6.2. Precio
- 2.6.3. Plaza
- 2.6.4. Promoción

CAPÍTULO III

- 3. Estudio de mercado
 - 3.1. Introducción
 - 3.2. Objetivos
 - 3.2.1. General
 - 3.2.2. Específicos
 - 3.3. Variables e indicadores
 - 3.4. Matriz de relación del estudio de mercado
 - 3.5. Descripción de los productos
 - 3.6. Población y muestra
 - 3.7. Tabulación de las encuestas
 - 3.8. Mercado meta
 - 3.9. Segmento de mercado
 - 3.10. Identificación del consumidor
 - 3.11. Identificación de la demanda
 - 3.12. Proyección de la demanda
 - 3.13. Identificación de la oferta
 - 3.14. Proyección de la oferta
 - 3.15. Balance demanda-oferta
 - 3.16. Proyección de la demanda-oferta
 - 3.17. Determinación del mercado

- 3.18. Análisis de los competidores
- 3.19. Precios
- 3.20. Proyección de precios
- 3.21. Canal de distribución
- 3.22. Conclusiones del estudio de mercado

CAPÍTULO IV

- 4. Estudio técnico
 - 4.1. Tamaño del proyecto
 - 4.2. Localización del proyecto
 - 4.3. Ingeniería del proyecto
 - 4.3.1. Infraestructura física
 - 4.3.2. Proceso del servicio
 - 4.3.3. Flujogramas
 - 4.3.4. Proceso de elaboración de los productos
 - 4.3.5. Descripción de los materiales para producción
 - 4.3.6. Herramientas
 - 4.3.7. Muebles y enseres
 - 4.3.8. Equipo tecnológico
 - 4.3.9. Inversiones
 - 4.3.10. Talento humano
 - 4.3.11. Capital de trabajo
 - 4.3.12. Gastos operativos
 - 4.3.13. Gasto de ventas
 - 4.3.14. Financiamiento
 - 4.3.15. Costos indirectos de fabricación

4.3.16. Resumen de la inversión

CAPÍTULO V

5. Estudio económico-financiero

5.1. Presupuesto de la inversión

5.2. Cálculo del costo de oportunidad

5.3. Tasa de rendimiento medio

5.4. Determinación de ingresos

5.5. Determinación de egresos

5.6. Gastos administrativos

5.7. Gastos de ventas

5.8. Gasto financiero

5.9. Depreciaciones

5.10. Estados financieros

5.10.1. Balance general

5.10.2. Estado de resultados

5.10.3. Flujo de efectivo

5.10.4. Presupuesto de caja

5.11. Evaluación financiera

5.11.1. Valor actual neto (VAN)

5.11.2. Tasa interna de retorno (TIR)

5.11.3. Beneficio-costo

5.11.4. Periodo de recuperación de la inversión

5.11.5. Punto de equilibrio

CAPÍTULO VI

- 6. Estructura organizacional
 - 6.1. Denominación de la microempresa
 - 6.2. Importancia de la microempresa
 - 6.3. Beneficiarios
 - 6.4. Sector económico
 - 6.5. Tipo de microempresa
 - 6.6. Logo de la microempresa
 - 6.7. Slogan de la microempresa
 - 6.8. Marco legal
 - 6.8.1. Razón social
 - 6.9. Filosofía de la microempresa
 - 6.9.1. Misión
 - 6.9.2. Visión
 - 6.9.3. Objetivos estratégicos
 - 6.9.4. Valores
 - 6.9.5. Políticas
 - 6.9.6. Requerimiento del personal
 - 6.10. Organigrama estructural
 - 6.11. Niveles administrativos
 - 6.12. Atribuciones y perfiles de los niveles administrativos
 - 6.13. Estrategias de marketing mix
 - 6.14. Descripción de las funciones
 - 6.15. Aspectos legales

CAPÍTULO VII

7. Impactos

7.1. Objetivo

7.2. Impacto económico

7.3. Impacto social

7.4. Impacto ambiental

7.5. Impacto general del proyecto

ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

Métodos

Investigación Aplicada

La investigación aplicada tiene como objeto el estudio de un problema destinado a la acción. La investigación aplicada puede aportar hechos nuevos si proyectamos suficientemente bien nuestra investigación aplicada, de modo que podamos confiar en los hechos puestos al descubierto, la nueva información puede ser útil y estimable para la teoría. (Paz Baena Guillermina, 2014, Metodología de la Investigación, Patria, México)

La investigación aplicada, por su parte, concentra su atención en las posibilidades concretas de llevar a la práctica las teorías generales, y destinan sus esfuerzos a resolver las necesidades que se plantean la sociedad y los hombres.

La resolución de problemas prácticos se circunscribe a lo inmediato, por lo cual su resultado no es aplicable a otras situaciones.

La investigación aplicada puede integrar una teoría antes existente. La resolución de problemas echa mano típicamente de muchas ciencias, puesto que el problema es algo concreto y no se le puede resolver mediante la aplicación de principios abstractos de una sola ciencia.

La investigación aplicada se la realizará en el estudio ya que se hará énfasis en el método cualitativo con la aplicación de encuestas referentes al tema y cuantitativo obteniendo resultados factibles o no factibles del proyecto.

De Campo

Las técnicas específicas de la investigación de campo, tienen como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio. La observación y la interrogación son las principales técnicas que usaremos en la investigación. (Paz Baena Guillermina, 2014, Metodología de la Investigación, Patria, México)

La investigación de campo será aplicada en el presente estudio ya que se tendrá interacción con la ciudadanía para conocer los gustos y preferencias de las mismas respecto a productos en base a neumáticos reciclados.

Bibliográfica Documental

La investigación documental es la búsqueda de una respuesta específica a partir de la indagación en documentos.

Una clasificación documental sería: Libros, Publicaciones periódicas: (periódicos, revista), Impresos: (folletos, carteles, volantes, trípticos, desplegados), Documentos de archivo, Películas y videos, Programas de televisión, Programas de radio, Grabaciones de audio y video, Mapas, Cartas, Estadísticas, Sistemas de información computarizada (redes, internet, correo electrónico), Información vía satélite o fibra óptica, Grafitis, Monumentos, Esculturas, cuadros, Ropa y accesorios, Todo tipo de objetos. (Paz Baena Guillermina, 2014, Metodología de la Investigación, Patria, México)

La investigación bibliográfica Documental será aplicada en el estudio debido al aporte de fuentes secundarias en el desarrollo del mismo, teniendo más incidencia en el Marco Teórico del Estudio de Factibilidad.

Exploratoria

La investigación exploratoria “Presenta una visión general del tema de estudio, sin llegar a desarrollar más que conceptos básicos o caracterizar una situación o problemática determinada.

Dos son las características generales de este tipo de investigaciones:

- El poco estudio del tema elegido, lo cual limita la formulación de hipótesis precisas o elaborar una descripción detallada; y,
- La escasa contribución de la teoría existente a la comprensión del fenómeno o conjunto de fenómenos estudiados” (Ander-Egg, Hernández y otros, 1996, Tesis de Investigación)

Esta investigación se utilizará para obtener información del diagnóstico situacional en donde se conocerá el destino de los neumáticos en desuso que se generan en las vulcanizadoras de la ciudad de Ibarra para determinación de los aliados, oponente, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto.

Técnicas

Entre las técnicas a utilizar para la obtención de información son las siguientes:

- Encuestas
- Entrevistas
- Observación

Instrumentos

Para el desarrollo de las técnicas de investigación se emplearan los siguientes componentes:

- Un cuestionario de preguntas cerradas y de opinión
- Una ficha de observación

CRONOGRAMA DE GANTT

Gráfico 1. Cronograma de Gantt

Actividades	CRONOGRAMA DE GANTT																								
	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
CAPITULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL																									
Antecedentes																									
Objetivos																									
Variables diagnósticas																									
Indicadores																									
Matriz de Relación Diagnóstica																									
Desarrollo de la variables e indicadores																									
Determinación de la oportunidad diagnóstica																									
CAPITULO II MARCO TEÓRICO																									
Definición de Microempresa																									
El Reciclaje como actividad económica																									
Materia Prima																									
Cuidado del Medio Ambiente																									
CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO																									
Objetivos																									
Variables e Indicadores																									
Población y Muestra																									
Descripción del producto o servicio																									
Análisis de la demanda, oferta																									
Análisis y determinación de los precios																									
Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto																									
CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO																									
Tamaño del proyecto																									
Localización del proyecto																									
Ingeniería del proyecto																									
Infraestructura física																									
Procesos productivos																									
Tecnología																									
Maquinaria y equipos																									
Inversiones																									
Talento Humano																									
Capital de Trabajo																									
CAPITULO V ESTUDIO FINANCIERO																									
Presupuesto de ingresos e egresos																									
Balances y Estados del proyecto																									
Flujo de caja del proyecto																									
Determinación de la oportunidad y tasa de rendimiento media																									
Evaluación financiera (VAN, TIR, Beneficio costo, Periodo de recuperación, Punto de equilibrio)																									
CAPITULO VI ESTRUCTURA ORGANIZATIVA																									
Nombre de la microempresa, misión visión, principios valores, políticas																									
Organigrama estructural y funcional																									
Manual de funciones																									
Aspectos legales de funcionamiento, constitución legal																									
CAPITULO VII IMPACTOS																									
Impacto social, económico, ambiental																									
Conclusiones, recomendaciones, fuentes de información																									
Anexos																									
ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA																									
Métodos, Técnicas, Instrumentos																									
CRONOGRAMA DE GANTT																									
RECURSOS DEL PROYECTO																									
FINANCIAMIENTO																									

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

RECURSOS DEL PROYECTO

Recursos humanos

Como principales autores del proyecto estarán involucrados las autoras y el director de tesis.

Recursos materiales

Para la ejecución del proyecto se utilizara los siguientes materiales:

- Computadora
- Impresora
- Fotocopias
- Anillados
- Papel bond
- Flash Memory

Recursos económicos

Tabla 1. Recursos Económicos

Recursos	Dólares (\$)
Fotocopias	\$50,00
Anillados	\$25,00
Hojas de papel bond (resma)	\$20,00
Tinta para impresora	\$50,00
Dispositivos de almacenamiento	\$25,00
Impresiones	\$145,00
Transporte y alimentación	\$150,00
Subtotal	\$465,00
Imprevistos (20%)	\$93,00
Total	\$558,00

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

FINANCIAMIENTO

El presente proyecto va a ser financiado el 40% con recursos de las autoras y el 60% con crédito en el Banco del Fomento.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La Provincia de Imbabura es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, situada en el norte del país, en la zona geográfica conocida como región interandina o sierra, principalmente sobre la hoya de Chota en el este y en los flancos externos de la cordillera occidental en el oeste. Su capital administrativa es la ciudad de Ibarra, la cual además es su urbe más grande y poblada. La cual consta de 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 hombres. Ocupa un territorio de unos 4.599 km², siendo la décima octava provincia del país por extensión. Limita al norte con Carchi, al sur con Pichincha, por el occidente con Esmeraldas y al este con Sucumbíos.

Ibarra es conocida como "La Ciudad Blanca" por sus fachadas blancas con las que se bendijo la reconstruida ciudad en 1872 después del devastador terremoto de 1868. También llamada "Ciudad a la que siempre se vuelve" por su pintoresca campiña, clima veraniego y amabilidad de sus habitantes.

Ibarra es uno de los más importantes centros administrativos, económicos, financieros y comerciales del Ecuador. Las actividades principales de la ciudad son la agroindustria y la procesación de alimentos como la cebada, la remolacha, la caña de azúcar, la patata, las legumbres, cítricos, viñedos y aceitunas. Además en los últimos años se ha incrementado la actividad económica en lo que se refiere a productos elaborados en base a material reciclado.

Considerando la escasa cultura ambientalista por parte de las vulcanizadoras y ciudadanos con el destino final del neumático el presente proyecto plantea la alternativa de ofrecer productos de

neumáticos llegando de esta manera a disminuir la contaminación ambiental y mejorar la estética de la Ciudad de Ibarra.

1.2.Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional del destino de los neumáticos en desuso que se generan en las vulcanizadoras de la ciudad de Ibarra para determinación de los aliados, oponente, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto.

1.2.2. Objetivos específicos

- Analizar los aspectos sociodemográficos de la Ciudad de Ibarra.
- Conocer la capacidad económica de la población de la Ciudad de Ibarra.
- Identificar las principales actividades económicas y la diversificación de productos de la Ciudad de Ibarra.
- Realizar el análisis de las principales fuerzas competitivas de la microempresa dedicada a la elaboración comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados.
- Analizar los aspectos administrativos y legales que se deben cumplir para la implementación del proyecto.

1.3.Variables diagnósticas

Las variables que a continuación se presentan ayudaran al cumplimiento de los objetivos específicos planteados, cada una de ellas cuentan con sus correspondientes indicadores.

Las variables que se han identificado son las siguientes:

- Sociodemográfico
- Socioeconómico
- Formas de Comercio

- Fuerzas Competitivas
- Aspectos Administrativos y legales

1.4.Indicadores

1.4.1. Aspectos sociodemográficos

- Número de habitantes
- Tasa de crecimiento

1.4.2. Aspectos económicos

- Población Económicamente Activa
- Categoría de ocupación

1.4.3. Formas de comercio

- Principales actividades económicas
- Diversificación de productos

1.4.4. Fuerzas competitivas

- Competidores
- Proveedores
- Cliente

1.4.5. Aspectos administrativos y Legales

- Talento Humano
- Permiso de bomberos
- Patente municipal
- Certificado Medio Ambiente

1.5. Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN	PUBLICO
<ul style="list-style-type: none"> Analizar los aspectos sociodemográficos de la Ciudad de Ibarra. 	<ul style="list-style-type: none"> Sociodemográfico 	<ul style="list-style-type: none"> Número de habitantes Tasa de crecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> Revisión Documental Revisión documental 	<ul style="list-style-type: none"> Secundaria Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> (PDYOT) (PDYOT)
<ul style="list-style-type: none"> Conocer la capacidad económica de la población de la Ciudad de Ibarra. 	<ul style="list-style-type: none"> Socioeconómico 	<ul style="list-style-type: none"> Población Económicamente Activa Categoría de ocupación 	<ul style="list-style-type: none"> Revisión Documental Revisión documental 	<ul style="list-style-type: none"> Secundaria Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> (PDYOT) (PDYOT)
<ul style="list-style-type: none"> Identificar las principales actividades económicas y la diversificación de productos de la Ciudad de Ibarra. 	<ul style="list-style-type: none"> Formas de comercio 	<ul style="list-style-type: none"> Principales actividades económicas Diversificación de productos 	<ul style="list-style-type: none"> Revisión Documental Observación 	<ul style="list-style-type: none"> Secundaria Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> (PDYOT) Ficha de observación a los negocios de productos elaborados en base al reciclaje en la Ciudad de Ibarra.
<ul style="list-style-type: none"> Realizar el análisis de las principales fuerzas competitivas de la microempresa dedicada a la elaboración comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados. 	<ul style="list-style-type: none"> Fuerzas competitivas 	<ul style="list-style-type: none"> Competidores Proveedores Clientes 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta Observación Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> Primaria Primaria Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionario dirigido a los propietarios de los negocios de productos elaborados en base al reciclaje en la Ciudad de Ibarra. Ficha de observación a los negocios de productos elaborados en base al reciclaje en la Ciudad de Ibarra. Entrevista a los dueños de los locales en la Ciudad de Ibarra.
<ul style="list-style-type: none"> Analizar los aspectos administrativos y legales que se deben cumplir para la implementación del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> Aspectos administrativos 	<ul style="list-style-type: none"> Talento Humano 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionario dirigido a los propietarios de los negocios de productos elaborados en base al reciclaje en la Ciudad de Ibarra.
	<ul style="list-style-type: none"> Aspectos legales 	<ul style="list-style-type: none"> Permiso de bomberos Patente municipal Permiso del Medio Ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> GAD Municipal Ibarra Cuerpo de Bomberos Ministerio del Medio Ambiente

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

1.6. Organización Metodológica

La población a la cual se va a dirigir la investigación, es a los propietarios de los de los negocios dedicados a la elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado, ubicados en la Ciudad de Ibarra, los cuales se detallan a continuación:

Ilustración 1. Locales De Productos En Base Al Reciclaje

Nro.	Nombre	Dirección
1	Variedades Liliana	Calle Cristóbal de Troya y Jaime Rivadeneira
2	Variedades Isabel	Calle Cristóbal Colón 732 y Simón Bolívar.
3	M&E Arte Fomix	Calle Cristóbal Colón 732 y Simón Bolívar.

Fuente: Observación Directa en los negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las Autoras

- La encuesta del diagnóstico va dirigida a los propietarios de los negocios dedicados a la elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado mediante la cual se pudo obtener información acerca del negocio.
- La entrevista del diagnóstico va dirigida a los propietarios de los negocios dedicados a la elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado mediante la cual se pudo obtener información de los clientes.

1.7.Desarrollo de las variables e indicadores

1.7.1. Sociodemográfico

1.7.1.1.Número de habitantes

En el Cantón Ibarra alcanza a 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres.

Ilustración 2. Población Cantonal De Ibarra

Población cantonal por parroquias según sexo						
PARROQUIAS	HABITANTES			PORCENTAJE		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
IBARRA	67.165	72.556	139.721	48,07 %	51,93 %	100 %
AMBUQUI	2.707	2.770	5.477	49,42 %	50,58 %	100 %
ANGOCHAGUA	1.510	1.753	3.263	46,28%	53,72%	100 %
CAROLINA	1.448	1.291	2.739	52,87%	47,13%	100 %
LA ESPERANZA	3.686	3.677	7.363	50,06%	49,94%	100 %
LITA	1.788	1.561	3.349	53,39%	46,61%	100 %
SALINAS	887	854	1.741	50,95%	49,05%	100 %
SAN ANTONIO	8.595	8.927	17.522	49,05%	50,95%	100 %

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Ciudad de Ibarra 2015-2023 (PDYOT)

Elaborado por: Autoras

1.7.1.2.Tasa de crecimiento

Promedio porcentual anual del cambio en el número de habitantes, como resultado de un superávit (o déficit) de nacimientos y muertes, el balance de los migrantes que entran y salen de un país o región. El porcentaje puede ser positivo o negativo. La tasa de crecimiento es un factor que determina la magnitud de las demandas que un país debe satisfacer por la evolución de las necesidades de su pueblo en cuestión de infraestructura (por ejemplo, escuelas, hospitales, vivienda, carreteras), recursos (por ejemplo, alimentos, agua, electricidad), y empleo. Como se puede observar en la tabla el crecimiento de la población total para el año 2010 fue del 2,02% anual en la Ciudad de Ibarra.

Ilustración 3. Tasa De Crecimiento

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Ciudad de Ibarra 2015-2023 (PDYOT)

PARROQUIA	2010			2001			TASA DE CRECIMIENTO ANUAL 2001-2010		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
IBARRA	67.165	72.556	139.721	56.071	60.452	116.523	2,01%	2,03%	2,02%
AMBUQUI	2.707	2.770	5.477	2.693	2.626	5.319	0,06%	0,59%	0,33%
ANGOCHAGUA	1.510	1.753	3.263	1.765	2.003	3.768	-1,73%	-1,48%	-1,60%
CAROLINA	1.448	1.291	2.739	1.507	1.368	2.875	-0,44%	-0,64%	-0,54%
LA ESPERANZA	3.686	3.677	7.363	3.325	3.352	6.677	1,15%	1,03%	1,09%
LITA	1.788	1.561	3.349	1.308	1.107	2.413	3,49%	3,82%	3,64%
SALINAS	887	854	1.741	885	809	1.694	0,03%	0,60%	0,30%
SAN ANTONIO	8.595	8.927	17.522	6.917	7.070	13.987	2,41%	2,59%	2,50%

Elaborado por: Las Autora

1.7.2. Socioeconómico

1.7.2.1. Población Económicamente Activa

Según datos del INEC (Censo- 2010), considera que la población económicamente activa del cantón es de 80.669 personas, destacando las más altas PEAs en el sector servicios como se detalla a continuación.

Ilustración 4. PEA

ACTIVIDAD	PEA	%
SECTOR AGROPECUARIO	9367	11,61
SECTOR INDUSTRIAS	15630	19,38
SECTOR SERVICIOS	46855	58,02
OTROS	8817	10,93
TOTAL PEA	80669	99,9

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Ciudad de Ibarra 2015-2023 (PDYOT)

Elaborado por: Autoras

1.7.2.2. Categoría de ocupación

La PEA por categoría de ocupación: A nivel cantonal la categoría Empleados u obreros privados presenta el mayor porcentaje con el 32.2% seguido por Cuenta propia con el 25,85% y luego los empleados del sector público con el 14,97%; de acuerdo a su relación de dependencia, los empleados privados y por cuenta propia tienen los mayores porcentajes, por un lado se refleja que el trabajo lo realizan en actividades o unidades productiva privadas y por otro la capacidad de emprendimiento e incremento del sector informal permite que ejerzan su trabajo en actividades utilizando su trabajo personal, en tercer lugar se encuentran las personas que ejercen su trabajo en relación de dependencia con el estado, municipios, gobierno provincial, juntas parroquiales, etc. , todas del sector público, en la siguiente tabla se detalla lo descrito anteriormente.

Ilustración 5. Categoría De Ocupación

CATEGORÍA DE OCUPACIÓN	CASOS	%	ACUMULADO %
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	11345	15	15
Empleado/a u obrero/a privado	24975	32	47
Jornalero/a o peón	8093	10	57
Patrono/a	3859	5	62
Socio/a	1287	2	64
Cuenta propia	20610	26	90
Trabajador/a no remunerado	1453	2	92
Empleado/a doméstico/a	3037	4	96
Se ignora	3279	4	100
TOTAL	77938	100	100

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Ciudad de Ibarra 2015-2023 (PDYOT)

Elaborado por: Autoras

1.7.3. Formas de comercio

1.7.3.1. Principales actividades económicas

Dentro del cantón se destacan la manufactura, agropecuaria, comercio, piscícola. En la tabla a continuación se muestra la incidencia cada actividad.

Gráfico 2. Actividades Económicas

SECTOR PRIMARIO-AGROPECUARIO					
Actividad	P.E.A.	%	VAB (miles de dólares)	Rama de actividad	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	9367	11,6	25.418		3,44
SUBTOTAL	9.367	11,6	25.418		3,44
SECTOR SECUNDARIO-INDUSTRIAS					
Actividad	P.E.A.	%	VAB (miles de dólares)	rama de actividad	%
Industrias manufactureras	9929	12,31	60.320		8,15
Construcción	4920	6,1	148.166		20,03
Explotación de minas y canteras	192	0,24	933		0,13
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado, agua, alcantarillado y gestión de desechos	319	0,4	648		0,09
SUBTOTAL	15.630	19,38	210.067		28,40
SECTOR TERCIARIO-SERVICIOS					
Actividad	P.E.A.	%	VAB (miles de dólares)	Rama de actividad	%
Comercio al por mayor y menor	16571	20,54	139.907		18,91
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	3213	3,98	30.364		4,10
Administración pública y defensa	4453	5,52	77.612		10,49
Enseñanza	5207	6,45	46.326		6,26
Actividades de la atención de la salud humana	2277	2,82	30.283		4,09
Actividades financieras y de seguros	898	1,11	25.387		3,43
Actividades profesionales e inmobiliarias	1431	1,77	40.955		5,54
Transporte y almacenamiento, Información y comunicación	6050	7,50	102.049		13,80
Otras actividades de servicios	6755	8,37	11.350		1,53
SUBTOTAL	46.855	58,08	504.231		68,17
OTROS					
Actividad	P.E.A.	%	VAB (miles de dólares)	rama de actividad	%
No declarado	6086	7,54			-
Trabajador nuevo	2731	3,39			
SUBTOTAL	8817	10,93			-
TOTAL	80.669	99,9	739.716		100

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Ciudad de Ibarra 2015-2023 (PDYOT)

Elaborado por: Autoras

1.7.4. Diversificación de productos

Ilustración 6. Guía De Observación Variedades Liliana

GUIA DE OBSERVACION				
FECHA: 24-abril-2018				
NOMBRE DE LA EMPRESA: Variedades Liliana				
INDICADOR	BUENO	REGULAR	MALO	OBSERVACION
ESPACIO			X	El espacio es sumamente pequeño y tienen todos los productos y la materia prima en un mismo cuarto en el cual hacen los productos en base a los neumáticos reciclados.
UBICACIÓN		X		La ubicación es regular debido a que se encuentra en un lugar no visible para los clientes y además no cuenta con publicidad que le identifique.
ATENCION	X			
TALENTO HUMANO	X			

Fuente: Observación Directa en los negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las Autoras

Ilustración 7. Guía De Observación Variedades Isabel

GUIA DE OBSERVACION				
FECHA: 24-abril-2018				
NOMBRE DE LA EMPRESA: Variedades Isabel				
INDICADOR	BUENO	REGULAR	MALO	OBSERVACION
ESPACIO	X			
UBICACIÓN	X			
ATENCION	X			
TALENTO HUMANO	X			

Fuente: Observación Directa en los negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las Autoras

Ilustración 8. Guía De Observación M&E Arte En Fomix

GUIA DE OBSERVACION				
FECHA: 24-abril-2018				
NOMBRE DE LA EMPRESA: M&E Arte En Fomix				
INDICADOR	BUENO	REGULAR	MALO	OBSERVACION
ESPACIO	X			
UBICACIÓN	X			
ATENCION	X			
TALENTO HUMANO	X			

Fuente: Observación Directa en los negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las Autoras

En base a lo observado se puede determinar que los negocios que se dedican a elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra, en lo referente a los indicadores de la Guía de Observación se determinó que los negocios de Variedades Isabel y M&E Arte en Fomix tienen un rango de bueno por lo que estos pueden realizar sus actividades sin ningún inconveniente mientras que Variedades Liliana en lo referente al área de trabajo es mala debido a que el negocio no cuenta con suficiente espacio para realizar los productos en base a neumáticos y además no cuenta con un lugar para exponer sus artículos y la ubicación es regular debido a que se encuentra en un callejón y no tiene la publicidad suficiente para que la gente visualice el negocio que existe en ese lugar.

1.8. Fuerzas competitivas

1.8.1. Competidores

Elementos tangibles a observar	
Empresa: Variedades Liliana Fecha: 24-abril-2018	
A) Área externa	
PREGUNTA	
¿El Acceso a los negocios de venta de los productos en base al material reciclado? (si es de fácil acceso o hay que desplazarse para llegar desde el punto de entrada o referencia). No, el local es muy pequeño y de difícil acceso para observar los productos que están a la venta	
El establecimiento cuenta en su área exterior con una adecuada decoración (luminarias, aceras, limpieza) No, el local es sencillo.	
¿La imagen corporativa del negocios de venta de los productos en base al material reciclado? (Logotipo, slogan, imagen de marca) No, el negocio no cuenta con ninguna de las características anteriormente mencionadas	
B) Área de servicio	
PREGUNTA	
¿El montaje de vitrinas es adecuado y con estética? No, el local no cuenta con una área de exhibición de los productos que ofrece a la ciudadanía, es un solo local en donde fabrica y vende los artículos.	
¿La decoración y ambiente del lugar es? Mala, ya que este se mantiene todo amontonado.	
¿La higiene del lugar es? Regular, el negocio se encuentra limpio pero todo esta amontonado	
La presencia del personal de servicio es? (si están uniformados, con presencia pulcra) No, el personal que trabaja ahí no cuenta con uniforme pero si tienen una manera adecuada de vestirse	
C) Área interna	
PREGUNTA	
¿Se observa fila u afluencia constante? No, debido a que el negocio se encuentra en un callejón y no tiene alguna característica que lo identifique.	
¿Existe variedad de ofertas en cuanto a productos elaborado en base al material reciclado? Regular, debido a que el negocio solo ofrece asientos y maseteros en base a los neumáticos reciclados.	
¿Cuenta con servicios adicionales? No, solo elabora y comercializa los productos antes mencionados.	

Fuente: Observación Directa en los negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las Autoras

Elementos tangibles a observar

Empresa: Variedades Isabel

Fecha: 24-abril-2018

D) Área externa

PREGUNTA

¿El Acceso a los negocios de venta de los productos en base al material reciclado? (si es de fácil acceso o hay que desplazarse para llegar desde el punto de entrada o referencia). **Si**

El establecimiento cuenta en su área exterior con una adecuada decoración (luminarias, aceras, limpieza) **Si**

¿La imagen corporativa del negocios de venta de los productos en base al material reciclado? (Logotipo, slogan, imagen de marca) **Si**

E) Área de servicio

PREGUNTA

¿El montaje de vitrinas es adecuado y con estética? **Si**

¿La decoración y ambiente del lugar es? **Bueno**

¿La higiene del lugar es? **Bueno**

La presencia del personal de servicio es? (si están uniformados, con presencia pulcra) **Si y es Buena**

F) Área interna

PREGUNTA

¿Se observa fila u afluencia constante? **Regular, debido a que este negocio esta ubicado en un área de emprendimientos más se observa gente que viene de turismo asi como la ciudadanía en general**

¿Existe variedad de ofertas en cuanto a productos elaborado en base al material reciclado? **Si**

¿Cuenta con servicios adicionales? **No, el negocio cuenta exclusivamente con productos en base a material reciclado**

Fuente: Observación Directa en los negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las Autoras

Elementos tangibles a observar

Empresa: M&E Arte En Fomix

Fecha: 24-abril-2018

G) Área externa

PREGUNTA

¿El Acceso a los negocios de venta de los productos en base al material reciclado? (si es de fácil acceso o hay que desplazarse para llegar desde el punto de entrada o referencia). **Si**

El establecimiento cuenta en su área exterior con una adecuada decoración (luminarias, aceras, limpieza) **Si**

¿La imagen corporativa del negocios de venta de los productos en base al material reciclado? (Logotipo, slogan, imagen de marca) **Si**

H) Área de servicio

PREGUNTA

¿El montaje de vitrinas es adecuado y con estética? **Si**

¿La decoración y ambiente del lugar es? **Bueno**

¿La higiene del lugar es? **Bueno**

La presencia del personal de servicio es? (si están uniformados, con presencia pulcra) **Si y es Buena**

I) Área interna

PREGUNTA

¿Se observa fila u afluencia constante? **Regular, debido a que este negocio está ubicado en un área de emprendimientos más se observa gente que viene de turismo así como la ciudadanía en general**

¿Existe variedad de ofertas en cuanto a productos elaborado en base al material reciclado? **Si**

¿Cuenta con servicios adicionales? **No, el negocio cuenta exclusivamente con productos en base a material reciclado**

Fuente: Observación Directa en los negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las Autoras

Se pudo determinar que en la Ciudad de Ibarra existen tres negocios elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado denominados Variedades Isabel, M&E Arte en Fomix y Variedades Liliana; de acuerdo a los parámetros establecidos los dos primeros negocios en el área externa son buenos, en el área de servicio es adecuada y en área interna es regular ya que no existe afluencia de gente constante y tampoco ofrecen servicios adicionales.

En cambio en el tercer negocio en el área externa es regular debido a que no cuenta con una razón social además en el área de servicio es regular ya que no existe una adecuada decoración e higiene del lugar en que se realiza las actividades y en el área interna es mala ya que no hay afluencia de clientes y no cuenta con servicios adicionales.

Análisis de la encuesta dirigida a los propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado.

1. Que tiempo de funcionamiento tiene su negocio

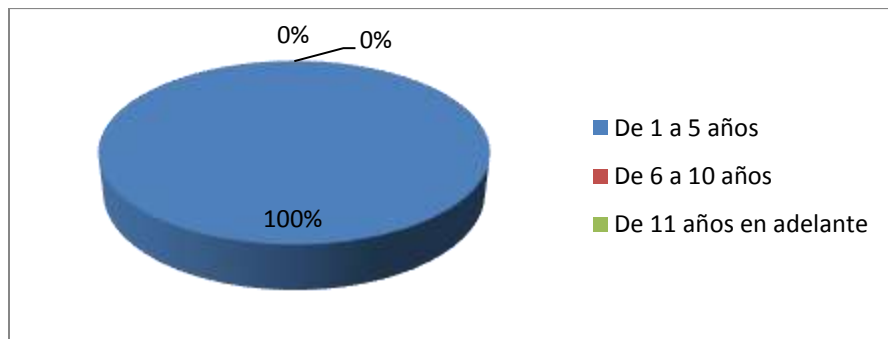
Tabla 2. Tiempo De Funcionamiento

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 5 años	3	100%
De 6 a 10 años	0	0%
De 11 años en adelante	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 3. Tiempo De Funcionamiento



Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Según las encuestas aplicadas se puede evidenciar que todos los locales se encuentran en el mercado de 1 a 5 años con un porcentaje equivalente al 100%. Lo que da la idea de que es un área de actividades no explotada, generando oportunidades para crear productos de este tipo.

2. Que tan variados considera que son los productos de su negocio

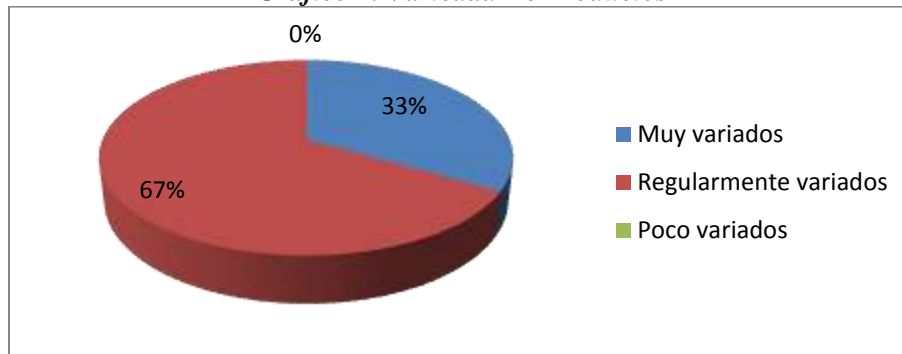
Tabla 3. Variedad De Productos

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy variados	1	33%
Regularmente variados	2	67%
Poco variados	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 4. Variedad De Productos



Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Según la información levantada se puede observar que los negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado regularmente tienen productos variados, sin embargo existen pocos productos en base a neumáticos usados.

3. Cuáles son los productos que usted ofrece

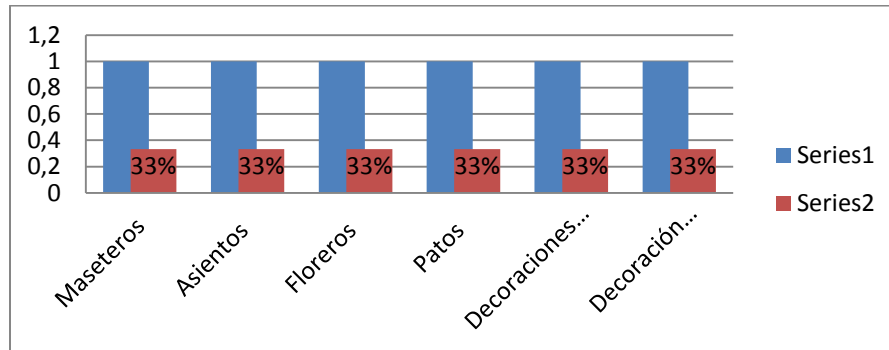
Tabla 4. Oferta De Productos

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Maseteros	1	33%
Asientos	1	33%
Floreros	1	33%
Patos	1	33%
Decoraciones de fomix	1	33%
Decoración con cartón prensado	1	33%
Total	6	200%

Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 5. Oferta De Productos



Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Después de haber aplicado la encuesta a los diferentes negocios se llegó a obtener que el 33% ofrece maseteros, asientos, floreros, patos, decoraciones de fomix y cartón prensado respectivamente satisfaciendo las necesidades de los clientes.

4. Cuáles son sus proveedores

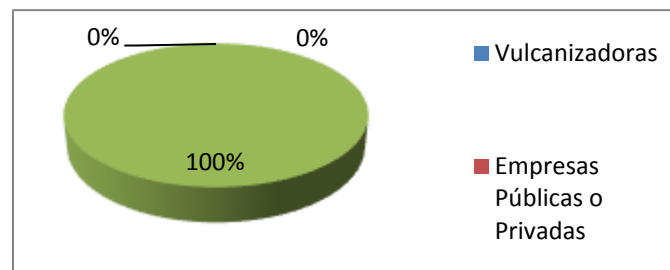
Tabla 5. Proveedores De La Competencia

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vulcanizadoras	0	0%
Empresas Públicas o Privadas	0	0%
Ciudadanía	3	100%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 6. Proveedores De La Competencia



Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

El total de la población encuestada manifiesta que sus principales proveedores es la ciudadanía mediante la venta o donación de la materia prima, causa primordial para la creación de esta microempresa dedicada a la elaboración de productos en base a neumáticos reciclados.

5. Con que frecuencia vende sus productos

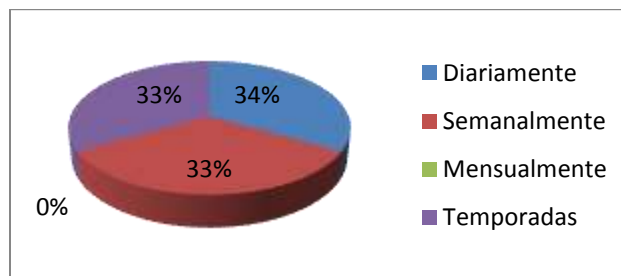
Tabla 6. Frecuencia De Ventas

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	1	33%
Semanalmente	1	33%
Mensualmente	0	0%
Temporadas	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 7. Frecuencia De Ventas



Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Después de haber realizado la encuesta a los negocios se pudo obtener que el 34% vende diariamente mientras que el 33% vende semanalmente y por temporadas, razón por la cual se determina que existe frecuencia de ventas en lo que se refiere a productos en base a material reciclado.

6. Cuenta su negocio con servicios adicionales

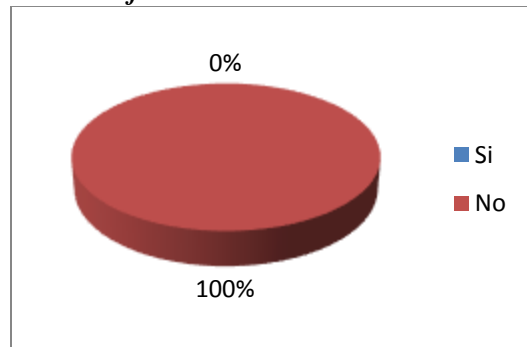
Tabla 7. Servicios Adicionales

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	3	100%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 8. Servicios Adicionales



Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Según los datos obtenidos se identificó que el total de los negocios no cuenta con servicios adicionales solo con la venta de los productos mencionados anteriormente, aspecto importante a tomar en cuenta para la microempresa en lo que se refiere al valor agregado que esta va a brindar a la ciudad de Ibarra.

7. Que forma de pago habitualmente utilizan sus clientes

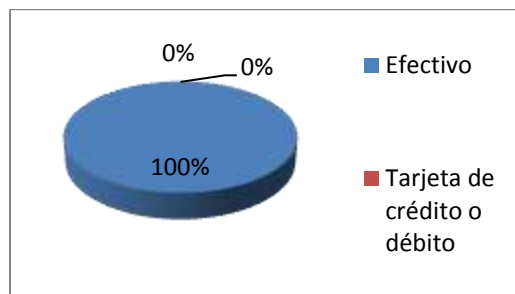
Tabla 8. Forma De Pago

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo	3	100%
Tarjeta de crédito o débito	0	0%
Crédito personal	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 9. Forma De Pago



Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Según los propietarios de los negocios afirman que los clientes cancelan el valor de sus compras con dinero en efectivo, de esta manera se puede determinar que la microempresa debería aplicar la forma de pago en efectivo obteniendo liquidez.

8. Cuantas personas laboran en su negocio

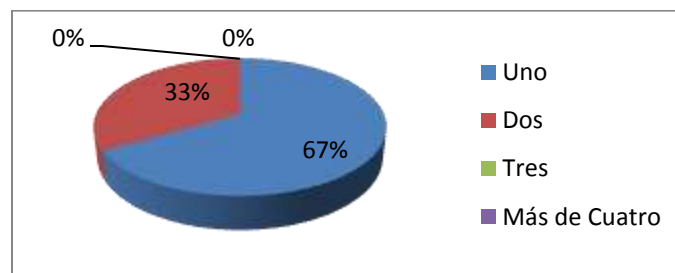
Tabla 9. Número De Trabajadores

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Uno	2	67%
Dos	1	33%
Tres	0	0%
Más de Cuatro	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 10. Número De Trabajadores



Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Según los datos obtenidos se puede evidenciar que la mayoría de los negocios trabajan de forma independiente mientras que el resto de negocios cuentan con más trabajadores, todo esto se pudo evidenciar mediante una observación de las organizaciones los cuales son emprendimientos familiares.

9. Como considera usted que es el trato que da a sus clientes (rapidez, paciencia, amabilidad)

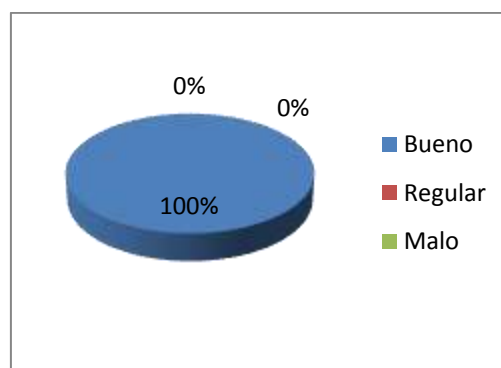
Tabla 10. Atención Al Cliente

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	3	100%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 11. Atención Al Cliente



Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Para los propietarios de los negocios la atención que ellos brindan le considera buena en un 100% debido a la amabilidad y respeto que ellos presentan, es por este motivo que la microempresa debe aplicar una buena atención al cliente.

10. Bajo qué régimen tributario se encuentra establecido su negocio

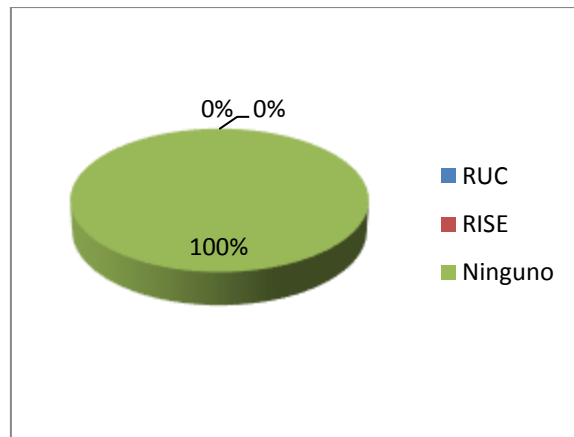
Tabla 11. Régimen Tributario

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RUC	0	0%
RISE	0	0%
Ninguno	3	100%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 12. Régimen Tributario



Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Según los datos obtenidos se puede observar que 100% de los negocios no están bajo ningún Régimen Tributario, además estos negocios cuentan con la gratuidad del Municipio de Ibarra.

11. ¿Qué tipo de permisos requirió para crear su negocio?

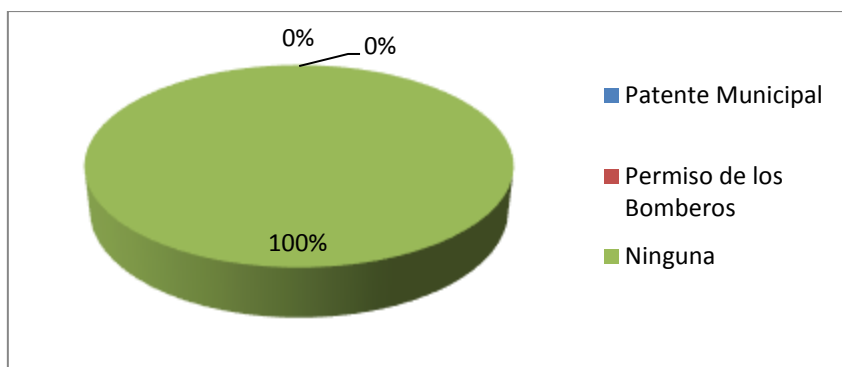
Tabla 12. Permisos De Funcionamiento

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Patente Municipal	0	0%
Permiso de los Bomberos	0	0%
Ninguna	3	100%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 13. Permisos De Funcionamiento



Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Según los resultados de la encuesta el 100% de los negocios no cuentan con ningún tipo de permiso de funcionamiento ya que el Municipio de Ibarra designó a las personas que iban a ocupar el negocio en el Centro Artesanal Nuestros Emprendedores.

12. Cuál es el horario de atención al cliente

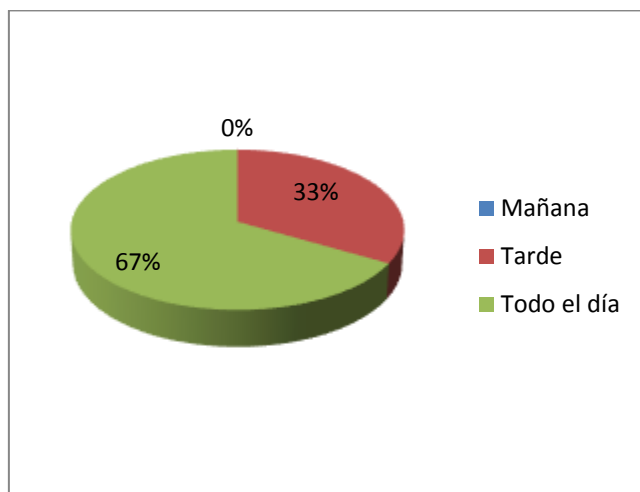
Tabla 13. Horario De Atención

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mañana	0	0%
Tarde	1	33%
Todo el día	2	67%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 14. Horario De Atención



Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Se puede observar según la encuesta que el 67% de los negocios atiende todo el día mientras que el 33% atiende en la tarde, siendo este un aspecto importante debido a que las organizaciones deben abrir su atención todo el día para poder obtener ganancias.

13. Qué nivel de competencia considera usted que existe en la zona

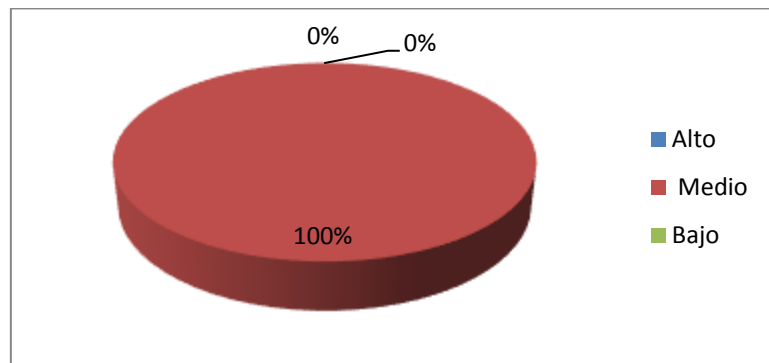
Tabla 14. Nivel De Competencia En La Zona

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	0	0%
Medio	3	100%
Bajo	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Gráfico 15. Nivel De Competencia De La Zona



Fuente: Encuesta a propietarios de negocios de elaboración y comercialización de productos en base a material reciclado en la Ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Según la encuesta aplicada se pudo evidenciar que la competencia en la zona en su totalidad es media debido a que no existen muchos lugares dedicados a este tipo de comercio ya que en los alrededores existen diferentes formas de comercio como es la salud, hogar y vestuario.

1.8.2. Proveedores

Según los datos obtenidos, se identifica que el total de los propietarios de negocios de productos de material reciclado en la Ciudad de Ibarra adquieren la materia prima a través de las donaciones de la ciudadanía.

Entrevista propietarios de los negocios acerca de los clientes

Objetivo: Conocer los gustos y preferencias de los clientes para la compra de productos decorativos en base a material reciclado.

- **Propietario:** Liliana Carvajal

1. ¿Qué tipo de producto vende?

La señora Liliana manifiesta que en su negocio ofrece diferentes diseños de maseteros y asientos en base a neumáticos usados.

Síntesis: Variedades Liliana ofrece maseteros y asientos en base a neumáticos usados.

2. ¿Con que frecuencia compra sus productos?

En el negocio vende sus productos decorativos en temporadas como son el 14 de febrero, día de la madre, día de la mujer.

Síntesis: Los productos son adquiridos en temporadas especiales.

3. ¿Qué productos prefieren los clientes?

Los clientes que visitan el negocio de variedades Liliana prefieren comprar maseteros ya que con estos pueden decorar los hogares o cualquier lugar.

Síntesis: Los clientes prefieren comprar maseteros

- **Propietario:** Isabel Cabascango

1. ¿Qué tipo de producto vende?

La señora Isabel Cabascango manifiesta que en su negocio ofrece a sus clientes juegos infantiles (gusanos, columpios), asientos, pozos y maseteros.

Síntesis: Los clientes compran asientos, pozos y maseteros.

2. ¿Con que frecuencia compra sus productos?

Los clientes de variedades Isabel compran los productos mensualmente.

Síntesis: Los clientes prefieren comprar mensualmente los productos decorativos.

3. ¿Qué productos prefieren los clientes?

Los clientes prefieren comprar productos como asientos, pozos y maseteros, que ofrece variedades Isabel ya que al adquirirlos los utilizan para diferentes ocasiones.

Síntesis: Los clientes prefieren comprar productos como asientos, pozos y maseteros..

- **Propietario:** Kathy Mena

1. ¿Qué tipo de producto vende?

La señora Kathy Mena ofrece productos como muñecos, mariposas, corazones, números, antifaces, dados, elaborados en fomix, además ofrece bajo pedido productos en cartón prensado.

Síntesis: M&E Arte en Fomix ofrece productos decorativos en fomix y cartón prensado.

2. ¿Con que frecuencia compra sus productos?

Debido a la variedad de productos que M&E Arte en Fomix ofrece a sus clientes las ventas de este negocio son diariamente.

Síntesis: Los clientes comprar los productos diariamente.

3. ¿Qué productos prefieren los clientes?

Los clientes prefieren comprar los productos elaborados en fomix y cartón prensado debido a la necesidad que se les presente.

Síntesis: Los clientes prefieren comprar los artículos según la ocasión

1.8.3. Clientes

Según las entrevistas realizadas a los diferentes negocios de venta de productos en base a material reciclado se puede evidenciar que si existe posibles clientes que compran artículos en base a materia en desuso ya que estos adquieren diariamente, semanalmente y por temporadas especiales siendo esto lucrativo para el negocio.

1.9.Aspectos administrativos

1.9.1. Talento Humano

Según los datos obtenidos se concluye que los negocios de productos de material reciclado en la Ciudad de Ibarra no cuentan con personal numeroso, ya que los propietarios son quienes producen y comercializan los artículos, a diferencia de variedades Liliana en la cual trabajan dos personas las cuales se dividen las funciones; en relación a la atención al cliente se determina que el trato es bueno por lo que motiva al cliente a regresar.

1.10. Aspectos legales

1.10.1. Permiso de bomberos

Análisis de la entrevista dirigida a los Bomberos de la Ciudad de Ibarra.

1. Que requisitos se necesita para sacar el permiso de los bomberos para el funcionamiento de un negocio de elaboración comercialización en base a material reciclado.

De acuerdo a la persona entrevistada y al marco legal vigente en el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios de Registro Oficial Edición Especial Número 114 del Jueves de 2009, para la obtención del Permiso de Funcionamiento se deberá cumplir con los artículos: Artículo 350.- El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

- Solicitud de inspección
- Informe de inspección a probada por bomberos 2018
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia de RUC o RISE
- Copia de patente Comercial Municipal 2018

- TERCERA EDAD: Copia de exoneración Municipal
- ARTESANOS/AS: Traer RUC o RISE
- Solicitar código en bomberos
- Patente municipal

Análisis de la entrevista dirigida al GAD de la Ciudad de Ibarra.

1.10.2. Patente Municipal

- 1. Que requisitos se necesita para sacar la patente municipal para el funcionamiento de un negocio de elaboración comercialización en base a material reciclado.**

De acuerdo a la persona entrevistada y según el artículo 547 del COOTAD publicado en el suplemento del Registro Oficial Número 303 del 10 de Octubre del 2010, deben declarar y pagar el impuesto a la patente Municipal todas las personas y las empresas o sociedades domiciliadas o con establecimiento en el Cantón Ibarra que realicen permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales; para ello se debe presentar los siguientes requisitos:

- Solicitud dirigida al alcalde
- Croquis del predio y la ubicación exacta del local en el predio, dimensionado
- Especie valorada para certificación vacía
- Tasa por servicios administrativos
- Copia de la carta de pago del impuesto del propietario del bien inmueble
- Copia de cedula y papeleta de votación del dueño de la actividad económica
- Certificación de tesorería de no adeudar al Municipio
- Adjuntar el certificado de uso de suelo
- Realizar el pago de uso de suelo

- RUC o RISE

1.10.3. Certificado Ambiental

Análisis de la entrevista dirigida al Ministerio del Ambiente de la Ciudad de Ibarra.

1. Que requisitos se necesita para sacar la certificación ambiental para el funcionamiento de un negocio de elaboración comercialización en base a material reciclado.

El Ministerio del Ambiente emite dichas autorizaciones a través del sistema único de información ambiental (SUIA), herramienta informática disponible en el portal web: suia.ambiente.gov.ec dicho proceso no tarda más de 30 minutos.

1.11. MATRIZ AOOD

Ilustración. Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Programa Nacional de Gestión de Neumáticos Usados del Ministerio del Ambiente de acuerdo a la Normativa de Gestión de Neumáticos Usados R.O N° 316 del 4 de Mayo de 2015 • Programa Nacional de Gestión Integral de Desechos Sólidos y Especiales (neumáticos y otros) de acuerdo a la Normativa de Gestión de Neumáticos Usados R.O N° 095 MAE del 15 de Abril de 2015 • Atención personalizada • Propietarios de las vulcanizadoras de la Ciudad de Ibarra dispuestos a proporcionar la materia prima en la mayoría de los casos sin costo alguno. • Ciudadanía de Ibarra dispuesta a adquirir productos en base a neumáticos reciclados • Conocimiento de elaboración de productos en base a neumáticos reciclados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de artículos decorativos elaborados en base a otros materiales reciclados. • Desconocimiento de la población acerca de productos elaborados en base a neumáticos reciclados. • Falta de promoción sobre los productos reciclados. • Falta de cultura de uso de este producto.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Limitada comercialización de productos en base a neumáticos usados. • Aprovechar en forma sustentable y sostenible los neumáticos de las vulcanizadoras de la Ciudad de Ibarra. • Reciclar los neumáticos usados para utilizarlos como materia prima en la elaboración de nuevos productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio en las Leyes Ambientales • No contar con financiamiento necesario • Inestabilidad política y económica • Desconfianza de los clientes por ser nuevos en el mercado • Incremento de la competencia

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

1.12. Determinación de la oportunidad de inversión

En base a los datos obtenidos del diagnóstico situacional se identifica la oportunidad de un nuevo negocio de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados en la Ciudad de Ibarra.

Se considera que la microempresa dispondrá de variedad de productos ya que en la competencia existen productos en base a otro tipo de material reciclado por lo cual se plantea ofertar variedad de productos con valor agregado distinto a la competencia.

Tras la observación directa se pudo evidenciar que los negocios cuentan con el espacio suficiente para realizar sus productos, sin embargo estos no elaboran ni comercializan productos en base a neumáticos reciclados.

En la ciudad de Ibarra mediante trabajo de campo se pudo determinar que existe un lugar en donde elaboran y comercialización productos en base a neumáticos reciclados como son los asientos y los maseteros, sin embargo la microempresa a crearse pretende ofertar más variedad de artículos como asientos, maseteros, juegos infantiles, pozos y cajas lúdicas según las necesidades, gustos y preferencia de los clientes.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Microempresa

2.1.1. Definición de microempresa

(Monteros, 2005, pág. 15) “Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos variables y gastos de fabricación”

La microempresa es una organización conformada por menos de 10 trabajadores y que deben cumplir con los aspectos legales según las pymes al igual que las demás empresas son creadas para satisfacer las necesidades de la población.

2.1.2. Clasificación de microempresa

a) Según la actividad que desarrollan pueden ser:

- **Microempresas productivas:** se dedican a la transformación de materias primas convirtiéndolas en productos terminados.
- **Microempresas comerciales:** se dedican a la venta de bienes o servicios en el mismo estado en que los adquieren. (Valsecchi Pablo, 2004, págs. 8,9)

b) Según la propiedad del Capital

- **Microempresas familiares:** cuando el propietario del capital de la microempresa es el grupo familiar, en consecuencia la familia es quien se apropia de los beneficios que genere la empresa.

- **Microempresas asociativas o societarias:** surge de un acuerdo entre dos o más personas que aportan el capital básico de la microempresa. Por lo tanto los beneficios que genere la empresa se distribuirán entre los asociados.

- **Microempresas unipersonales o individuales:** cuando el propietario del capital de la microempresa es una sola persona y en consecuencia es el que se apropia de los beneficios que genere el microempredimiento. (Valsecchi Pablo, 2004, págs. 8,9)

c) Según el tipo de población involucrada

- **Microempresa de subsistencia:** su característica más destacada es que poseen un bajo nivel de productividad, de manera que solo le permite generar ingresos que posibiliten la subsistencia del micro emprendedor y su familia mediante la adquisición de bienes y servicios de consumo indispensables.

- **Microempresas de acumulación simple:** las rentas que generan solamente permiten superar los costos de producción, pero no logran excedentes importantes que les faciliten realizar inversiones en bienes de capital.

- **Microempresas de acumulación ampliada o “Micro-Top”:** su característica principal es la capacidad que tiene de generar una elevada productividad que posibilita al micro emprendedor acumular excedentes, de manera que puede utilizarlos en la inversión para el crecimiento de la microempresa. (Valsecchi Pablo, 2004, págs. 8,9)

d) Según la cantidad de funciones que se desarrolla

- **Microempresas de función única:** desarrollan una sola actividad que es el centros de su accionar

- **Microempresas de dos funciones:** desarrollan dos funciones raramente tiene la misma importancia, porque generalmente una supera en importancia a la otra.

- **Microempresas en función múltiple:** incorporan varias funciones. Su gestión suele ser más complicada.

e) **Según la novedad de su producción**

- **Microempresas de producción por copia:** producen bienes o servicios que ya están en el mercado, tratando de marcar alguna diferencia en el marketing para absorber demandantes.

- **Microempresas de producción innovadora:** producen nuevos bienes o servicios, o producen bienes o servicios existentes a los que se les introduce alguna modificación para posesionarlo. (Valsecchi Pablo, 2004, págs. 8,9)

Para el presente proyecto la microempresa se encuentra en la clasificación de las microempresas de producción innovadora ya que nuestro producto es nuevo en el mercado y además es comercial porque las propietarias elaborarán y comercializarán productos en base a neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra.

2.1.3. **Cómo se crea una microempresa**

- **Reserva un nombre.** Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo debes revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que has pensado para la tuya.
- **Elabora los estatutos.** Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.
- **Abre una “cuenta de integración de capital”.** Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:
 - Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima (valores referenciales)
 - Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
 - Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio
 - Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

- **Eleva a escritura pública.** Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
- **Aprueba el estatuto.** Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
- **Publica en un diario.** La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
- **Obtén los permisos municipales.** En el municipio de la ciudad donde se crea tu *empresa*, deberás:
 - Pagar la patente municipal
 - Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
- **Inscribe tu compañía.** Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu *empresa*, para inscribir la sociedad.
- **Realiza la Junta General de Accionistas.** Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.
- **Obtén los documentos habilitantes.** Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.
- **Inscribe el nombramiento del representante.** Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.
- **Obtén el RUC.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite
- **Obtén la carta para el banco.** Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Cumpliendo con estos pasos, podrás hacer la constitución de tu compañía limitada o anónima. Un abogado puede ayudarte en el proceso; el costo de su servicio depende del monto de capital de la empresa. (Solidario, 2008)

2.1.4. Beneficios de la microempresa

Según (Longenecker, 2001) manifiesta que los beneficios de la microempresa son los siguientes:

- Tienen gran capacidad para generar empleos, absorben una parte importante de la población económicamente activa
- Asimilan y adaptan con facilidad tecnologías de diverso tipo, o producen artículos que generalmente están destinados a surtir los mercados locales y son bienes de consumo básico
- Se establecen en diversas regiones geográficas, lo cual les permite contribuir al desarrollo regional
- Mantiene una gran flexibilidad por lo que se adaptan con facilidad al tamaño del mercado, aumenta o reducen su oferta cuando se hace necesario.

- El personal ocupado por empresa es bajo, por lo cual el gerente que generalmente es el dueño conoce a sus trabajadores y empleados, lo que le permite resolver con facilidad los problemas que se presenten.
- La planeación y organización del negocio no requiere de grandes erogaciones de capital, inclusive los problemas que se presentan se van resolviendo sobre la marcha
- Mantienen una unidad de mando, lo que les permite una adecuada vinculación entre las funciones administrativas y las operativas
- Producen y venden artículos a precios competitivos, ya que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas
- Existe un contacto directo y personal con los consumidores a los cuales sirve
- Los dueños, generalmente tienen un gran conocimiento del área que operan, permitiéndoles aplicar su ingreso, talento y capacidades para la adecuada marcha del negocio.

En la actualidad el sistema se ha automatizado en la elaboración de productos en base a neumáticos reciclados, sin embargo el presente proyecto tiene la finalidad de preservar la producción artesanal generando de esta manera fuentes de trabajo.

2.1.5. Dificultades de la microempresa

Según (Longenecker, 2001) manifiesta que las dificultades de la microempresa son los siguientes:

- Les afecta con mayor facilidad los problemas que se suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación.
- Viven al día y no pueden soportar períodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas.
- Son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, siempre se encuentran temerosos de las visitas de los inspectores

- La falta de recursos financieros los limita, ya que no tienen fácil acceso a las fuentes de financiamiento.
- Tienen pocas o nulas posibilidades de fusionarse o absorber a otras empresas; es muy difícil que pasen al rango de medianas empresas
- Mantienen una gran tensión política ya que los grandes empresarios tratan por todos los medios de eliminar a estas empresas, por lo que la libre competencia se limita o de plano desaparece.
- Su administración no es especializada, es empírica y por lo general la llevan a cabo los propios dueños.
- Por la propia inexperiencia administrativa del dueño, éste dedica un número mayor de horas al trabajo, aunque su rendimiento no es muy alto.

La principal dificultad que el presente proyecto puede generar es la falta de financiación para la ejecución del mismo y las razones económicas que el país está cursando actualmente.

2.2.El reciclaje como actividad económica

2.2.1. Definición de Reciclaje

“El reciclaje es una práctica eco amigable que se somete a un proceso simple o complejo de un material o producto para ser reincorporado a un ciclo de producción o de consumo, ya sea éste el mismo en que fue generado u otro diferente.” (MAE, Ministerio del Ambiente Ecuador, 2016)

El reciclaje es la acción de reutilizar los materiales u objetos con finalidad de crear nuevos productos para la población y de esta manera llegar a satisfacer las necesidades de los consumidores.

2.2.2. Importancia del Reciclaje

Según (MAE, Ministerio del Ambiente Ecuador, 2016) reciclar es importante ya que esto es una iniciativa que propone modelos de recuperación y aprovechamiento de residuos sólidos, así como también el fortalecimiento de una cultura del reciclaje en las ciudades, promoviendo un trabajo conjunto entre Municipios, recicladores y ciudadanía.

2.2.3. Estudio de Reciclaje de llantas

En la actualidad en las diferentes ciudades del Ecuador se está incrementando las actividades de reciclaje de desechos sólidos para lo cual se ha creado el instructivo para la gestión integral de neumáticos usados el cual establece “los requisitos, procedimientos y especificaciones ambientales para la elaboración, aplicación y control del Plan de Gestión Integral de los Neumáticos Usados, a fin de fomentar la reducción, reutilización, reciclaje y otras formas de valorización, con la finalidad de proteger el ambiente.” (MAE, Instructivo Para La Gestión Integral De Neumáticos Usados, 2013)

2.2.4. Tipos de reciclaje

Según (Gutierrez, 2009) los tipos de reciclaje existentes son los siguientes:

- Reciclaje de vidrio
- Reciclaje de papel
- Reciclaje de envases metálicos(aluminio y acero)
- Reciclaje de bolsas de plástico
- Reciclaje de aceite usado de cocina
- Reciclaje de coches viejos
- Reciclaje de neumáticos
- Reciclaje de medicamentos
- Reciclaje de pilas y baterías.

Sin embargo en el Ecuador según la VIRSAP y la empresa RECICLAR los principales tipos de reciclaje son los residuos sólidos, materiales áridos y pétreos así como el papel, cartón, plásticos, metales reciclables.

En la ciudad de Ibarra existen lugares de acopio donde reciclan papel, cartón, plástico y metales, además de estos lugares en el centro de rehabilitación social se recolecta papel y cartón para producir adornos decorativos como son: floreros, patos y cofres.

2.3.Materia prima

2.3.1. Definición de materia prima

“Son los recursos que representan los objetivos de transformación de un producto o servicio terminado, forman parte del producto terminado y que por ser los primeros en ingresar al proceso productivo hace posible de que este ocurra”. (Villajuana, 2013, pág. 131)

La materia prima es una sustancia que puede ser transformada llegando a tener un producto final para ser vendido a la población.

2.3.2. Definición de llanta

Según el Instructivo para la gestión integral de Neumáticos usados las llantas son dispositivos mecánicos hechos de caucho, químicos, acero u otros materiales que cuando son montados en una rueda del automotor provee la tracción y soporta la carga del automotor. (MAE, Instructivo Para La Gestión Integral De Neumáticos Usados, 2013)

La llanta es un instrumento mecánico que sirve para el normal funcionamiento de los vehículos y cuando estas ya no sirven pueden ser utilizadas para crear nuevos productos y de esta manera disminuir la contaminación ambiental en las ciudades.

2.3.3. Tratamiento de la llanta

Los neumáticos son susceptibles de recibir distintos tratamientos que van a permitir un uso posterior de éstos para los mismos o distintos fines de los iniciales, en concreto estos tratamientos son:

- Recauchutado o vuelta a realizar el dibujo desgastado para reutilizarlos.
- Corte y posterior fundido a presión para su empleo en la fabricación de objetos como felpudos, zapatillas, etc. Se puede realizar mediante trituración a temperatura ambiente o a temperaturas bajas para aprovechar que a estas temperaturas es un material frágil y quebradizo.
- Trituración para emplearlo como material asfáltico en carreteras donde favorece la impermeabilización, en hormigón, como combustible, en pirolisis o en compostaje para favorecer la oxigenación. (Ambiente M. , 2008, pág. 115)

2.3.4. Donde se depositan las llantas en desuso

Las llantas en la ciudad de Ibarra son depositadas en lugares clandestinos o a su vez en las vulcanizadoras produciendo la contaminación ambiental, cabe mencionar que en el Municipio de Ibarra se creó la campaña de reciclaje de neumáticos que se la celebra cada primero de marzo al conmemorarse el día internacional del reciclador en este evento se recolecta alrededor de 1786 (diario el norte) neumáticos

Los neumáticos no se degradan con facilidad es por ello que se propone crear la microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra como son: asientos, maseteros, juegos infantiles, cajas lúdicas y pozos decorativos.

2.3.5. Uso de los neumáticos en desuso

Los neumáticos en desuso se los puede utilizar para:

Pistas deportivas	Asiento
Reductores de velocidad (Vías).	Revestimientos de pavimentos.
Aditivos para asfaltos	Edificios agrícolas
Moquetas	Material deportivo
Calzado	Maseteros
Frenos	Juegos infantiles
Muros anti-ruido	Pozos
Neumáticos y componentes del automóvil	Cajas lúdicas

2.4.Cuidado del medio ambiente

2.4.1. Definición del medio ambiente

Para Gabriel Quadri, el término “medio ambiente” se refiere a diversos factores y procesos biológicos, ecológicos, físicos y paisajísticos que, además de tener su propia dinámica natural, se entrelazan con las conductas del hombre. Estas interacciones pueden ser de tipo económico, político, social, cultural o con el entorno, y hoy en día son de gran interés para los gobiernos, las empresas, los individuos, los grupos sociales y para la comunidad internacional. (Quadri, 2006, pág. 22)

El medio ambiente es el lugar en donde todos los seres vivimos y es por ello que se debe de cuidarle para gozar de una buena calidad de vida.

2.4.2. Importancia de cuidar el medio ambiente

Según la (Constitución, 2008) manifiesta en los artículos 14 y 15 lo siguiente:

Art. 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, *sumak kawsay*.

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.

Art. 15.-El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua.

Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

Por lo mencionado anteriormente es de suma importancia cuidar el medio ambiente para que todas las personas en un futuro tengan una vida plena, sostenible y basada en el buen vivir.

2.5. Producción u operaciones

2.5.1. Definición de producción

La producción consiste en una secuencia de operaciones que transforman los materiales haciendo que pasen de una forma dada a otra que se desea obtener. También se entiende por producción la adición de valor a un bien o servicio, por efectos de una transformación. Producir es extraer, modificar los bienes con el objeto de volverlos aptos para satisfacer las necesidades. (Caba, 2015, pág. 15)

La producción es la creación de bienes o servicios mediante un proceso de transformación obteniendo un producto final que está listo para ser adquirido por la población.

2.5.2. Propósito de la producción

Durante milenios, los seres humanos produjeron casi exclusivamente lo indispensable para satisfacer sus necesidades básicas: alimentos, vestidos, utensilios, etc. Lo producido era entonces propiedad de quien trabajaba para conseguirlo, quien podía o no compartirlo con su entorno inmediato. Paulatinamente, los pueblos crecieron y comenzaron a identificar funciones: quienes gobernaban, quienes cultivaban la tierra, quienes construían, quienes enseñaban. Los artesanos (por ejemplo, especializados en amasar el pan o forjar el hierro) tuvieron la habilidad para intercambiar lo producido por su trabajo, en sus comunidades. Los bienes y los servicios producidos comenzaron a ser comercializados; primero por trueque, y mucho más tarde con moneda. Siglos de diferenciación de las tareas y evolución de aquellas necesidades primitivas originaron una multiplicidad de bienes y servicios producidos por unos, y usados o consumidos por otros. Hoy se consumen más bienes y servicios que en cualquier época pasada. La diversidad de la oferta pretende satisfacer necesidades y deseos crecientes de los usuarios, con requerimientos cada vez mayores. Claramente, el propósito de la

producción de bienes y servicios es satisfacer las necesidades y los deseos de los usuarios. (Simonassi, 2003, págs. 32,33)

2.5.3. Elementos de la producción

- **Capital**

En sistema de producción el capital es el que designa un conjunto de bienes y una cantidad de dinero de los que se puede obtener, en el futuro, una serie de ingresos. En general, los bienes de consumo y el dinero empleado en satisfacer las necesidades actuales se representan en los sistemas de producción. Por lo tanto, una empresa considerará como capital la tierra, los edificios, la maquinaria, los productos almacenados, las materias primas que se posean, así como las acciones, bonos y los saldos de las cuentas en los bancos. No se consideran como capital, en el sentido tradicional, las casas, el mobiliario o los bienes que se consumen para el disfrute personal, ni tampoco el dinero que se reserva para estos fines. Se pueden distinguir varias clases de capital. Una clasificación muy común distingue entre capital fijo y capital circulante. El capital fijo incluye medios de producción más o menos duraderos, como la tierra, los edificios y la maquinaria. El capital circulante se refiere a bienes no renovables, como las materias primas o la energía, así como los fondos necesarios para pagar los salarios y otros pasivos que se le puedan exigir a la empresa. La cuantía de los rendimientos depende de las ganancias de productividad resultantes del aumento de capital utilizado en el proceso productivo. Estos aumentos de capital alargan el proceso de producción (en lugar de producir bienes de consumo hay que esperar a terminar de producir los bienes de capital: maquinaria, etcétera), por lo que aumenta el tiempo necesario para obtener rendimientos. Por lo tanto, se considera que la cantidad de dinero que se ahorra, y en consecuencia la cantidad de capital creado, dependían del equilibrio entre el deseo de una satisfacción inmediata, derivada del consumo presente,

y el deseo de obtener ganancias en el futuro, derivadas de un proceso de producción más largo. (Quijano, 2009, págs. 23,24)

- **Mano de obra**

En los sistemas de producción es necesaria la mano de obra como un elemento fundamental de la producción, igualmente es el esfuerzo humano realizado para asegurar un beneficio económico en la organización. En la industria, la mano de obra tiene una gran variedad de funciones, que se pueden clasificar de la siguiente manera: producción de materias primas, como en la minería y en la agricultura; producción en el sentido amplio del término, o transformación de materias primas en objetos útiles para satisfacer las necesidades humanas; distribución, o transporte de los objetos útiles de un lugar a otro, en función de las necesidades humanas; las operaciones relacionadas con la gestión de la producción. (Quijano, 2009, págs. 23,24)

- **Materiales**

En el sistema de producción utiliza materiales para desarrollar su función esencial, la de transformación de insumos para obtener bienes o servicios; Cada operación del proceso requiere materiales y suministros a tiempo en un punto en particular, el eficaz manejo de materiales. Se asegura que los materiales serán entregados en el momento y lugar adecuado, así como, la cantidad correcta. El manejo de materiales debe considerar un espacio para el almacenamiento. El manejo de materiales puede llegar a ser el problema de la producción ya que agrega poco valor al producto, consume una parte del presupuesto de manufactura. Este manejo de materiales incluye consideraciones de movimiento, lugar, tiempo, espacio y cantidad. El manejo de materiales debe asegurar que las partes, materias primas, material en proceso, productos terminados y suministros se desplacen periódicamente de un lugar a otro. En una época de alta eficiencia en los procesos industriales las tecnologías para el manejo de materiales se

han convertido en una nueva prioridad en lo que respecta al equipo y sistema de manejo de materiales. Pueden utilizarse para incrementar la productividad y lograr una ventaja competitiva en el mercado. Aspecto importante de la planificación, control y logística por cuanto abarca el manejo físico, el transporte, el almacenaje y localización de los materiales. (Quijano, 2009, págs. 23,24)

2.5.4. Clasificación de los sistemas productivos

- **Sistema de producción por encargo:** Este se basa en el encargo o pedido de uno o más productos o servicios. La empresa que lo utiliza sólo produce después de haber recibido el contrato o encargo de un determinado producto o servicio, aquí se llevan a cabo tres actividades:
 - **Plan de producción:** Relación de materia prima, mano de obra y proceso de producción.
 - **Arreglo físico:** Se concentra en el producto.
 - **Previsibilidad de la producción:** Cada producto exige un plan de producción específico.
- **Sistema de producción por lotes:** Lo utilizan las empresas que producen una cantidad limitada de un tipo de producto o servicio por vez. También se llevan a cabo las tres actividades que el sistema anterior:
 - **Plan de producción:** Se realiza anticipadamente en relación a las ventas.
 - **Arreglo físico:** se caracterizan por máquinas agrupadas en baterías del mismo tipo.
 - **Previsibilidad de la producción:** Debe ser constantemente replanteado y actualizado.
- **Sistema de producción continua:** Lo utilizan las empresas que producen un determinado producto sin modificaciones por un largo período, el ritmo de producción es rápido y las operaciones se ejecutan sin interrupciones. Dentro de este sistema se realizan los tres pasos:

- **Plan de producción:** Se elabora generalmente para períodos de un año, con subdivisiones mensuales. Este sistema lo utilizan fabricantes de papel, celulosa, de automóviles, electrodomésticos.
- **Arreglo físico:** Se caracteriza por máquinas y herramientas altamente especializadas, dispuestas en formación lineal y secuencial.
- **Previsibilidad de la producción:** El éxito de este sistema depende totalmente del plan detallado de producción, el que debe realizarse antes que se inicie la producción de un nuevo producto. (Quijano, 2009, págs. 21,22)

2.6. Marketing

2.6.1. Producto

Kotler y Armstrong (2003) conceptúan que un producto es cualquier “cosa” que se pueda ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que alcanzará a satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o combinaciones de estas entidades. Lo anterior hace referencia al conjunto de elementos tangibles e intangibles que se ofrecen al mercado y satisfacen necesidades a consumidores individuales o usuarios industriales a través del proceso de intercambio. (Mesa, 2012, pág. 98)

2.6.1.1. Clasificación de los productos

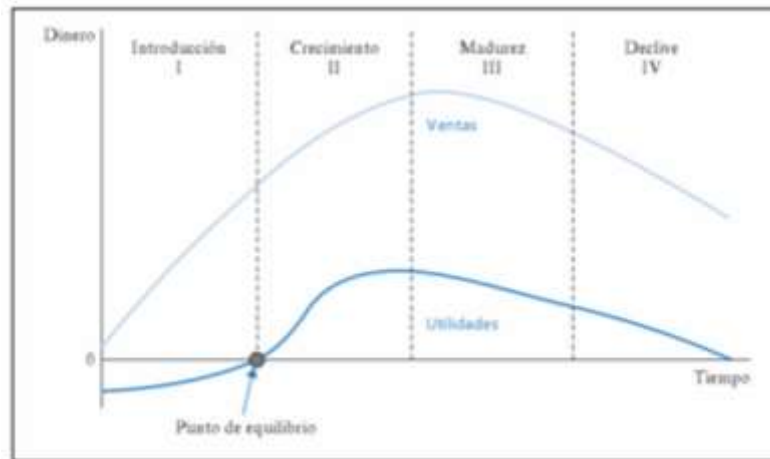
- a) Esta clasificación integra tres grupos: bienes no duraderos, bienes duraderos y servicios:
- **Bienes no duraderos o fungibles,** son bienes que se consumen rápidamente como los alimentos.
 - **Bienes duraderos.** Son bienes que normalmente sobreviven a muchos usos, tales como artefactos electrodomésticos y ropa.

- **Servicios.** Son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta, tales como transportes y reparaciones. (Córdoba, 2011, pág. 57)
- b) Esta clasificación incluye los bienes de consumo y bienes de capital o industriales:
- **Bienes de consumo.** Son aquellos bienes finales producidos para ser utilizados por los individuos o familias. Los bienes de consumo pueden ser: no duraderos, que son producidos para el consumo inmediato (caramelos, dulces) y duraderos, aquellos bienes que se pueden utilizar varias veces durante largos periodos (un automóvil, un reproductor de vídeos o una lavadora).
 - **Bienes de capital. o de inversión,** son utilizados como medios en el proceso de transformación de la producción de otros bienes o servicios (maquinaria, equipos). (Córdoba, 2011, pág. 57)
- c) Incluye los bienes intermedios, bienes en proceso y bienes finales:
- **Bienes intermedios.** Son bienes que podrían considerarse bienes de producción no duraderos que sirven para la obtención de bienes finales. Se denominan insumos, materia prima y materiales. Estos bienes intermedios son convertidos en algo concreto que se denominará producto final.
 - **Bienes en proceso.** Se refieren a los factores de la producción vinculados al proceso productivo y todavía no totalmente convertidos en productos acabados, como los edificios no terminados o los autos semiterminados en cualquiera de las fases de producción. También se les denomina productos no terminados.
 - **Bienes finales. o productos terminados,** que son los que están listos para las ventas. (Córdoba, 2011, pág. 57)
- d) Incluye bienes complementarios, bien inferior o guiffen, bien normal y bien superior:

- **Bienes complementarios.** Aquellos bienes que deben utilizarse conjuntamente para satisfacer una necesidad. Los bienes pueden estar relacionados o no, incluyendo los bienes competitivos o sustitutos.
 - **Bien inferior o guiffen.** Aquellos que se compran en cantidades relativamente grandes a niveles de ingresos bajos. A medida que baja el precio del bien, disminuye su demanda. La elasticidad precio-ingreso es menor que uno.
 - **Bien normal.** Son bienes que a medida que aumenta o disminuye su precio, también aumenta o disminuye proporcionalmente su demanda. La elasticidad precio-ingreso es igual a uno.
 - **Bien superior.** Son bienes que se caracterizan porque al bajar su precio, también aumenta más de la proporción disminuida. Su elasticidad precio ingreso es mayor que uno. (Córdoba, 2011, pág. 58)
- e) Existen otros bienes como bienes raíces, bienes muebles y bienes inmuebles:
- **Bienes raíces.** En sentido amplio es la tierra y todo aquello que esté unido a ésta: edificaciones e instalaciones.
 - **Bienes muebles.** Son aquellos que pueden trasladarse de un lugar a otro, sin menoscabo del inmueble al que estuvieran unidos, como herramientas, equipos, automóviles, etc.
 - **Bienes inmuebles.** Los inmuebles por naturaleza son el suelo y todas las partes sólidas o fluidas que forman su superficie y profundidad, como por ejemplo las minas, las canteras, las escorias y las aguas naturales o embalsadas, así como todo lo que se encuentra bajo el suelo, sin que intervenga la obra del hombre. Se consideran inmuebles por incorporación los edificios, caminos y construcciones de todo género adheridas al suelo, los árboles, las plantas, y los frutos pendientes, mientras estuvieran unidos a la tierra o formaran parte integrante de un inmueble,

así como todo lo que esté unido a un inmueble de una manera con carácter fijo, de suerte que no pueda separarse de él sin producir quebrantamiento de la materia o deterioro del objeto. (Córdoba, 2011, pág. 58)

2.6.1.2.Ciclo de vida del producto



- **Introducción**

El ciclo de vida del producto se inicia con la fase de introducción, en la que empieza a distribuirse el producto por primera vez y ya está disponible para su compra. Las ventas se inician y crecen muy lentamente. Las utilidades son inexistentes en casi toda esta fase.

El momento en el que empiezan a producirse suele coincidir con el final de esta etapa. La duración de esta fase del ciclo depende de la complejidad del producto, del grado de novedad, del mayor o menor ajuste a las necesidades del consumidor y de la presencia o no de sustitutos competitivos. Un producto complejo tendrá un proceso de adopción más largo, como ya se ha expuesto anteriormente, lo que dará lugar a que las ventas tarden más en producirse, por el aprendizaje requerido en el manejo del producto. En esta fase introductoria del producto los competidores suelen ser escasos o, incluso, inexistentes. Se ofrecen versiones básicas del producto, que adquieren los consumidores más innovadores, a un precio generalmente alto. La promoción es intensa

y se apela a los primeros adoptadores del producto. Para conseguir la adquisición del producto por parte de estos líderes de opinión se llevan a cabo acciones promocionales para estimular la prueba del producto. (Santesmases, 2014, págs. 184,185)

- **Crecimiento**

Una vez superada la introducción, el producto pasa a la fase de crecimiento, en la que las ventas aumentan rápidamente; es la etapa del «despegue» del producto. Las utilidades también crecen rápidamente y llegan a su punto más alto al término de esta etapa. La competencia, atraída por las oportunidades de negocio, se intensifica en esta fase. En consecuencia, aumentan los puntos de venta y se abren nuevos canales de distribución. Los primeros adoptadores del producto continúan adquiriendo el producto y llevan a cabo un proceso de difusión que atrae a la primera mayoría de compradores. Aumenta el número de versiones del producto y se mejoran sus prestaciones. El precio, aunque todavía es alto, empieza a bajar. La inversión en promoción sigue siendo alta y se apela a la mayoría del mercado. Se persigue la creación de una preferencia de marca que asegure las compras de repetición. (Santesmases, 2014, págs. 184,185)

- **Madurez**

Al llegar a la fase de madurez, se nivela la demanda. Las ventas dejan de aumentar y llega un momento en el que empiezan a descender.

La demanda sólo se produce por reposiciones del producto y por la creación de nuevas familias entre los consumidores. Como consecuencia de la disminución de las ventas, las utilidades empiezan a declinar, las existencias aumentan, la capacidad de producción excede la demanda y empiezan a desaparecer los competidores más débiles. La fase de madurez es la más larga del ciclo de vida y la mayoría de los productos en el mercado se encuentran en esta etapa. Su duración puede alargarse todavía más si se llevan a cabo estrategias de mejora del producto o de búsqueda de nuevos usos para el

mismo y atracción de nuevos usuarios, como las que se detallan más adelante. La competencia en precios se vuelve muy intensa en la fase de madurez, y se produce una bajada continua de los mismos. Las diferencias entre los productos son cada vez más sutiles, con más servicios asociados al producto.

La inversión en publicidad empieza también a disminuir y la estrategia de la misma se centra en la diferenciación de los competidores y la preservación de la lealtad de marca.

(Santesmases, 2014, págs. 184,185)

- **Declive**

En la última fase del ciclo de vida del producto, la del declive, las ventas disminuyen sensiblemente y las utilidades tienden a desaparecer. En la fase de declive la industria se reduce. La producción se concentra en pocas empresas, que ofrecen una variedad menor de productos. Los precios se estabilizan e incluso pueden llegar a subir, en cuanto disminuya más la oferta, por la desaparición de competidores. La disminución de las ventas puede ser debida a varias razones: avances tecnológicos, cambios en los gustos y modas de los competidores, pérdida de la competitividad, productos alternativos más económicos, duraderos, seguros o con prestaciones superiores, etc. La decisión de retirar definitivamente el producto del mercado o, por el contrario, mantenerlo durante más tiempo dependerá de las posibilidades de sustitución por otro más rentable, de rediseñar el producto actual, de encontrar nuevos usos al producto, de atraer nuevos usuarios o de la previsible retirada de un mayor número de competidores, circunstancias que pueden permitir rentabilizar por un tiempo adicional el producto en el mercado. Pero, finalmente, el producto acabará por desaparecer. (Santesmases, 2014, págs. 184,185)

2.6.2. Precio

Concepto de precio para la empresa: Valor de transacción fijado por la empresa para intercambiar en el mercado los productos que fabrica y /o comercializa. Ese precio le debe permitir recuperar la inversión realizada y obtener un nivel de beneficios.

Concepto de precio para los consumidores: Montante de dinero que el consumidor tendrá que pagar para obtener un bien o servicio que, evidentemente, le va a proporcionar ciertos beneficios. (Parreño, 2009, pág. 97)

2.6.3. Plaza

Se trata de la tercera herramienta de la mezcla de marketing que consiste en todas aquellas actividades y decisiones que desarrolla la empresa para lograr la transferencia de los productos que elabora, llevándolos desde el lugar de origen hasta su lugar de consumo o de uso definitivo, no siendo significativo el número de intermediarios que intervengan. Lo anterior significa que la empresa debe asegurar que sus productos estén a disposición de los clientes en el lugar y momento oportuno con el único fin de satisfacerlos en cantidades y presentaciones deseadas. No se puede vender lo que no existe. (Mesa, Fundamentos de Marketing, 2012, pág. 133)

2.6.4. Promoción

La promoción es fundamentalmente comunicación. Es transmisión de información del vendedor al comprador, cuyo contenido se refiere al producto o la empresa que lo fabrica o vende. Se realiza a través de distintos medios —personales o impersonales— y su fin último es estimular la demanda. El hecho de que las actividades de promoción sean básicamente de comunicación ha influido en la tendencia actual a utilizar, cada vez más, el término comunicación, en lugar del de promoción. También se utiliza el término comunicación para evitar la confusión posible entre el concepto de promoción y el de uno de sus componentes, la promoción de ventas.

Como instrumento de la mercadotecnia, la promoción tiene como objeto comunicar la existencia del producto, dar a conocer sus características, ventajas y necesidades que satisface. Esta comunicación tiene también como fin persuadir al comprador potencial de los beneficios que reporta el producto ofrecido y, en definitiva, trata de estimular la demanda. Pero la promoción también actúa sobre los clientes actuales, recordando la existencia del producto y sus ventajas, a fin de evitar que los usuarios reales del producto sean «tentados» por la competencia y adquieran otras marcas. La promoción, por tanto, tiene tres fines básicos: Informar, Persuadir y Recordar. (Santesmases, 2014, págs. 285,286)

2.7.Aspectos Legales

Se refiere a las leyes, códigos, instituciones públicas y privadas que regulan el funcionamiento de las microempresas:

- Constitución del Ecuador 2008
- Código de trabajo
- Ley de la súper intendencia de compañías
- Ley de gestión de neumáticos en desuso
- Servicio de rentas internas
- GAD-Ibarra
- SUIAS

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1.Introducción

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

En el presente capítulo se estudiarán los diferentes elementos y factores que intervienen en el mercado de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados, en la actualidad el análisis y estudio de mercado tiene mucha importancia para el desarrollo de un proyecto para determinar su nivel de éxito así como se podrá desenvolver con la competencia; además es un instrumento que permite tomar decisiones y elaborar estrategias para llegar a los futuros clientes.

La idea de este proyecto surgió debido a la excesiva contaminación ambiental que se presenta en la ciudad debido a la acumulación de llantas en las vulcanizadoras e inclusive en lugares clandestinos, por lo tanto tuvimos la idea de efectuar el proyecto de una microempresa que se dedique a elaborar y comercializar productos en base a neumáticos reciclados el cual ayuda a la disminución de la contaminación ambiental en la ciudad de Ibarra.

Esta investigación fue realizada mediante un trabajo de campo utilizando diferentes herramientas de recolección de datos, una herramienta utilizada es la encuesta la cual fue aplicada a la ciudadanía Ibarreña sobre las preferencias y gustos de consumo a la hora de comprar productos en base a material reciclado; esto servirá como base de información confiable y razonable que permitirá fijar parámetros que delimiten la demanda, la oferta, y precios del servicio que se ofrece.

De esta manera se determinará la factibilidad del presente estudio a ser implementado, analizando y seleccionando las mejores estrategias para conseguir la aceptación del servicio propuesto.

3.2.Objetivos

3.2.1. Objetivo general

Determinar la oferta, demanda, precios y comercialización del servicio mediante un estudio de mercado a través de una investigación de campo.

3.2.2. Objetivos específicos

- Establecer la demanda de clientes que están dispuestos a adquirir los productos en base a neumáticos reciclados.
- Conocer la actual oferta de productos en base a neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, en base a un análisis de gustos y preferencias.
- Establecer un precio de venta adecuado, que este acorde con la competencia y la capacidad económica de los futuros clientes.
- Identificar el tipo de clientes que estarían en capacidad de adquirir los productos en base a neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra.
- Crear estrategias de comercialización para contar con la aceptación del mercado de los productos en base a neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra

3.3.Variables e indicadores

3.3.1. Variables

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Clientes
- Comercialización

3.3.2. Indicadores

- **Demanda**
 - Población
 - Cantidad de demanda
 - Estimación de demanda
 - Segmentación de mercado
 - Mercado meta
- **Oferta**
 - Análisis de la competencia
 - Cantidad de oferta
 - Estimación de oferta
 - Proveedores
- **Precio**
 - Precios de la competencia
 - Precio competitivo
 - Precio accesible
- **Clientes**
 - Gustos y preferencias
 - Capacidad de pago
 - Capacidad de consumo
 - Ingreso per cápita que recibe
 - Tipo de clientes: género, edad, ocupación
- **Comercialización**
 - Estrategias de venta
 - Estrategias de precio, producto, plaza y publicidad

3.4. Matriz de relación del Estudio de Mercado

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO
Establecer la demanda de los clientes que están dispuestos a adquirir los productos en base a neumáticos reciclados.	Demanda	Población Cantidad de demanda Estimación de demanda Segmentación de mercado Mercado meta	Primaria Secundaria	Encuesta Bibliográfica	Consumidores Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
Conocer la actual oferta de productos en base a neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra, en base a un análisis de gustos y preferencias.	Oferta	Análisis de la competencia Cantidad de oferta Estimación de oferta Proveedores	Primaria	Encuesta	Consumidores
Establecer un precio de venta adecuado, que este acorde con la competencia y la capacidad económica de los futuros clientes.	Precio	Precios actuales de venta de la competencia Precio competitivo Precio accesible	Primaria	Encuesta	Consumidores
Identificar el tipo de clientes que estaría en capacidad de adquirir los productos en base a neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra.	Clientes	Gustos y preferencias Capacidad de pago Capacidad de consumo Ingreso per cápita que recibe Tipo de clientes: género, edad, ocupación	Primaria	Encuesta	Consumidores
Crear estrategias de comercialización para contar con la aceptación del mercado de los productos en base a neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra	Comercialización	Estrategias de venta Estrategias de precio, producto, plaza y publicidad	Primaria	Encuesta	Consumidores

Fuente: Investigación propia, INEC

Elaborado por: Las Autoras

3.5.Descripción de los productos

Ilustración 9. Descripción De Los Productos

Nombre:	Asientos, Maseteros, Juegos Infantiles, Cajas Lúdicas, Pozos				
					
Características de los productos:	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborados con neumáticos usados. • Diseños de acuerdo a los gustos y preferencias del consumidor. • Los productos son decorados en base a diseños creativos en colores primarios y secundarios. 				
Ventajas de los productos:	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuda a disminuir la contaminación ambiental. • Son de gran durabilidad. • Son de calidad. • Son decorativos para el hogar, jardines o cualquier institución. 				
Proceso de elaboración:	<ul style="list-style-type: none"> • Comprar las llantas. • Lavar las llantas. • Unión o decoración de las llantas. • Pegado o pintado los diseños de los productos. • Cortar el MDF según el diseño del producto. • Secado y embalado de los productos. 				
Empaque:	<ul style="list-style-type: none"> • Los productos serán entregados al consumidor final con una envoltura de Stretch Film Plástico De Embalaje 				

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

3.6.Población y muestra

POBLACIÓN

Tabla 15. Categoría De Ocupación

OCUPACIÓN	N°
Trabajador público	11.345
Trabajador Privado	24.975
Actividad propia	25.756
Otros	15.862
Total población	77.938

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Ciudad de Ibarra 2015-2023 (PDYOT)

Elaborado por: Las Autoras

MUESTRA

$$n = \frac{NK^2PQ}{e^2(N - 1) + K^2PQ}$$

En donde:

Z^2 = Nivel de confianza $(1,96)^2$

p = Probabilidad a favor 0,09

E^2 = Margen de error $(0,05)^2$

n = Número de elementos (tamaño de la muestra)

N = Universo o Población

$$n = \frac{77.938 \times 1,96^2 \times 0,25}{(77.938 - 1) \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,25}$$

$$n = \frac{74851,6552}{195,8029}$$

n = 382 encuestas

CENTROS INFANTILES

Tabla 16. Centros Infantiles De Ibarra

CENTROS INFANTILES	NÚMERO
Privados	12
Total centros infantiles	12

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Ciudad de Ibarra 2015-2023 (PDYOT)

Elaborado por: Las Autoras

En el presente cuadro se detalla la cantidad de encuestas que se va a aplicar a cada segmento de estudio:

Tabla 17. Segmentos A Encuestar

OCUPACIÓN	N°	%	# ENCUESTAS
Trabajador público	11.345	14,56	56
Trabajador Privado	24.975	32,04	122
Actividad propia	25.756	33,04	126
Otros	15.862	20,35	78
Total población	77.938	100	382

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Ciudad de Ibarra 2015-2023 (PDYOT)

Elaborado por: Las Autoras

3.7.Tabulación de las encuestas

3.7.1. Centros Infantiles

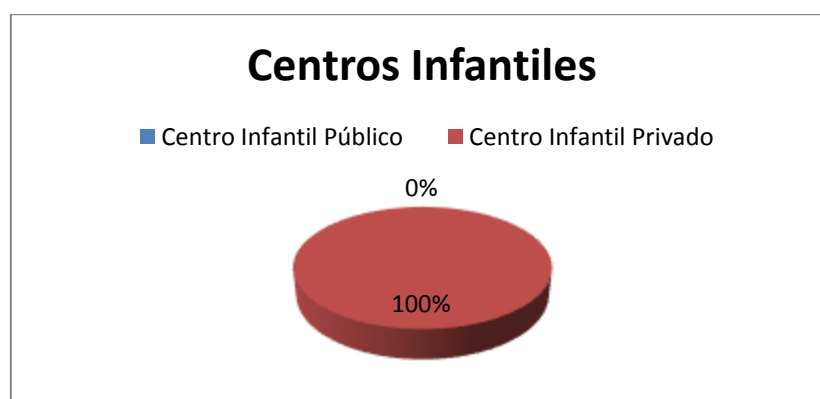
Tabla 18. Segmento centros infantiles

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Centro Infantil Público	0	0%
Centro Infantil Privado	12	100%
Total	12	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 16. Segmento centros infantiles



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En la ciudad de Ibarra existen doce centros infantiles privados.

1. ¿Usted compraría productos en base a neumáticos reciclados?

Tabla 19. Adquisición de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	10	83%
No	2	17%
Total	12	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 17. Adquisición de productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 83% de los centros infantiles privados de la Ciudad de Ibarra están dispuestos a comprar los productos en base a neumáticos reciclados ya que con esto ayuda a disminuir la contaminación ambiental y el 17% no está dispuesto a adquirir dichos productos debido a que ellos mismos practican el reciclaje en las instituciones.

2. ¿Con qué frecuencia compraría usted productos en base a neumáticos reciclados?

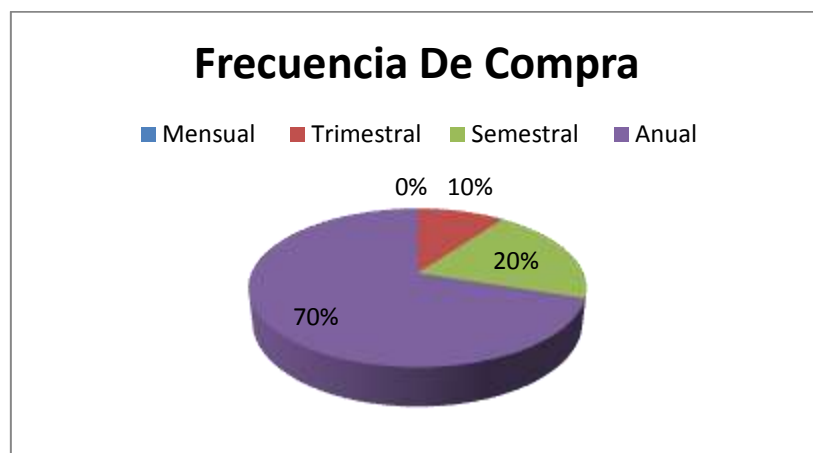
Tabla 20. Frecuencia de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mensual	0	0%
Trimestral	1	10%
Semestral	2	20%
Anual	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 18. Frecuencia de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 70% de los centros infantiles encuestados están dispuestos a adquirir los productos en base a neumáticos reciclados de manera anual debido a que estos artículos no se dañan rápidamente, el 20% está dispuesto a adquirir estos productos de manera semestral y 10% compraría trimestralmente.

3. De forma individual ¿cuánto es el presupuesto que mensualmente asignaría usted para la compra de productos en base a neumáticos reciclados?

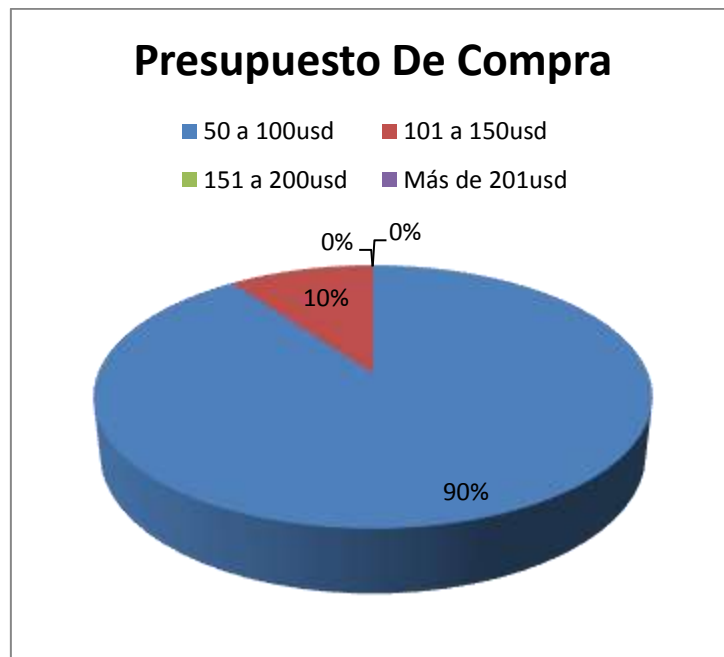
Tabla 21. Presupuesto mensual de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
50 a 100usd	9	90%
101 a 150usd	1	10%
151 a 200usd	0	0%
Más de 201usd	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 19. Presupuesto mensual de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 90% de las encuestas realizadas a los centros infantiles privados de la ciudad de Ibarra establecen un presupuesto de \$50 - \$100 para la adquisición de los productos en base a neumáticos reciclados y el 10% de los encuestados asignan de \$101 – \$150 para dicha adquisición.

4. ¿Al realizar sus compras de productos en base a neumáticos reciclados, ¿con quién lo hace?

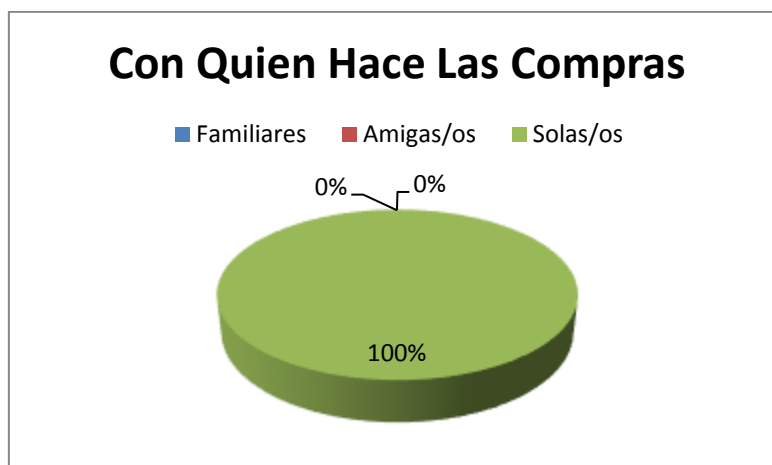
Tabla 22. Persona con la que realiza las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Familiares	0	0%
Amigas/os	0	0%
Solas/os	10	100%
Total	10	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 20. Persona con la que realiza las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En 100% los centros infantiles privados de la ciudad de Ibarra realizan las compras mediante gestión de los directores o coordinadores.

5. Las siguientes preguntas corresponden a las características que usted prefiere de los productos en base a neumáticos reciclados. Señale las opciones a su elección.

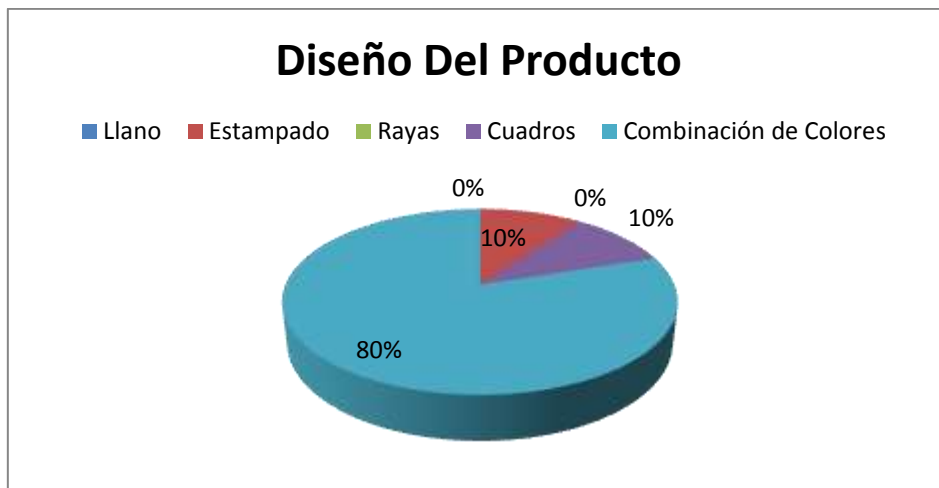
Tabla 23. Diseño de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Llano	0	0%
Estampado	1	10%
Rayas	0	0%
Cuadros	1	10%
Combinación de Colores	8	80%
Total	10	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 21. Diseño de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 80% de los centros infantiles privados prefieren comprar productos en base a neumáticos reciclados con diseños que tengan combinación de colores ya que esto ayuda a los niños a su aprendizaje, el 10% prefiere que los diseños sean a cuadros y el 10% les gustaría adquirir estos productos con diseños estampados.

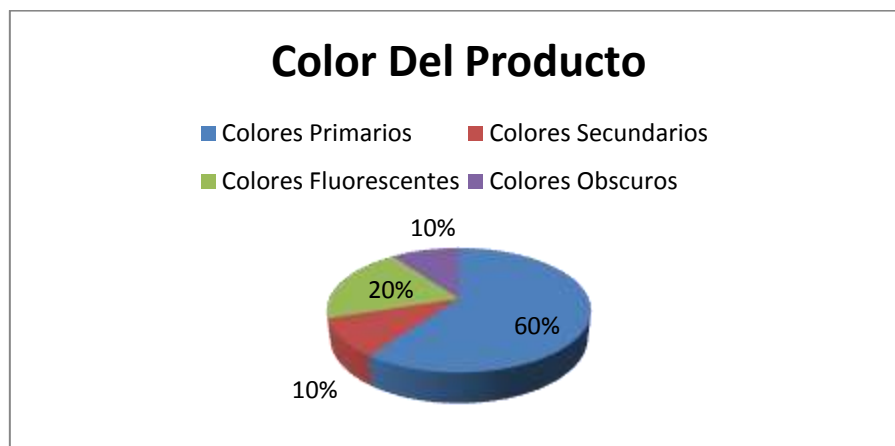
Tabla 24. Color de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Colores Primarios	6	60%
Colores Secundarios	1	10%
Colores Fluorescentes	2	20%
Colores Oscuros	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 22. Color de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 60% de los centros infantiles privados de la ciudad de Ibarra prefieren comprar los productos en base a neumáticos reciclados en colores primarios debido a que estos son llamativos para los niños, el 20% prefiere colores fluorescentes, al 10% les gustaría los colores secundarios y el 10% restante adquiere dichos productos en colores oscuros.

6. ¿Cuál cree que es el mejor medio para conocer un almacén de productos en base a neumáticos reciclados?

Tabla 25. Medio publicitario

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Flayers	2	20%
Radio	0	0%
Prensa	5	50%
Referencia de amigos	3	30%
Otros	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 23. Medio publicitario



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 50% de las encuestas realizadas a los centros infantiles privados de la ciudad de Ibarra manifestaron que les gustaría conocer de la microempresa de productos en base a neumáticos reciclados mediante la prensa ya que en la actualidad hay mucha demanda de los periódicos locales, el 30% prefiere conocerlos por medio de referencia de amigos y el 20% le gustaría conocer de los productos por medio de Flayers.

7. ¿En caso de que usted compre productos en base a neumáticos reciclados. ¿por qué lo hace?

Tabla 26. Razón para adquirir los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Moda	1	10%
Calidad	2	20%
Durabilidad	3	30%
Cultura	6	60%
Gusto	1	10%
Precio	2	20%
Total	15	150%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 24. Razón para adquirir los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 60% de los centros infantiles privados comprarían los productos en base a neumáticos reciclados por cultura debido a que al adquirir estos productos se ayuda a disminuir la contaminación ambiental, el 30% lo haría por durabilidad, el 20% compraría estos productos por calidad, el 20% lo haría por el precio, el 10% adquiriría por moda y el 10% restante compraría por gusto.

8. ¿Qué red social utiliza usted con mayor frecuencia?

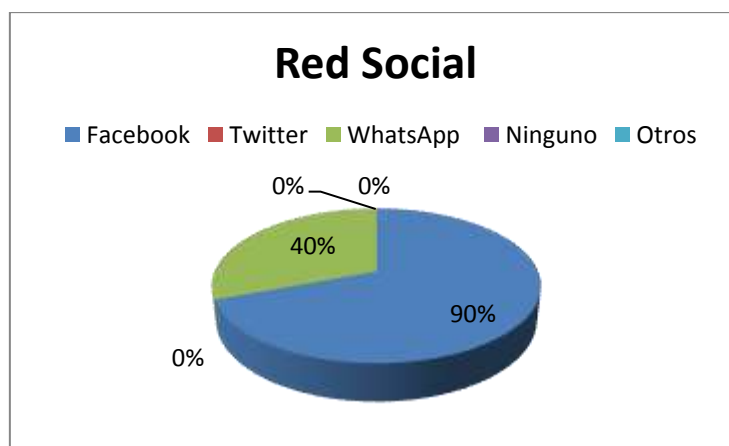
Tabla 27. Tipo de red social

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Facebook	9	90%
Twitter	0	0%
WhatsApp	4	40%
Ninguno	0	0%
Otros	0	0%
Total	13	130%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 25. Tipo de red social



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 90% de los centros infantiles privados de la ciudad de Ibarra utilizan la red social de Facebook ya que por medio de esta ofrecen su servicio y el 40% utiliza WhatsApp.

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

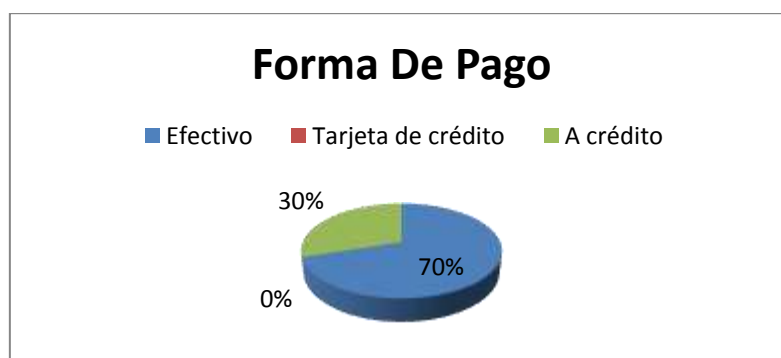
Tabla 28. Forma de pago

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Efectivo	7	70%
Tarjeta de crédito	0	0%
A crédito	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 26. Forma de pago



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 70% de los centros infantiles privados realizan sus compras en efectivo debido a que es la forma más segura de realizar un negocio y el 30% adquiere los artículos a crédito.

10. ¿Cuál es la promoción que más le gustaría beneficiarse?

Tabla 29. Promociones por las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Descuentos	6	60%
Regalos por las compras	3	30%
Boletos para rifas	1	10%
Otros	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 27. Promociones por las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 60% de los centros infantiles privados prefieren que al momento de realizar sus compras se les proporcione descuentos ya que al recibir este descuento pueden adquirir otro producto adicional, el 30% le gustaría recibir regalos por sus compras y el 10% restante optaría por boletos para rifas.

11. Si en la Ciudad de Ibarra se crearía una microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados a precios adecuados, ¿usted estaría en condiciones de comprar estos productos?

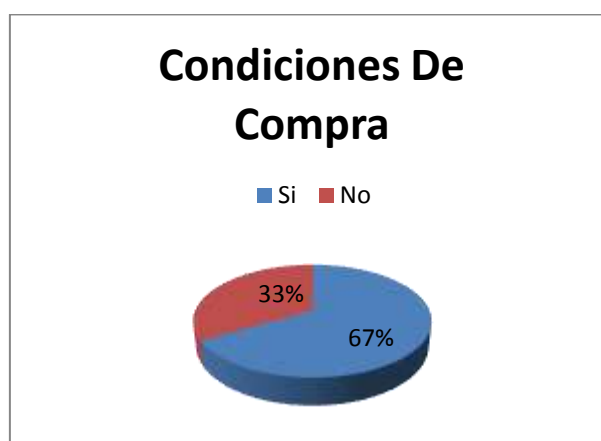
Tabla 30. Condición de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	8	67%
No	4	33%
Total	12	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 28. Condición de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 67% de los centros infantiles privados de la Ciudad de Ibarra están en condiciones de comprar los productos en base a los neumáticos reciclados ya que cuentan con una partida presupuestaria para dicha adquisición y el 33% no está en condiciones de adquirir dichos productos debido a que ellos mismos practican el reciclaje y no cuentan con partida presupuestaria.

12. Las siguientes preguntas corresponden a la preferencia de compra de productos en base a neumáticos reciclados y la cantidad de compra según el producto de su elección:

Tabla 31. Preferencia del producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Asientos	2	14%
Maseteros	1	10%
Juegos Infantiles	5	45%
Cajas Lúdicas	2	20%
Pozos	2	21%
Total	12	110%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 29. Preferencia del producto



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 45% de los centros Infantiles privados de la ciudad de Ibarra prefieren comprar juegos infantiles ya que son de gran utilidad para la institución y el entretenimiento de los niños, el 21% quisiera adquirir pozos, el 20% prefiera cajas lúdicas, el 14% le gustaría adquirir asientos y el 10% compraría maseteros.

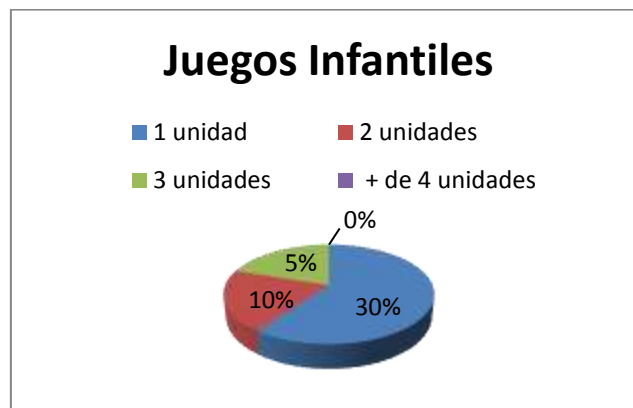
Tabla 32. Cantidad de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1 unidad	3	30%
2 unidades	1	10%
3 unidades	1	5%
+ de 4 unidades	0	0%
Total	5	45%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 30. Cantidad de productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 30% de los datos obtenidos en la preferencia del tipo de producto se llegó a determinar que los centros infantiles privados comprarían 1 unidad al año para innovar sus juegos, el 10% adquirirá de 2 unidades y el 5% 3 unidades al año.

3.7.2. Trabajador Público

Tabla 33. Segmento trabajador público

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Trabajador Público	56	100%
Trabajador Privado	0	0%
Cuenta Propia	0	0%
Otros	0	0%
Total	56	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 31. Segmento trabajador público



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En la ciudad de Ibarra existen cincuenta y seis ocupaciones referentes a trabajador público.

1. ¿Usted compraría productos en base a neumáticos reciclados?

Tabla 34. Adquisición de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	48	86%
No	8	14%
Total	56	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 32. Adquisición de productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 86% de los trabajadores públicos está dispuesto a comprar los productos en base a los neumáticos en desuso ya que esto ayuda a disminuir la contaminación ambiental y el 14% no está dispuesto a adquirir dichos artículos debido a que no tienen espacio suficiente en los hogares o negocios.

2. ¿Con qué frecuencia compraría usted productos en base a neumáticos reciclados?

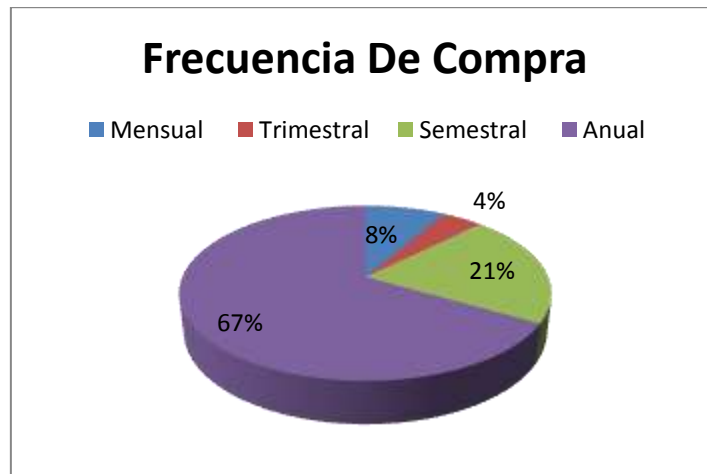
Tabla 35. Frecuencia de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mensual	4	8%
Trimestral	2	4%
Semestral	10	21%
Anual	32	67%
Total	48	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 33. Frecuencia de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 67% de los trabajadores públicos están dispuestos a adquirir los productos en base a neumáticos reciclados debido a que estos artículos no se dañan rápidamente y son muy atractivos, el 21% adquiriría estos productos semestralmente, el 8% compraría los artículos mensualmente y el 4% restante conseguiría los productos trimestralmente.

3. De forma individual ¿cuánto es el presupuesto que mensualmente asignaría usted para la compra de productos en base a neumáticos reciclados?

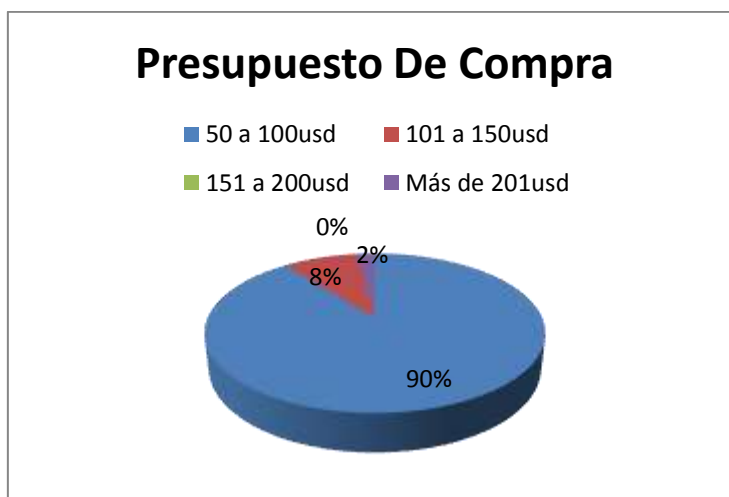
Tabla 36. Presupuesto mensual de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
50 a 100usd	43	90%
101 a 150usd	4	8%
151 a 200usd	0	0%
Más de 201usd	1	2%
Total	48	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 34. Presupuesto mensual de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 90% de las encuestas realizadas a los trabajadores públicos de la ciudad de Ibarra se pudo evidenciar que el presupuesto establecido para la adquisición de productos en base a neumáticos reciclados es de \$50 - \$100 debido a que comprarían varios productos según sean las necesidades del consumidor, el 8% establece un presupuesto de \$101 – \$150 y el 2% establece más de \$200.

4. ¿Al realizar sus compras de productos en base a neumáticos reciclados, ¿con quién lo hace?

Tabla 37. Persona con la que realiza las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Familiares	31	65%
Amigas/os	11	23%
Solas/os	6	12%
Total	48	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 35. Persona con la que realiza las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 65% de los trabajadores públicos prefieren realizar sus compras con familiares debido a que la opinión de ellos también es importante, el 23% eligen ir con amigos a comprar dichos artículos y el 12% opta por ir a comprar solo ya que podría escoger el modelo a su gusto y preferencia.

5. Las siguientes preguntas corresponden a las características que usted prefiere de los productos en base a neumáticos reciclados. Señale las opciones a su elección.

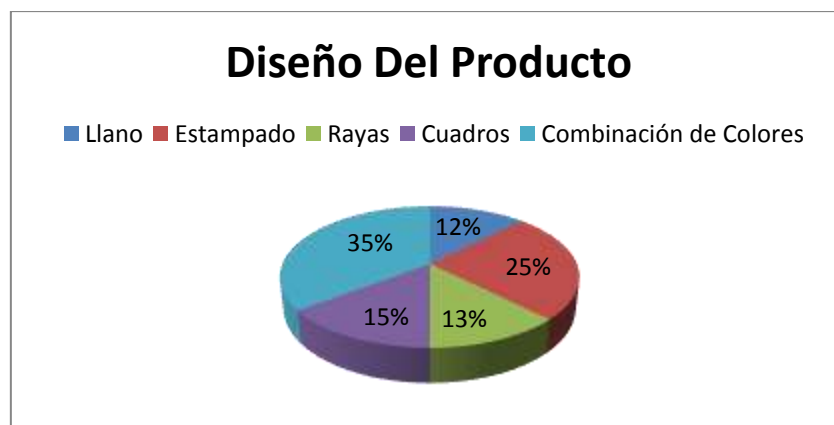
Tabla 38. Diseño de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Llano	6	12%
Estampado	12	25%
Rayas	6	13%
Cuadros	7	15%
Combinación de Colores	17	35%
Total	48	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 36. Diseño de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 35% de los trabajadores públicos optan por comprar los productos en base a neumáticos reciclados con diseño que tenga combinación de colores debido a que estos modelos son llamativos y agradables, el 25% prefiere que los productos sean con estampados según los gustos y preferencias del cliente, el 15% le gusta los artículos con diseño en donde exista cuadros, el 13% prefiere a rayas y el 12% restante le gustaría adquirir los productos en diseños llanos.

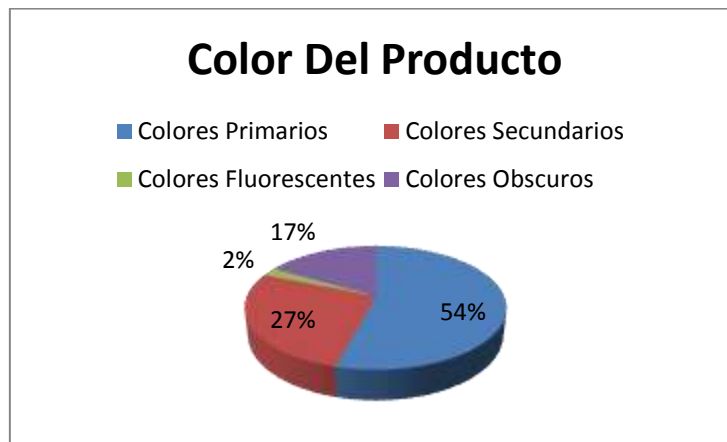
Tabla 39. Color de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Colores Primarios	26	54%
Colores Secundarios	13	27%
Colores Fluorescentes	1	2%
Colores Oscuros	8	17%
Total	48	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 37. Color de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 54% de los trabajadores públicos de la ciudad de Ibarra prefieren comprar los productos en base a neumáticos reciclados en colores primarios debido a que estos colores son llamativos, el 27% elige colores secundarios, el 17% opta por colores oscuros y el 2% prefiere colores fluorescentes.

6. ¿Cuál cree que es el mejor medio para conocer un almacén de productos en base a neumáticos reciclados?

Tabla 40. Medio publicitario

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Flayers	12	25%
Radio	12	25%
Prensa	9	19%
Referencia de amigos	10	21%
Otros	5	10%
Total	48	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 38. Medio publicitario



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 50% de los trabajadores públicos de la ciudad de Ibarra manifestaron que les gustaría conocer de la microempresa de productos en base a neumáticos reciclados por medio de Flayers y Radio debido a que son herramientas publicitarias de mayor acogida por la ciudadanía, el 21% opta conocer de nuestros artículos por referencia de amigos, el 19% eligen conocer la microempresa por medio de prensa y el 10% prefiere otros medios publicitarios como lo son el mercado y las redes sociales.

7. ¿En caso de que usted compre productos en base a neumáticos reciclados. ¿por qué lo hace?

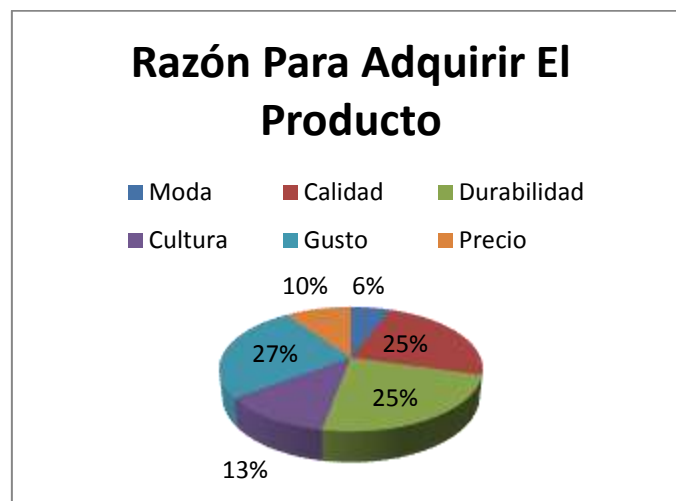
Tabla 41. Razón para adquirir los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Moda	3	6%
Calidad	12	25%
Durabilidad	12	25%
Cultura	6	13%
Gusto	13	27%
Precio	5	10%
Total	51	106%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 39. Razón para adquirir los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 27% de los trabajadores públicos comprarían los productos en base a neumáticos reciclados por gusto ya que si el producto le gusta al cliente lo adquiere, el 25% lo haría por calidad, el 25% adquiriría por durabilidad, el 13% compraría los artículos por cultura ya que ayuda a la disminución de la contaminación ambiental, el 10% lo haría por precio y el 6% restante lo haría por moda ya que son productos atractivos.

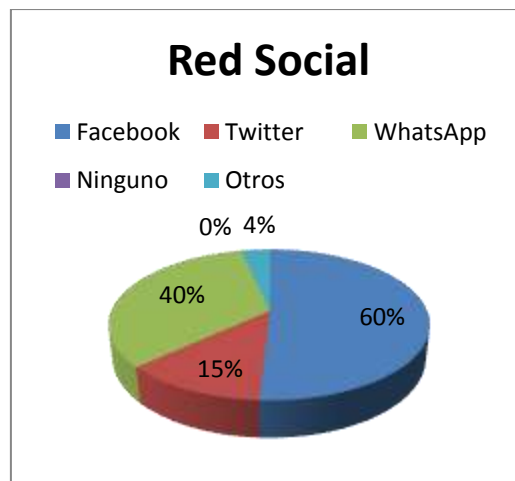
8. ¿Qué red social utiliza usted con mayor frecuencia?

Tabla 42. Tipo de red social

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Facebook	29	60%
Twitter	7	15%
WhatsApp	19	40%
Ninguno	0	0%
Otros	2	4%
Total	57	119%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 40. Tipo de red social



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 60% de los trabajadores públicos de la ciudad de Ibarra utilizan la red social de Facebook ya que por este medio se puede visualizar aspectos publicitarios de las diferentes empresas y de esta manera conocer los productos o servicios que estas ofrecen, el 40% utiliza la red del WhatsApp, el 15% de los trabajadores utilizan la red social de Twitter, y el 4% utiliza otra red social como es el Instagram.

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

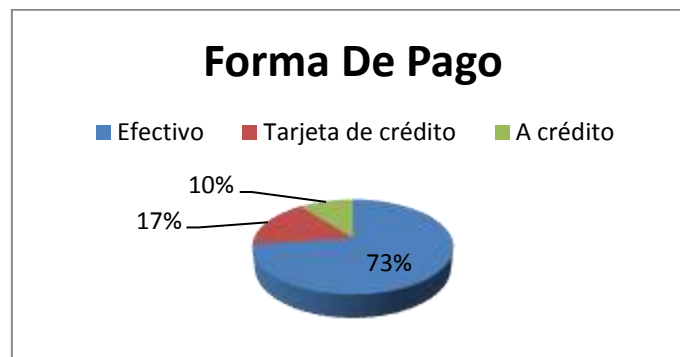
Tabla 43. Forma de pago

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Efectivo	35	73%
Tarjeta de crédito	8	17%
A crédito	5	10%
Total	48	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 41. Forma de pago



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 73% de los trabajadores públicos realizan sus compras en efectivo ya que es una forma de negocio más segura, el 17% de los trabajadores optan por hacer sus compras con tarjeta de crédito y el 10% adquiere los productos por medio de crédito.

10. ¿Cuál es la promoción que más le gustaría beneficiarse?

Tabla 44. Promociones por las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Descuentos	36	75%
Regalos por las compras	11	23%
Boletos para rifas	1	2%
Otros	0	0%
Total	48	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 42. Promociones por las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 75% de los trabajadores públicos prefieren que al momento de realizar sus compras se les dé un descuento ya que de esta manera pueden adquirir un producto adicional, el 23% prefiere recibir regalos por sus compras y el 2% escoge que por sus adquisiciones se les entregue boletos para rifas.

11. Si en la Ciudad de Ibarra se crearía una microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados a precios adecuados, ¿usted estaría en condiciones de comprar estos productos?

Tabla 45. Condición de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	48	86%
No	8	14%
Total	56	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 43. Condición de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 86% de los trabajadores públicos están en condiciones de comprar los productos en base a neumáticos en desuso ya que esto ayuda a disminuir la contaminación ambiental y el 14% no se encuentra en condiciones para adquirir dichos artículos debido a que no tienen espacio suficiente en los hogares o negocios.

12. Las siguientes preguntas corresponden a la preferencia de compra de productos en base a neumáticos reciclados y la cantidad de compra según el producto de su elección:

Tabla 46. Preferencia del producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Asientos	8	16%
Maseteros	6	13%
Juegos Infantiles	13	28%
Cajas Lúdicas	11	22%
Pozos	11	23%
Total	49	102%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 44. Preferencia del producto



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 28% de los trabajadores públicos de la ciudad de Ibarra prefieren comprar juegos infantiles ya que sería una gran distracción para los niños, el 23% le gustaría adquirir pozos para sus hogares, el 22% adquiriría cajas lúdicas para sus hijos pequeños, el 16% estaría dispuesto a comprar asientos y el 13% restante obtendría artículos como maseteros decorativos para sus jardines.

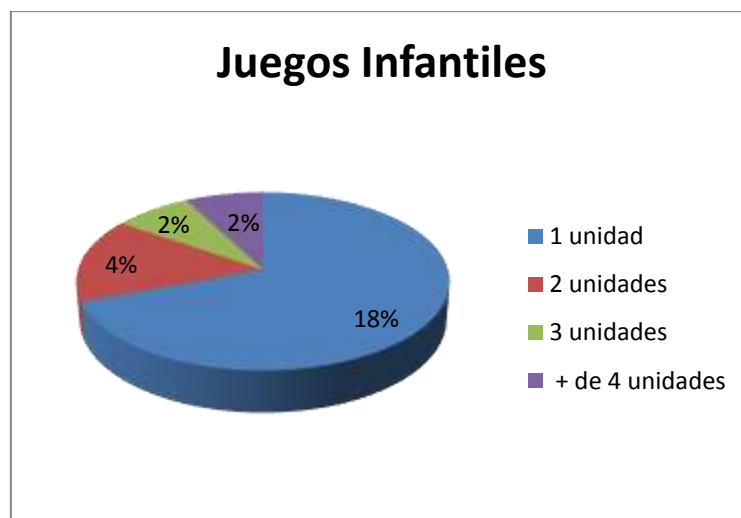
Tabla 47. Cantidad de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1 unidad	9	20%
2 unidades	2	4%
3 unidades	1	2%
+ de 4 unidades	1	2%
Total	13	28%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 45. Cantidad de productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 20% de los datos obtenidos a los trabajadores públicos en lo que se refiere a la preferencia del tipo de producto se llegó a determinar que comprarían 1 unidad al año, el 4% adquiriría 2 unidades de dichos productos, el 2% compraría 1 unidad y más de 4 unidades anuales.

3.7.3. Trabajador Privado

Tabla 48. Segmento trabajador privado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Trabajador Público	0	0%
Trabajador Privado	122	100%
Cuenta Propia	0	0%
Otros	0	0%
Total	122	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 46. Segmento trabajador privado



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En la ciudad de Ibarra existen ciento veintidós ocupaciones referentes a trabajadores privados.

1. ¿Usted compraría productos en base a neumáticos reciclados?

Tabla 49. Adquisición de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	84	69%
No	38	31%
Total	122	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 47. Adquisición de productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 69% de los trabajadores privados están dispuestos a comprar los productos en base a los neumáticos reciclados ya que esto ayuda a disminuir la contaminación ambiental y el 31% no están dispuestos a adquirir dichos productos debido a que no tienen espacio suficiente en los hogares o negocios.

2. ¿Con qué frecuencia compraría usted productos en base a neumáticos reciclados?

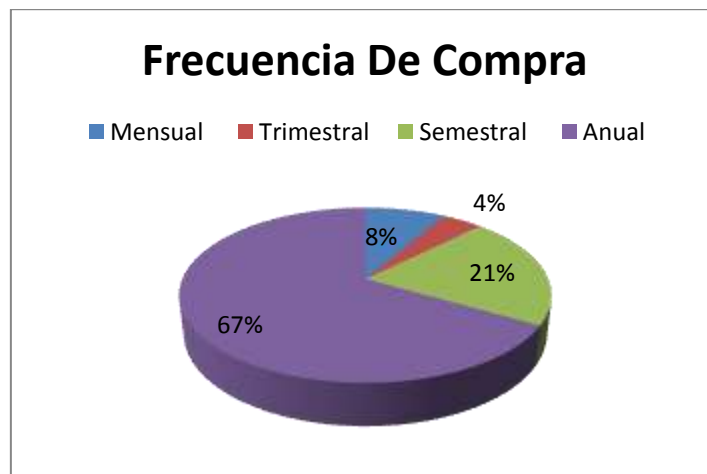
Tabla 50. Frecuencia de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mensual	8	8%
Trimestral	10	4%
Semestral	18	21%
Anual	48	67%
Total	84	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 48. Frecuencia de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 67% de los trabajadores privados están dispuestos a adquirir los productos en base a neumáticos reciclados de forma anual debido a su durabilidad, el 21% está dispuesto a adquirir estos artículos semestralmente, el 8% compraría mensualmente y el 4% obtendría estos productos trimestralmente.

3. De forma individual ¿cuánto es el presupuesto que mensualmente asignaría usted para la compra de productos en base a neumáticos reciclados?

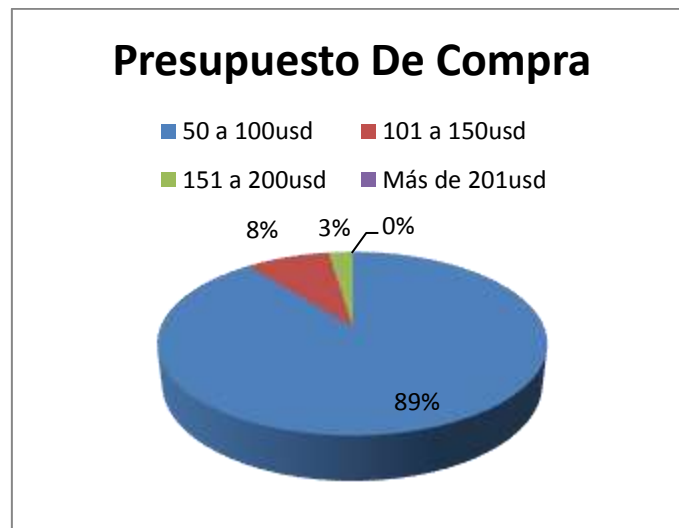
Tabla 51. Presupuesto mensual de compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
50 a 100usd	75	89%
101 a 150usd	7	8%
151 a 200usd	2	3%
Más de 201usd	0	0%
Total	84	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 49. Presupuesto mensual de compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 89% de las encuestas realizadas a los trabajadores privados de la ciudad de Ibarra se pudo establecer que el presupuesto que establecen para la compra de productos en base a neumáticos reciclados es de \$50 - \$100, el 8% establece un presupuesto de compra de \$101 – \$150 y el 3% presupuesta de \$151 - \$200 para la compra.

4. ¿Al realizar sus compras de productos en base a neumáticos reciclados, ¿con quién lo hace?

Tabla 52. Persona con la que realiza las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Familiares	44	53%
Amigas/os	7	8%
Solas/os	33	39%
Total	84	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 50. Persona con la que realiza las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 53% de los trabajadores privados prefieren hacer sus compras con familiares ya que la opinión de ellos también es importante, el 39% prefiere comprar solo para escoger el modelo a su gusto y preferencia, y el 8% hace sus compras con amigos.

5. Las siguientes preguntas corresponden a las características que usted prefiere de los productos en base a neumáticos reciclados. Señale las opciones a su elección.

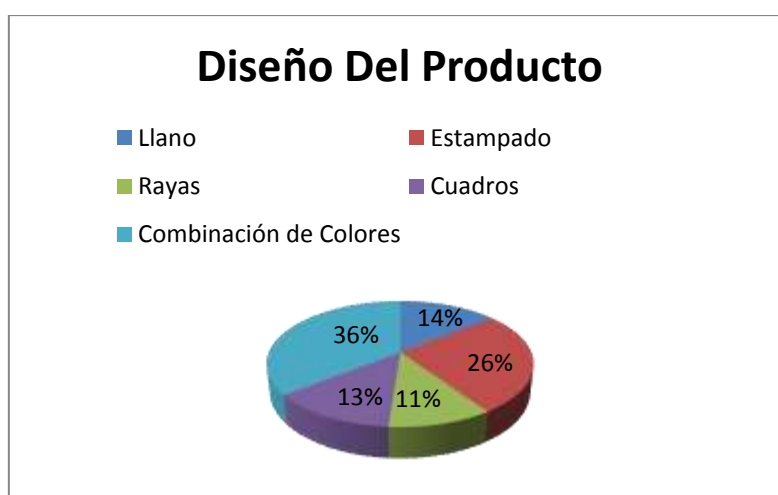
Tabla 53. Diseño de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Llano	12	14%
Estampado	22	26%
Rayas	9	11%
Cuadros	11	13%
Combinación de Colores	30	36%
Total	84	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 51. Diseño de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 36% de los trabajadores privados prefieren que los diseños de los productos en base a neumáticos reciclados sean en combinación de colores ya que estos diseños llaman la atención y son atractivos, el 26% prefiere que los artículos sean estampados de acuerdo a los gustos y preferencias del consumidor, el 14% prefiere modelos llanos el 13% prefiere a cuadros y el 12% prefiere a rayas debido a que se ve muy elegante en lugares rústicos.

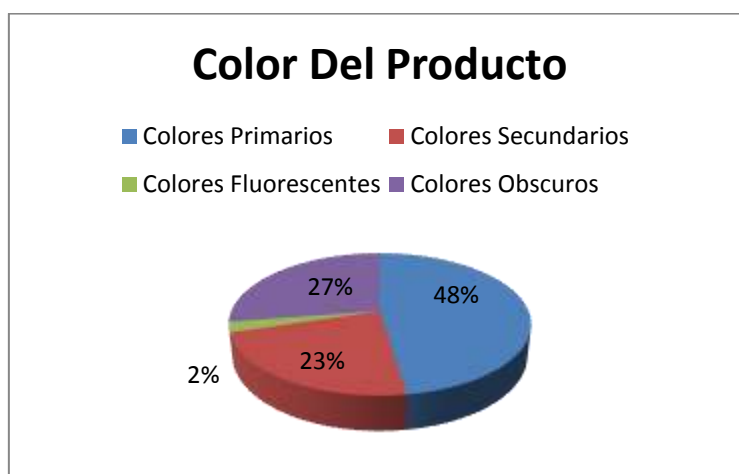
Tabla 54. Color de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Colores Primarios	40	48%
Colores Secundarios	19	23%
Colores Fluorescentes	2	2%
Colores Oscuros	23	27%
Total	84	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 52. Color de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 48% de los trabajadores privados de la ciudad de Ibarra prefieren comprar los productos en base a neumáticos reciclados en colores primarios debido a que estos colores son llamativos y muy elegantes, el 27% prefiere los colores oscuros, el 23% prefiere los colores secundarios y el 2% prefiere colores fluorescentes.

6. ¿Cuál cree que es el mejor medio para conocer un almacén de productos en base a neumáticos reciclados?

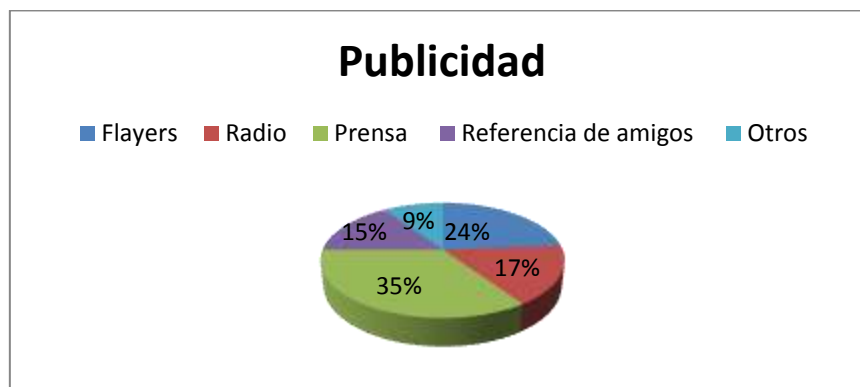
Tabla 55. Medio publicitario

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Flayers	20	24%
Radio	14	17%
Prensa	29	35%
Referencia de amigos	13	15%
Otros	8	9%
Total	84	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 53. Medio publicitario



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 35% de las encuestas realizadas a los trabajadores privados de la ciudad de Ibarra manifestaron que les gustaría conocer de la microempresa de productos en base a neumáticos reciclados por medio de prensa ya que en la actualidad hay mucha demanda de los periódicos locales, el 24% prefiere conocer los productos por medio de Flayers, el 17% prefiere conocerlos por medio de la radio, el 15% prefiere conocer los artículos por medio de la referencia de amigos y el 10% restante prefiere enterarse por otros medios como lo son redes sociales, internet o ferias.

7. ¿En caso de que usted compre productos en base a neumáticos reciclados. ¿por qué lo hace?

Tabla 56. Razón para adquirir los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Moda	11	13%
Calidad	20	24%
Durabilidad	16	19%
Cultura	14	17%
Gusto	30	36%
Precio	5	6%
Total	96	114%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 54. Razón para adquirir los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 36% de los trabajadores privados comprarían los productos en base a neumáticos reciclados por gusto ya que si le gusta el producto lo compran, el 24% adquiriría los artículos por calidad, el 19% compraría los productos por durabilidad, el 17% lo haría por cultura, el 13% adquiriría los artículos por moda y el 6% obtendría los productos por el precio.

8. ¿Qué red social utiliza usted con mayor frecuencia?

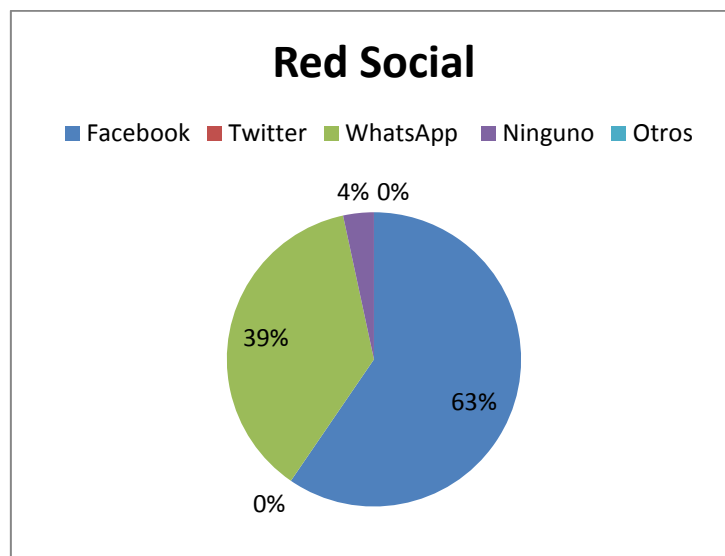
Tabla 57. Tipo de red social

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Facebook	53	63%
Twitter	0	0%
WhatsApp	33	39%
Ninguno	3	4%
Otros	0	0%
Total	89	106%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 55. Tipo de red social



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 63% de los trabajadores privados de la ciudad de Ibarra utilizan la red social de Facebook ya que por medio de esta se puede conocer las publicaciones de los negocios y de esta manera conocer de los productos y servicios que estas ofrecen, el 39% utiliza WhatsApp y el 4% de los trabajadores no utilizan ninguna red social.

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

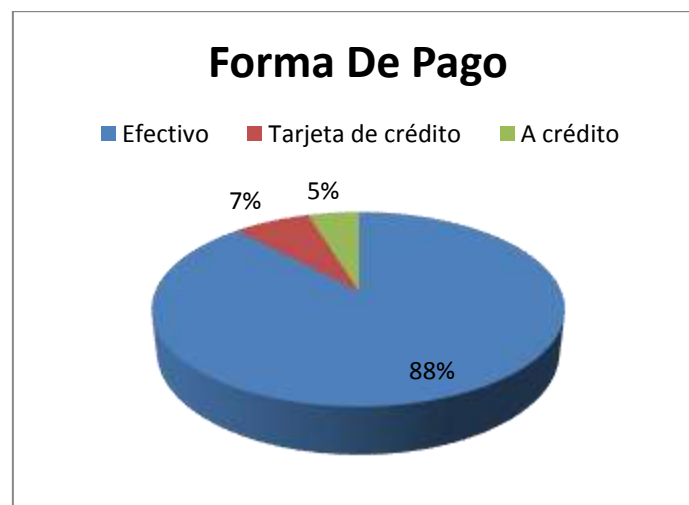
Tabla 58. Forma de pago

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Efectivo	74	88%
Tarjeta de crédito	6	7%
A crédito	4	5%
Total	84	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 56. Forma de pago



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 88% de los trabajadores privados para realizar sus compras lo hacen en efectivo debido a que esta forma de pago es más segura, el 7% de los trabajadores prefieren realizar sus compras con tarjeta de crédito y el 5% adquiere los productos por medio de un crédito.

10. ¿Cuál es la promoción que más le gustaría beneficiarse?

Tabla 59. Promociones por las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Descuentos	63	75%
Regalos por las compras	16	19%
Boletos para rifas	5	6%
Otros	0	0%
Total	84	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 57. Promociones por las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 75% de los trabajadores de privados prefieren recibir por sus compras descuentos debido a que con esto pueden adquirir un producto adicional, el 19% prefiere recibir por las compras regalos y el 6% le gustaría recibir por la adquisición de los productos boletos para rifas.

11. Si en la Ciudad de Ibarra se crearía una microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados a precios adecuados, ¿usted estaría en condiciones de comprar estos productos?

Tabla 60. Condición de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	84	69%
No	38	31%
Total	122	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 58. Condición de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 69% de los trabajadores privados están en condiciones de comprar los productos en base a neumáticos reciclados ya que esto ayuda a disminuir la contaminación ambiental y el 31% no está en condiciones de adquirir dichos productos debido a que no tienen espacio suficiente en los hogares o negocios.

12. Las siguientes preguntas corresponden a la preferencia de compra de productos en base a neumáticos reciclados y la cantidad de compra según el producto de su elección:

Tabla 61. Preferencia del producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Asientos	17	20%
Maseteros	18	21%
Juegos Infantiles	15	18%
Cajas Lúdicas	17	20%
Pozos	19	22%
Total	86	101%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 59. Preferencia del producto



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 22% de los trabajadores privados de la ciudad de Ibarra prefieren comprar pozos ya que con estos pueden adornar los hogares o jardines, el 21% de los trabajadores privados prefieren maseteros para sus hogares, el 20% le gustaría adquirir cajas lúdicas y asientos, el 18% prefiere juegos infantiles para sus hijos.

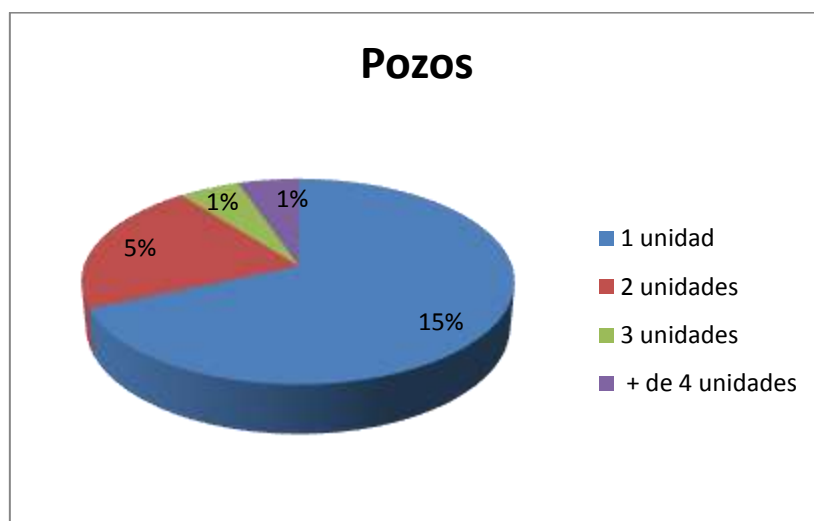
Tabla 62. Cantidad de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1 unidad	13	15%
2 unidades	4	5%
3 unidades	1	1%
+ de 4 unidades	1	1%
Total	19	22%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 60. Cantidad de productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 15% de los datos obtenidos en la preferencia del tipo de producto se llegó a determinar que los trabajadores privados comprarían 1 unidad al año, el 5% compraría 2 unidades y el 1% compraría 3 unidades y más de 4 unidades anuales.

3.7.4. Actividad Propia

Tabla 63. Segmento actividad propia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Trabajador Público	0	0%
Trabajador Privado	0	0%
Cuenta Propia	126	100%
Otros	0	0%
Total	126	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 61. Segmento actividad propia



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En la ciudad de Ibarra existen ciento veintiséis ocupaciones referentes a actividades propias.

1. ¿Usted compraría productos en base a neumáticos reciclados?

Tabla 64. Adquisición de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	113	90%
No	13	10%
Total	126	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 62. Adquisición de productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 90% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas están dispuestos a comprar los productos en base a neumáticos reciclados ya que esto ayuda a disminuir la contaminación ambiental y el 10% no está dispuesto a adquirir dichos productos debido a que no tienen espacio suficiente en los hogares o negocios.

2. ¿Con qué frecuencia compraría usted productos en base a neumáticos reciclados?

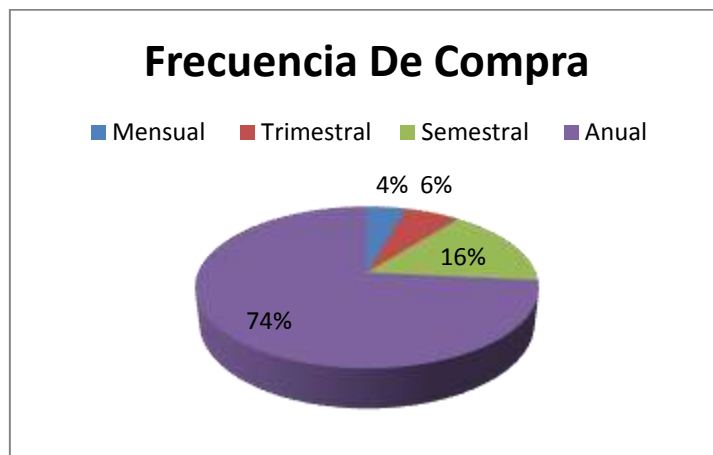
Tabla 65. Frecuencia de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mensual	5	4%
Trimestral	7	6%
Semestral	18	16%
Anual	83	74%
Total	113	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 63. Frecuencia de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 74% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas están dispuestos a adquirir los productos en base a neumáticos reciclados de manera anual ya que estos productos son de alta durabilidad por su materia prima, el 16% de los trabajadores estaría dispuesto adquirir los artículos semestralmente, el 6% compraría nuestros productos de manera trimestral y el 4% conseguiría los artículos decorativos de forma mensual.

3. De forma individual ¿cuánto es el presupuesto que mensualmente asignaría usted para la compra de productos en base a neumáticos reciclados?

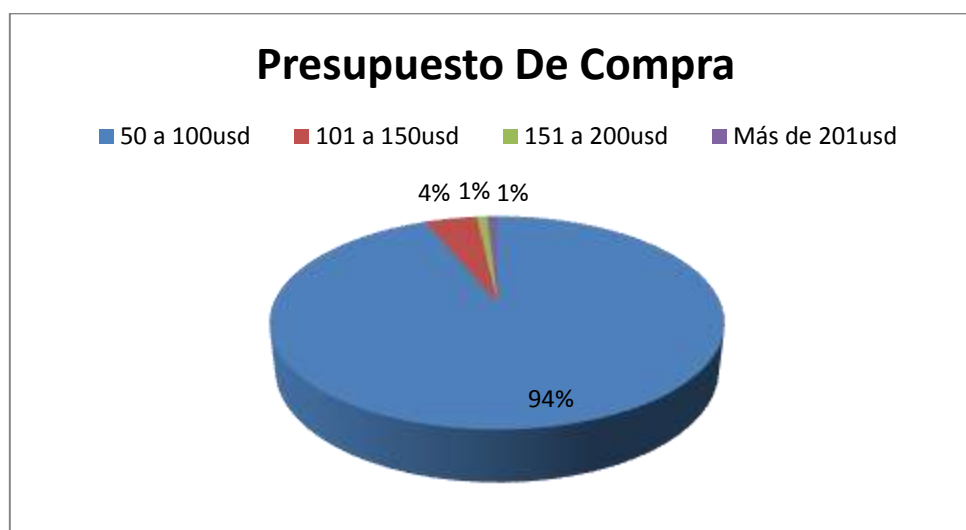
Tabla 66. Presupuesto mensual de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
50 a 100usd	106	94%
101 a 150usd	5	4%
151 a 200usd	1	1%
Más de 201usd	1	1%
Total	113	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 64. Presupuesto mensual de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 94% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas designan un presupuesto de compra de \$50 - \$100 para la adquisición de los productos en base a neumáticos reciclados, el 4% establece un presupuesto de \$101 – \$150, el 1% presupuesta de \$151 - \$200 y el 1% restante de los trabajadores presupuesta más de \$200.

4. ¿Al realizar sus compras de productos en base a neumáticos reciclados, ¿con quién lo hace?

Tabla 67. Persona con la que realiza las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Familiares	47	42%
Amigas/os	4	3%
Solas/os	62	55%
Total	113	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 65. Persona con la que realiza las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 55% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas prefieren ir a realizar sus compras solas debido a que son ellos los que establecen la compra de acuerdo a sus gustos y preferencias, el 42% realiza sus adquisiciones con familiares y el 3% acude a comprar con amigos.

5. Las siguientes preguntas corresponden a las características que usted prefiere de los productos en base a neumáticos reciclados. Señale las opciones a su elección.

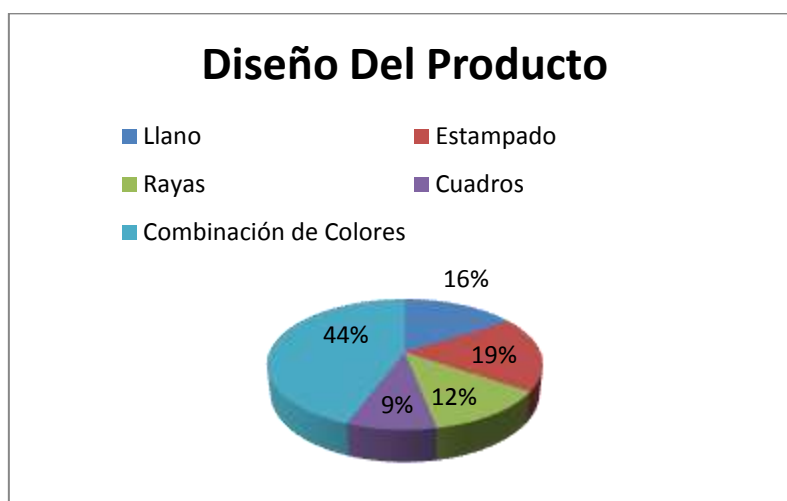
Tabla 68. Diseño de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Llano	18	16%
Estampado	21	19%
Rayas	14	12%
Cuadros	10	9%
Combinación de Colores	50	44%
Total	113	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 66. Diseño de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 44% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas prefieren comprar productos en base a neumáticos reciclados con diseños que contengan combinación de colores ya que estos modelos son llamativos y atractivos para el cliente, el 19% prefiere productos con estampados, el 16% prefiere artículos llanos, el 12% le gustaría adquirir productos que contengan rayas y el 9% restante prefiere los artículos con diseño de cuadros.

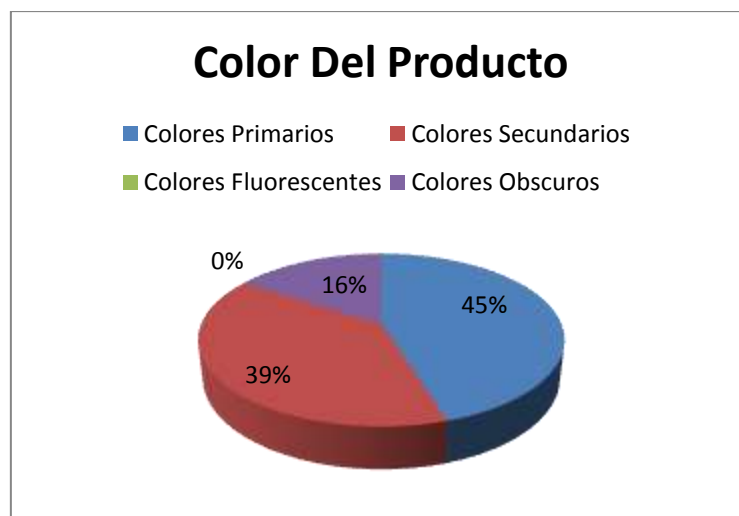
Tabla 69. Color de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Colores Primarios	51	45%
Colores Secundarios	44	39%
Colores Fluorescentes	0	0%
Colores Oscuros	18	16%
Total	113	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 67. Color de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 39% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas prefieren comprar los productos en base a neumáticos reciclados en colores primarios debido a que estos colores son llamativos y atractivos al cliente, al 39% de los trabajadores le gustaría adquirir los artículos en colores secundarios y el 16% restante prefiere que los productos sean en colores oscuros.

6. ¿Cuál cree que es el mejor medio para conocer un almacén de productos en base a neumáticos reciclados?

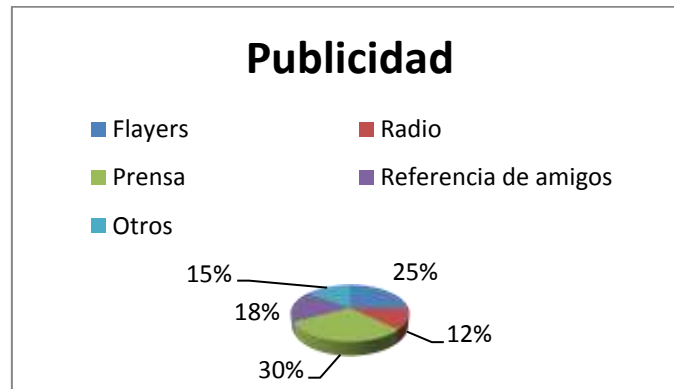
Tabla 70. Medio publicitario

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Flayers	28	25%
Radio	14	12%
Prensa	34	30%
Referencia de amigos	20	18%
Otros	17	15%
Total	113	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 68. Medio publicitario



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 30% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas manifestaron que les gustaría conocer de la microempresa de productos en base a neumáticos reciclados mediante la prensa ya que en la actualidad hay mucha demanda de los periódicos locales, el 25% prefiere conocer los productos por medio de Flayers, el 18% prefiere conocerlos por medio de referencia de amigos, el 15% prefiere enterarse de la microempresa por otros medios como lo son redes sociales, videos, internet, catálogos, televisión, feria o exhibiciones y el 12% prefiere conocer los productos por medio de la radio.

7. ¿En caso de que usted compre productos en base a neumáticos reciclados. ¿por qué lo hace?

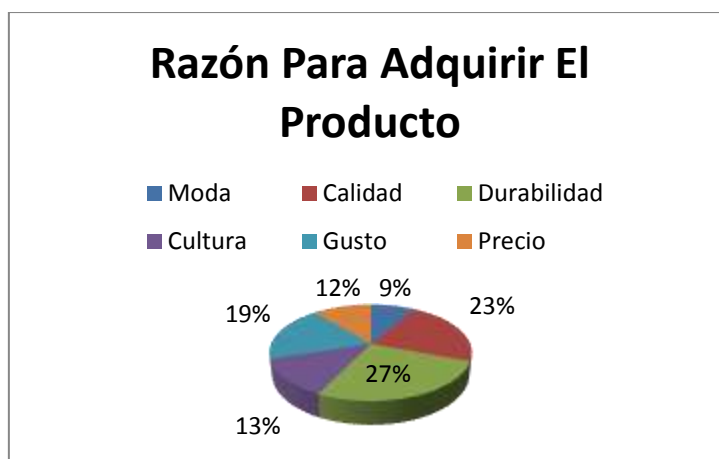
Tabla 71. Razón para adquirir los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Moda	10	9%
Calidad	26	23%
Durabilidad	31	27%
Cultura	15	13%
Gusto	22	19%
Precio	13	12%
Total	117	104%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 69. Razón para adquirir los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 27% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas les gustaría adquirir los productos en base a neumáticos reciclados por la durabilidad que estos tienen, el 23% compraría los artículos por la calidad que estos poseen, el 19% adquiriría los productos por gusto ya que si al cliente le gusta lo compra, el 13% de los trabajadores compraría los productos por cultura, el 12% haría la adquisición por el precio y el 9% realizaría las compras de los productos por moda.

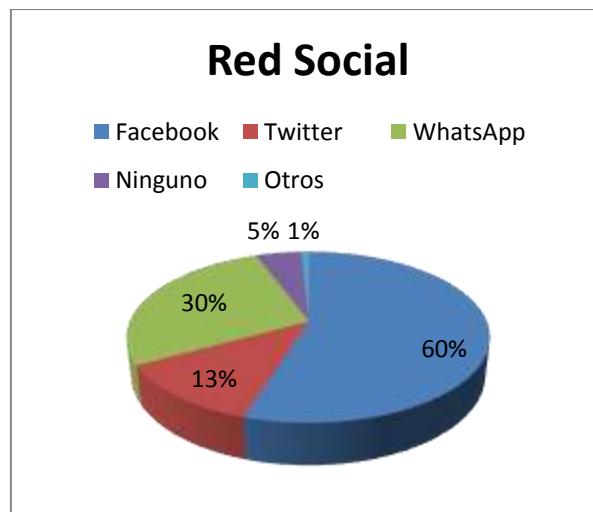
8. ¿Qué red social utiliza usted con mayor frecuencia?

Tabla 72. Tipo de red social

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Facebook	68	60%
Twitter	15	13%
WhatsApp	34	30%
Ninguno	6	5%
Otros	1	1%
Total	124	110%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 70. Tipo de red social



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 60% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas de la ciudad de Ibarra utilizan la red social de Facebook ya que por este medio se puede conocer de los productos o servicios que las entidades ofrecen a la ciudadanía, el 30% utiliza la red de WhatsApp, el 13% de los trabajadores utilizan la red social de Twitter, el 5% de los trabajadores no utilizan ninguna red social y el 1% utiliza otra red social como es el Instagram.

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

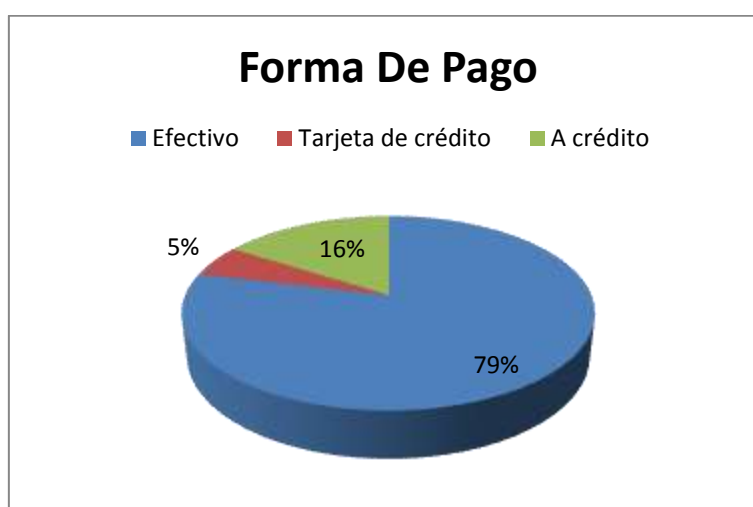
Tabla 73. Forma de pago

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Efectivo	89	79%
Tarjeta de crédito	6	5%
A crédito	18	16%
Total	113	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 71. Forma de pago



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 79% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas al momento de realizar las compras lo hacen en efectivo ya que esta forma de pago es la más segura, el 16% realiza sus compras mediante un crédito y el 5% hace sus adquisiciones por medio de tarjeta de crédito.

10. ¿Cuál es la promoción que más le gustaría beneficiarse?

Tabla 74. Promociones por las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Descuentos	77	68%
Regalos por las compras	34	30%
Boletos para rifas	1	1%
Otros	1	1%
Total	113	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 72. Promociones por las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 68% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas prefieren que al momento de realizar sus compras se le proporcione un descuento ya que con esto pueden adquirir un producto adicional, el 30% prefiere que por la adquisición de cualquier artículo se les entregue un regalo, el 1% le gustaría recibir por las compras boletos para rifas y el 1% prefiere otros incentivos de compra como las promociones del 2x1.

11. Si en la Ciudad de Ibarra se crearía una microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados a precios adecuados, ¿usted estaría en condiciones de comprar estos productos?

Tabla 75. Condición de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	113	90%
No	13	10%
Total	126	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 73. Condición de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 90% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas están en condiciones de comprar los productos en base a neumáticos reciclados ya que esto ayuda a disminuir la contaminación ambiental y el 10% no está en condiciones de adquirir dichos productos debido a que no tienen espacio suficiente en los hogares o negocios.

12. Las siguientes preguntas corresponden a la preferencia de compra de productos en base a neumáticos reciclados y la cantidad de compra según el producto de su elección:

Tabla 76. Preferencia del producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Asientos	17	15%
Maseteros	12	10%
Juegos Infantiles	29	25%
Cajas Lúdicas	29	25%
Pozos	31	27%
Total	117	102%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 74. Preferencia Del producto



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

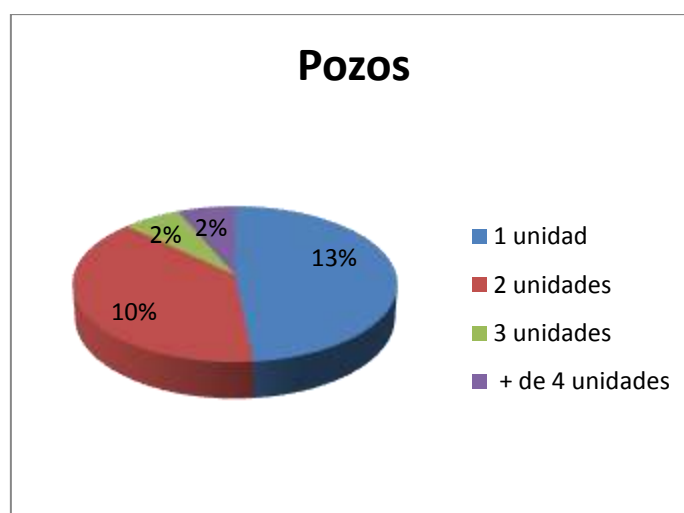
El 27% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas de la ciudad de Ibarra prefieren comprar pozos ya que estos sirven para decorar sus hogares o jardines, el 25% le gustaría adquirir juegos infantiles y cajas lúdicas, el 15% quisiera comprar asientos ya que son cómodos y confortables, el 10% prefiere adquirir maseteros para adornar sus hogares.

Tabla 77. Cantidad de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1 unidad	15	13%
2 unidades	12	10%
3 unidades	2	2%
+ de 4 unidades	2	2%
Total	31	27%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 75. Cantidad de productos



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 13% de los trabajadores que se dedican a sus propias actividades económicas les gustaría comprar 1 unidad de pozos, el 10% compraría 2 unidades, el 2% le gustaría adquirir 3 unidades y más de 4 unidades al año.

3.7.5. Otros

Tabla 78. Segmento Otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora)

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Trabajador Público	0	0%
Trabajador Privado	0	0%
Cuenta Propia	0	0%
Otros	78	100%
Total	78	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 76. Segmento otros

(Jornalero, trabajador no remunerado, empleada doméstica, se ignora)



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En la ciudad de Ibarra existen setenta y ocho ocupaciones referentes a otros como son: Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora.

1. ¿Usted compraría productos en base a neumáticos reciclados?

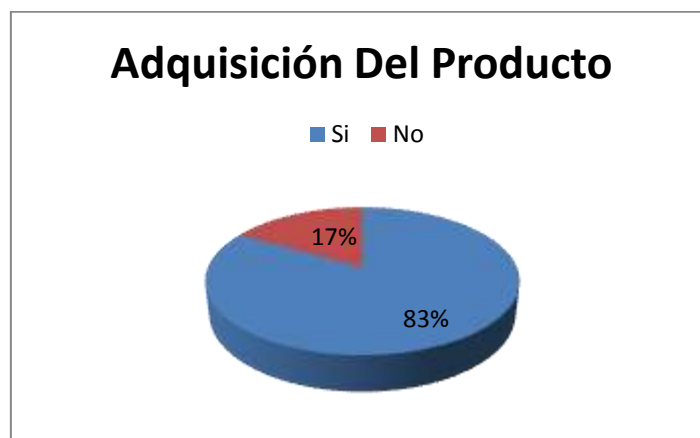
Tabla 79. Adquisición de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	65	83%
No	13	17%
Total	78	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 77. Adquisición de productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 83% de los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) están dispuestos a comprar los productos en base a los neumáticos reciclados ya que esto ayuda a disminuir la contaminación ambiental y el 17% no está dispuesto a adquirir dichos productos debido a que no tienen espacio suficiente en los hogares o negocios.

2. ¿Con qué frecuencia compraría usted productos en base a neumáticos reciclados?

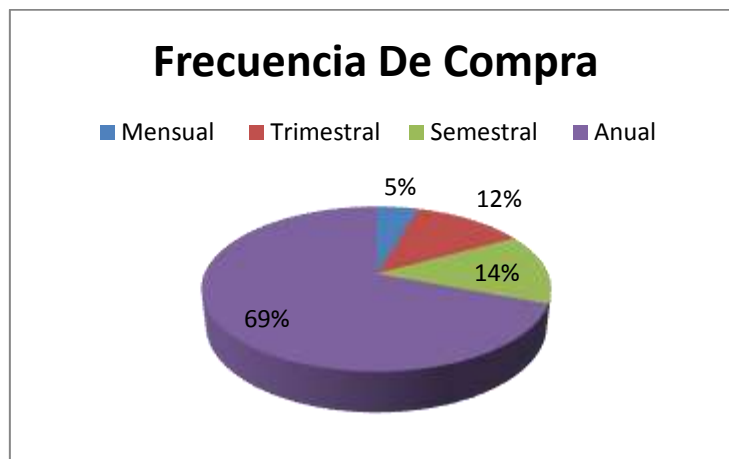
Tabla 80. Frecuencia de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mensual	3	5%
Trimestral	8	12%
Semestral	9	14%
Anual	45	69%
Total	65	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 78. Frecuencia de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 69% de los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) están dispuestos a adquirir los productos en base a neumáticos reciclados de forma anual ya que estos productos son de alta durabilidad, el 14% está dispuesto a comprar nuestros productos de manera semestral, el 12% adquirirá los artículos de manera trimestral y el 5% compraría los productos de manera mensual.

3. De forma individual ¿cuánto es el presupuesto que mensualmente asignaría usted para la compra de productos en base a neumáticos reciclados?

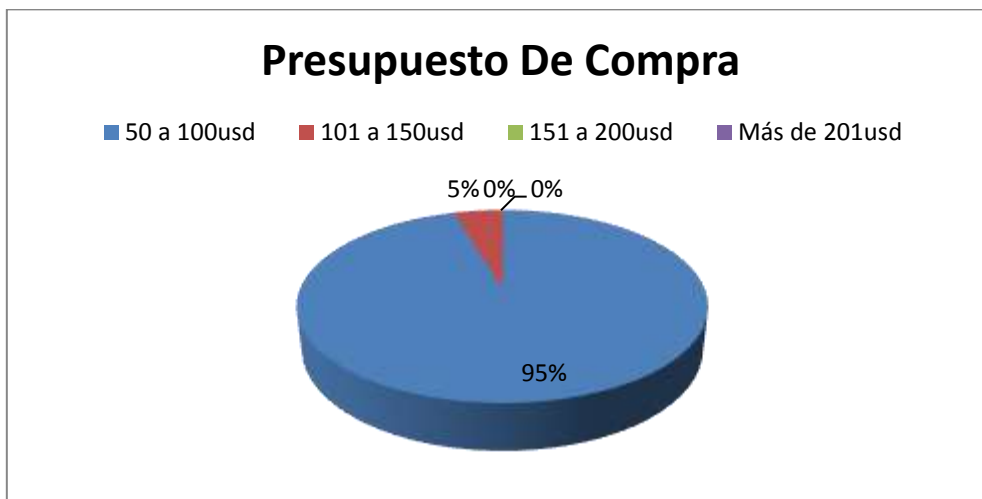
Tabla 81. Presupuesto mensual de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
50 a 100usd	62	95%
101 a 150usd	3	5%
151 a 200usd	0	0%
Más de 201usd	0	0%
Total	65	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 79. Presupuesto mensual de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 95% de las encuestas realizadas a los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) de la ciudad de Ibarra se pudo establecer que el presupuesto que establecen para la compra de los productos en base a neumáticos reciclados es de \$50 - \$100, el 5% de los trabajadores presupuesta de \$101 – \$150 para dicha adquisición.

4. ¿Al realizar sus compras de productos en base a neumáticos reciclados, ¿con quién lo hace?

Tabla 82. Persona con la que realiza las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Familiares	27	41%
Amigas/os	3	5%
Solas/os	35	54%
Total	65	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 80. Persona con la que realiza las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 54% de los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) prefieren realizar sus compras solos debido a que ellos son los que eligen el diseño del producto según sus gustos y preferencias, al 41% de los trabajadores les gusta ir de compras con sus familiares y 5% le gustaría ir con amigos.

5. Las siguientes preguntas corresponden a las características que usted prefiere de los productos en base a neumáticos reciclados. Señale las opciones a su elección.

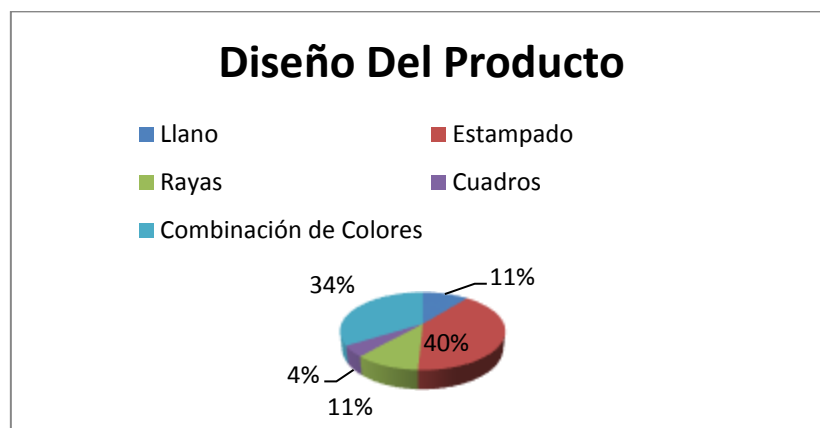
Tabla 83. Diseño de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Llano	7	11%
Estampado	26	40%
Rayas	7	11%
Cuadros	3	4%
Combinación de Colores	22	34%
Total	65	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 81. Diseño de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 40% de los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) prefieren comprar los productos en base a neumáticos reciclados con diseños estampados según los gustos y preferencias de los clientes, el 34% prefiere que sean en combinación de colores, el 11% les gustaría que los artículos sean llanos, el 11% prefiere que estos productos sean a rayas y el 4% de los trabajadores les gustaría que los productos sean a cuadros.

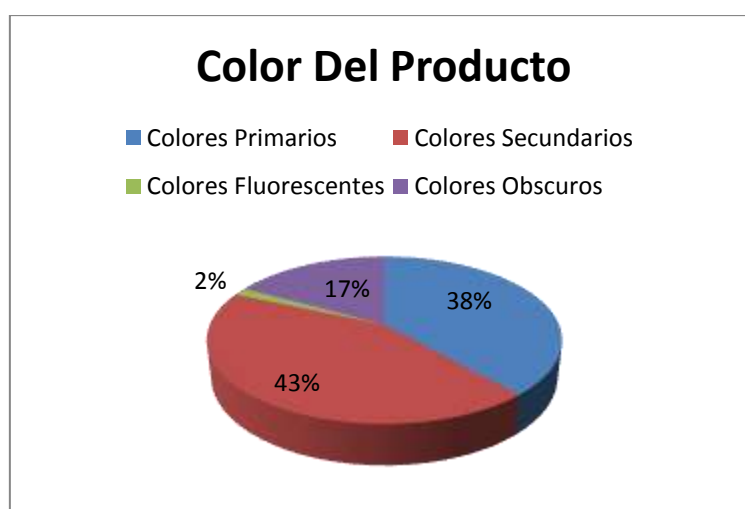
Tabla 84. Color de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Colores Primarios	25	38%
Colores Secundarios	28	43%
Colores Fluorescentes	1	2%
Colores Oscuros	11	17%
Total	65	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 82. Color de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 43% de los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) de la ciudad de Ibarra prefieren comprar los productos en base a neumáticos reciclados en colores secundarios ya que son agradables a la vista, el 38% prefiere adquirir los productos en base a colores primarios, el 17% de los trabajadores prefiere colores oscuros y el 2% restante de los trabajadores prefiere colores fluorescentes.

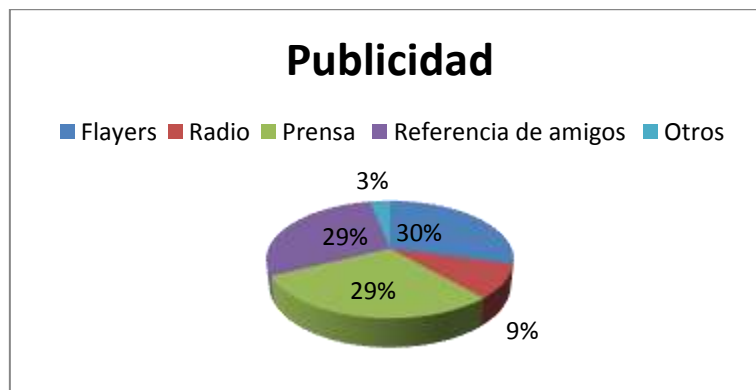
6. ¿Cuál cree que es el mejor medio para conocer un almacén de productos en base a neumáticos reciclados?

Tabla 85. Medio publicitario

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Flayers	19	30%
Radio	6	9%
Prensa	19	29%
Referencia de amigos	19	29%
Otros	2	3%
Total	65	100%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 83. Medio publicitario



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 30% de las encuestas realizadas a los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) de la ciudad de Ibarra les gustaría conocer de la microempresa de productos en base a neumáticos reciclados por medio de los Flayers ya que por este medio se puede llegar a la mayoría de la ciudadanía, el 29% prefiere conocer de nuestros productos mediante la referencia de amigos, el 29% de los trabajadores les gustaría conocer los artículos mediante prensa, el 9% prefiere conocer a la microempresa mediante la radio y el 3% prefiere enterarse de los artículos por otros medios publicitarios como lo son las redes sociales.

7. ¿En caso de que usted compre productos en base a neumáticos reciclados. ¿por qué lo hace?

Tabla 86. Razón para adquirir los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Moda	4	6%
Calidad	14	22%
Durabilidad	20	31%
Cultura	11	17%
Gusto	8	12%
Precio	14	22%
Total	71	109%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 84. Razón para adquirir los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 31% de los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) estarían dispuestos a adquirir los productos en base a neumáticos reciclados por la durabilidad que estos poseen, el 22% adquiriría los artículos por la calidad, el 22% compraría los productos por el precio, el 17% adquiere los artículos por cultura ayudando a disminuir la contaminación ambiental y el 5% realiza sus compras de estos productos por moda.

8. ¿Qué red social utiliza usted con mayor frecuencia?

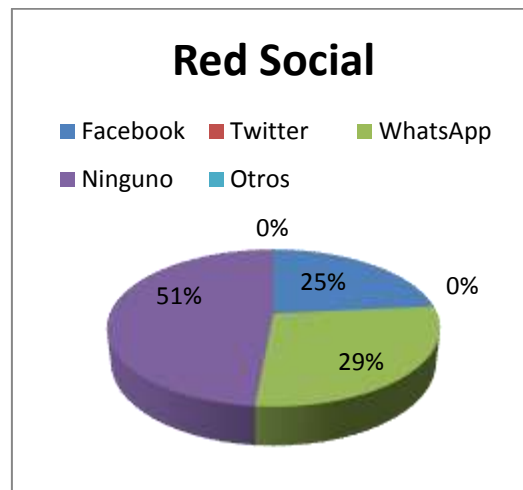
Tabla 87. Tipo de red social

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Facebook	16	25%
Twitter	0	0%
WhatsApp	19	29%
Ninguno	33	51%
Otros	0	0%
Total	68	105%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 85. Tipo de red social



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 51% de los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) de la ciudad de Ibarra no utilizan ninguna red, el 29% de los trabajadores utiliza la red de WhatsApp y el 25% de los trabajadores utiliza la red de Facebook ya que por este medio se puede visualizar las publicaciones de los productos o servicios que las entidades ofrecen.

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

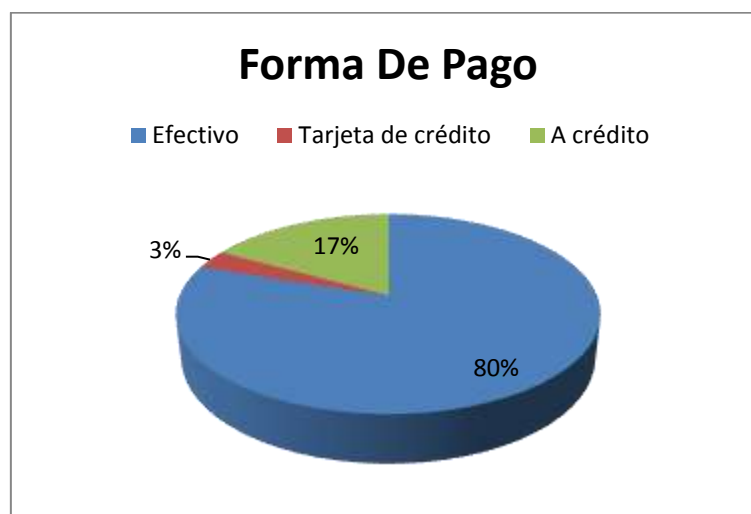
Tabla 88. Forma de pago

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Efectivo	52	80%
Tarjeta de crédito	2	3%
A crédito	11	17%
Total	65	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 86. Forma de pago



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 80% de los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) al momento de realizar sus compras la forma de pago que estos utilizan es en efectivo ya que esta manera de pago es la más segura, el 17% de los trabajadores realizan sus adquisiciones mediante un crédito y el 3% realiza sus compras con tarjeta de crédito.

10. ¿Cuál es la promoción que más le gustaría beneficiarse?

Tabla 89. Promociones por las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Descuentos	37	57%
Regalos por las compras	22	34%
Boletos para rifas	6	9%
Otros	0	0%
Total	65	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 87. Promociones por las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 57% de los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) prefieren que al momento de realizar sus compras la microempresa les proporcione descuentos para de esta manera poder adquirir algún producto adicional, el 34% de los trabajadores prefiere que se les entregue un regalo por las compras y el 9% le gustaría recibir boletos para rifas.

11. Si en la Ciudad de Ibarra se crearía una microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados a precios adecuados, ¿usted estaría en condiciones de comprar estos productos?

Tabla 90. Condición de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	65	83%
No	13	17%
Total	78	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 88. Condición de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 83% de los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) están en condiciones de comprar los productos en base a los neumáticos reciclados ya que esto ayuda a disminuir la contaminación ambiental y el 17% no está en condiciones de adquirir dichos productos debido a que no tienen espacio suficiente en los hogares o negocios.

12. Las siguientes preguntas corresponden a la preferencia de compra de productos en base a neumáticos reciclados y la cantidad de compra según el producto de su elección:

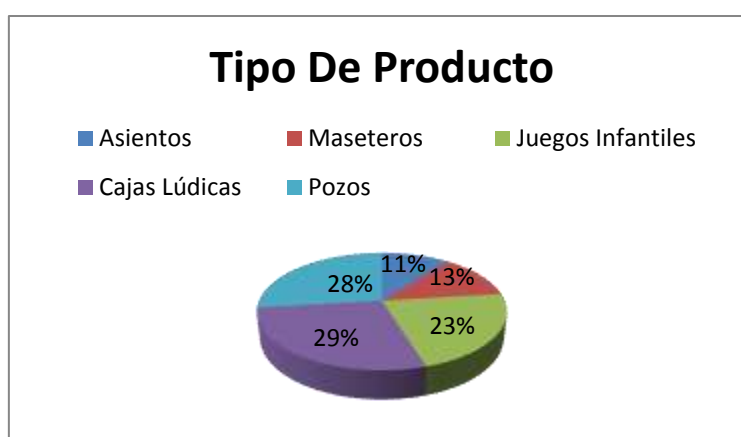
Tabla 91. Preferencia del producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Asientos	7	11%
Maseteros	9	13%
Juegos Infantiles	15	23%
Cajas Lúdicas	19	29%
Pozos	19	28%
Total	70	104%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 89. Preferencia de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 28% de los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) de la ciudad de Ibarra prefieren comprar cajas lúdicas para sus hijos pequeños, el 38% prefiere adquirir pozos para decorar su hogar, el 23% desearía comprar juegos infantiles, el 13% prefiere comprar maseteros y el 11% le gustaría adquirir asientos ya que son confortables.

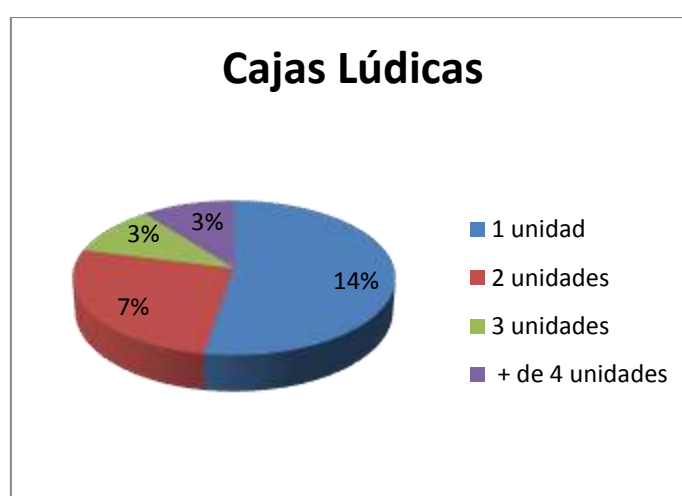
Tabla 92. Cantidad de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1 unidad	10	15%
2 unidades	5	8%
3 unidades	2	3%
+ de 4 unidades	2	3%
Total	19	29%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 90. Cantidad de productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 1% de los datos obtenidos en la preferencia del tipo de producto se llegó a determinar que los trabajadores de otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Señora) estarían dispuestos a adquirir 1 unidad de cajas lúdicas, el 8% compraría 2 unidades, y el 3% adquiriría 3 unidades y más de 4 unidades anuales.

3.7.6. Género Masculino

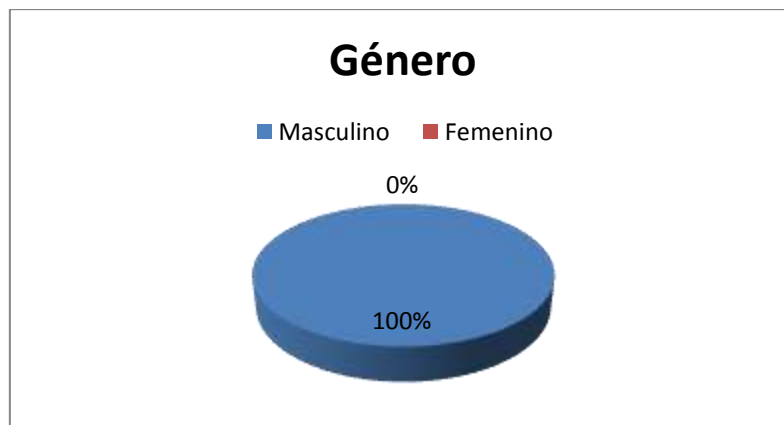
Tabla 93. Segmento género masculino

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Masculino	158	100%
Femenino	0	0%
Total	158	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 91. Segmento género femenino



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En la ciudad de Ibarra existen ciento cincuenta y ocho personas de género masculino.

1. ¿Usted compraría productos en base a neumáticos reciclados?

Tabla 94. Adquisición de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	120	76%
No	38	24%
Total	158	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 92. Adquisición de productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 76% de las personas encuestadas de género masculino están dispuestos a comprar los productos en base a los neumáticos reciclados ya que esto ayuda a disminuir la contaminación ambiental y el 24% no está dispuesto a adquirir dichos productos debido a que no tienen espacio suficiente en los hogares o negocios.

2. ¿Con qué frecuencia compraría usted productos en base a neumáticos reciclados?

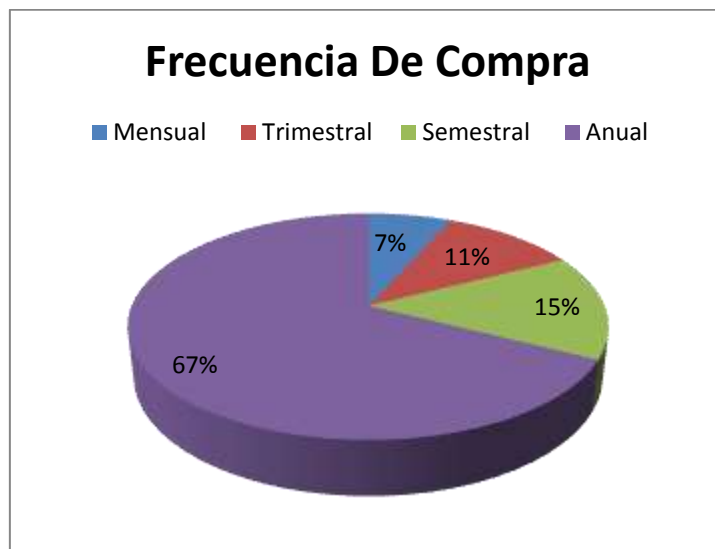
Tabla 95. Frecuencia de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mensual	8	7%
Trimestral	13	11%
Semestral	18	15%
Anual	81	67%
Total	120	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 93. Frecuencia de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 67% de las personas encuestadas de género masculino están dispuestos a adquirir los productos en base a neumáticos reciclados de manera anual ya que estos productos son de alta durabilidad, el 15% compraría los artículos de manera semestral, el 11% estaría dispuesto a adquirir los productos de forma trimestral y el 7% acudiría a comprar los artículos de manera mensual.

3. De forma individual ¿cuánto es el presupuesto que mensualmente asignaría usted para la compra de productos en base a neumáticos reciclados?

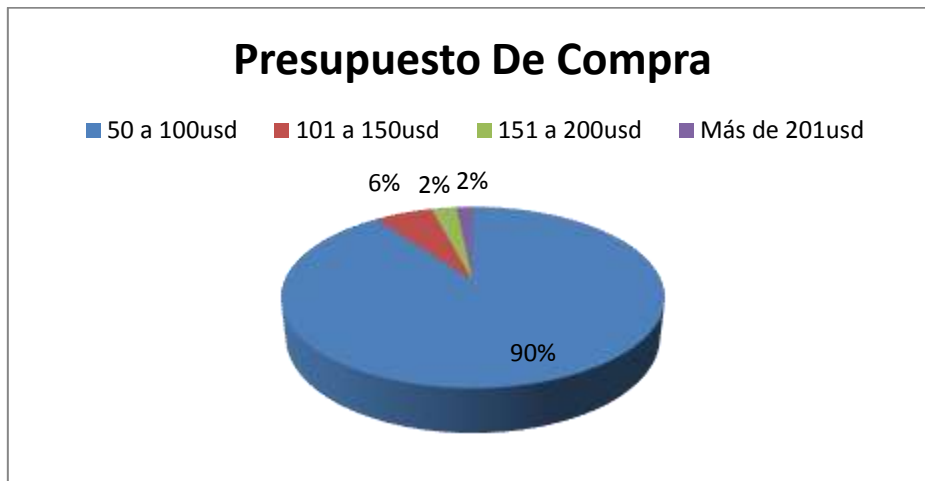
Tabla 96. Presupuesto mensual de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
50 a 100usd	108	90%
101 a 150usd	7	6%
151 a 200usd	3	3%
Más de 201usd	2	2%
Total	120	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 94. Presupuesto mensual de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 90% de las encuestas realizadas a las personas de género masculino de la ciudad de Ibarra se pudo establecer que el presupuesto que se asigna para la compra de productos en base a neumáticos reciclados es de \$50 - \$100 este valor estipulado es para adquirir varios productos, el 6% presupuesta de \$101 – \$150, el 2% establece un presupuesto de \$151 - \$200 para la compra de los artículos y el 2% designa un presupuesto de \$200.

4. ¿Al realizar sus compras de productos en base a neumáticos reciclados, ¿con quién lo hace?

Tabla 97. Persona con la que realiza las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Familiares	56	47%
Amigas/os	10	8%
Solas/os	54	45%
Total	120	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 95. Persona con la que realiza las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 47% de las personas de género masculino prefieren realizar sus compras con familiares ya que la opinión de ellos también es importante, el 45% le gusta ir de compras solo y el 8% acude hacer sus adquisiciones de productos con amigos.

5. Las siguientes preguntas corresponden a las características que usted prefiere de los productos en base a neumáticos reciclados. Señale las opciones a su elección.

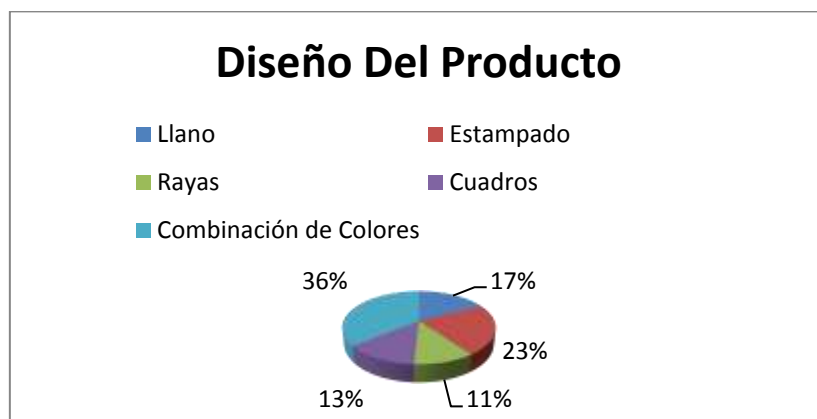
Tabla 98. Diseño de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Llano	21	17%
Estampado	27	23%
Rayas	13	11%
Cuadros	16	13%
Combinación de Colores	43	36%
Total	120	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 96. Diseño de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 36% de las personas encuestadas de género masculino prefieren comprar los productos en base a neumáticos reciclados es con diseños en los cuales exista la combinación de colores, el 23% del género masculino le gustaría adquirir los artículos con diseños estampados según los gustos y preferencias del cliente, el 17% adquiriría los artículos con modelos llanos, el 13% del género masculino le gusta los modelos de cuadros y el 11% prefiere adquirir los artículos con diseño de rayas.

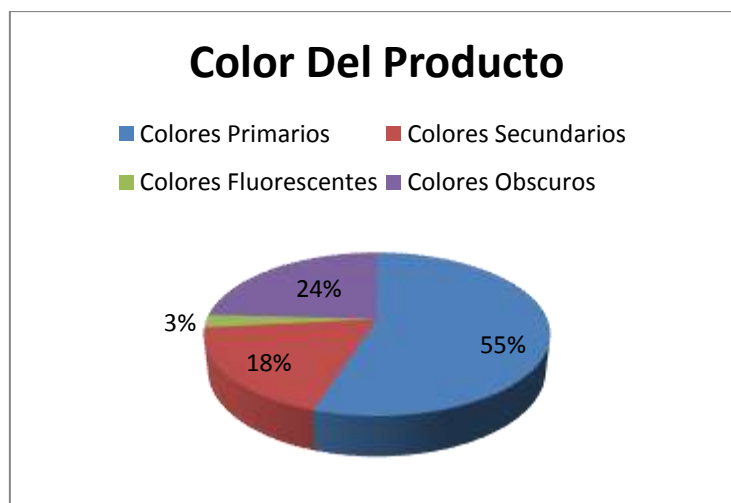
Tabla 99. Color de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Colores Primarios	66	55%
Colores Secundarios	22	18%
Colores Fluorescentes	3	3%
Colores Oscuros	29	24%
Total	120	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 97. Color de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 55% de las personas encuestadas de género masculino de la ciudad de Ibarra prefieren comprar los productos en base a neumáticos reciclados en colores primarios debido a que estos colores son llamativos y atractivos al cliente, el 24% prefiere los artículos con colores oscuros, el 18% le gustaría adquirir los productos en colores secundarios y el 3% restante opta por comprar los productos en colores fluorescentes.

6. ¿Cuál cree que es el mejor medio para conocer un almacén de productos en base a neumáticos reciclados?

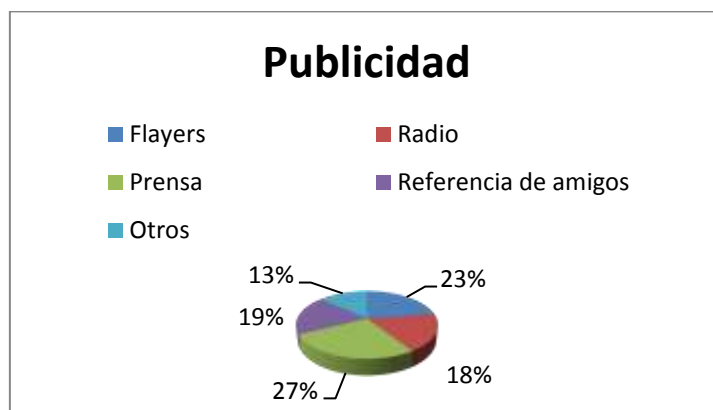
Tabla 100. Medio publicitario

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Flayers	27	23%
Radio	22	18%
Prensa	32	27%
Referencia de amigos	23	19%
Otros	16	13%
Total	120	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 98. Medio publicitario



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 27% de las encuestas realizadas a las personas de género masculino de la ciudad de Ibarra prefieren conocer de la microempresa de productos en base a neumáticos reciclados por medio de la prensa ya que en la actualidad hay mucha demanda de los periódicos locales, el 23% prefiere conocer de los productos mediante Flayers, el 19% desearía conocer de los artículos por medio de la referencia de amigos, el 18% prefiere enterarse de la microempresa por medio de la radio y el 13% opta por conocerlos por otros medios publicitarios como son los puntos de exhibición, visual, ferias, redes sociales, internet, televisión o videos.

7. ¿En caso de que usted compre productos en base a neumáticos reciclados. ¿por qué lo hace?

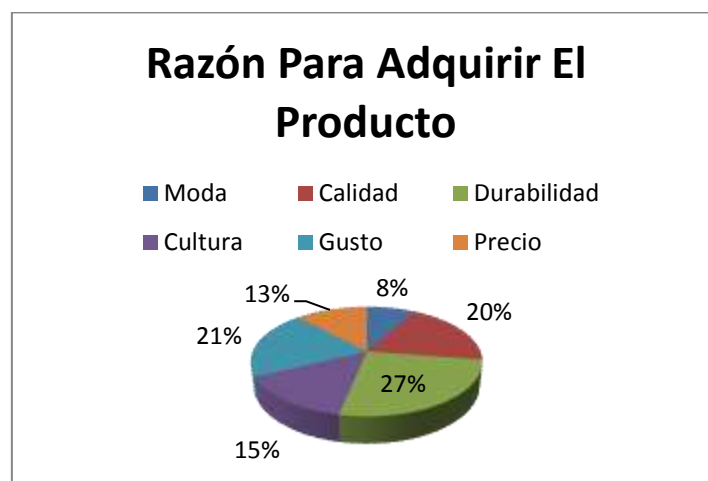
Tabla 101. Razón para adquirir los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Moda	10	8%
Calidad	24	20%
Durabilidad	32	27%
Cultura	18	15%
Gusto	25	21%
Precio	15	13%
Total	124	103%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 99. Razón para adquirir los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 27% de las personas encuestadas según el género masculino en la ciudad de Ibarra comprarían los productos en base a neumáticos reciclados por durabilidad que estos poseen, el 21% de los encuestados compraría los artículos por gusto, el 20% lo haría por calidad, el 15% compraría los productos por cultura, el 13% adquiere estos artículos por el precio y el 8% de los encuestados compraría los productos por moda.

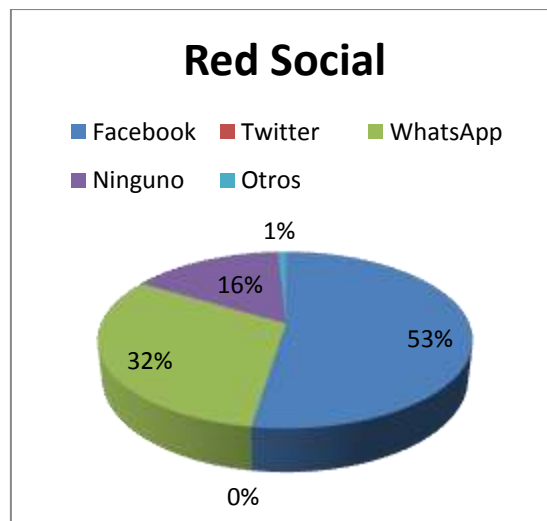
8. ¿Qué red social utiliza usted con mayor frecuencia?

Tabla 102. Tipo de red social

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Facebook	64	53%
Twitter	0	0%
WhatsApp	38	32%
Ninguno	19	16%
Otros	1	1%
Total	122	102%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 100. Tipo de red social



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 53% de las personas encuestadas de género masculino de la ciudad de Ibarra utilizan la red social de Facebook ya que por medio de esta red se puede visualizar los productos o servicios que las entidades ofrecen a la ciudadanía, el 32% utiliza WhatsApp, el 16% de los encuestados no utilizan ninguna red social y el 1% utiliza otra red social como es el Instagram.

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

Tabla 103. Forma de pago

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Efectivo	107	89%
Tarjeta de crédito	8	7%
A crédito	5	4%
Total	120	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 101. Forma de pago



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 89% de las personas de género masculino al realizar sus compras lo hacen en efectivo ya que esta es una de forma más segura al realizar un negocio, el 7% de los encuestados realizan sus adquisiciones con tarjeta de crédito y el 4% hace sus compras por medio de un crédito.

10. ¿Cuál es la promoción que más le gustaría beneficiarse?

Tabla 104. Promociones por las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Descuentos	90	75%
Regalos por las compras	26	22%
Boletos para rifas	4	3%
Otros	0	0%
Total	120	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 102. Promociones por las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 75% de las personas de género masculino de la ciudad de Ibarra prefieren recibir descuentos al momento de realizar sus compras ya que con esto pueden adquirir un producto adicional, el 22% prefiere que la microempresa entregue regalos por las compras, y el 3% de los encuestados le gustaría recibir boletos para rifas por la adquisición de los productos en base a neumáticos reciclados.

11. Si en la Ciudad de Ibarra se crearía una microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados a precios adecuados, ¿usted estaría en condiciones de comprar estos productos?

Tabla 105. Condición de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	120	76%
No	38	24%
Total	158	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 103. Condición de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 76% de las personas encuestadas de género masculino están en condiciones de comprar los productos en base a los neumáticos reciclados ya que esto ayuda a disminuir la contaminación ambiental y el 24% no está en condiciones de adquirir dichos productos debido a que no tienen espacio suficiente en los hogares o negocios.

12. Las siguientes preguntas corresponden a la preferencia de compra de productos en base a neumáticos reciclados y la cantidad de compra según el producto de su elección:

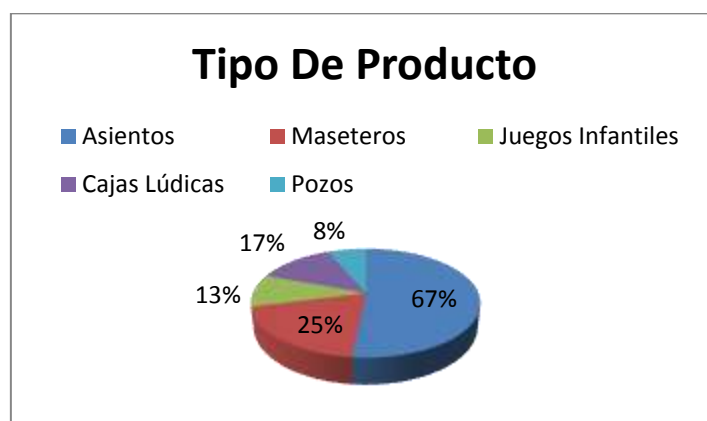
Tabla 106. Preferencia del producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Asientos	80	67%
Maseteros	30	25%
Juegos Infantiles	15	13%
Cajas Lúdicas	20	17%
Pozos	10	8%
Total	155	129%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 104. Preferencia del producto



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 67% de los encuestados de género masculino de la ciudad de Ibarra prefieren comprar asientos debido a su elegancia y su comodidad además que pueden ser utilizados para los hogares o para los lugares de trabajo, el 25% de los encuestados prefiere comprar maseteros, el 17% le gustaría adquirir cajas lúdicas, el 13% de las personas de género masculino le gustaría comprar juegos infantiles y el 8% estaría dispuesto a adquirir pozos decorativos para sus jardines.

Tabla 107. Cantidad de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1 unidad	40	33%
2 unidades	20	17%
3 unidades	15	13%
+ de 4 unidades	5	4%
Total	80	67%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 105. Cantidad de productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 33% de los datos obtenidos en la preferencia del tipo de producto se llegó a determinar que los encuestados de género masculino comprarían 1 unidad de asientos, el 17% está dispuesto a adquirir 2 unidades, el 13% estaría en condiciones de adquirir 3 unidades de asientos y el 4% de los encuestados compraría más de 4 unidades al año.

3.7.7. Género Femenino

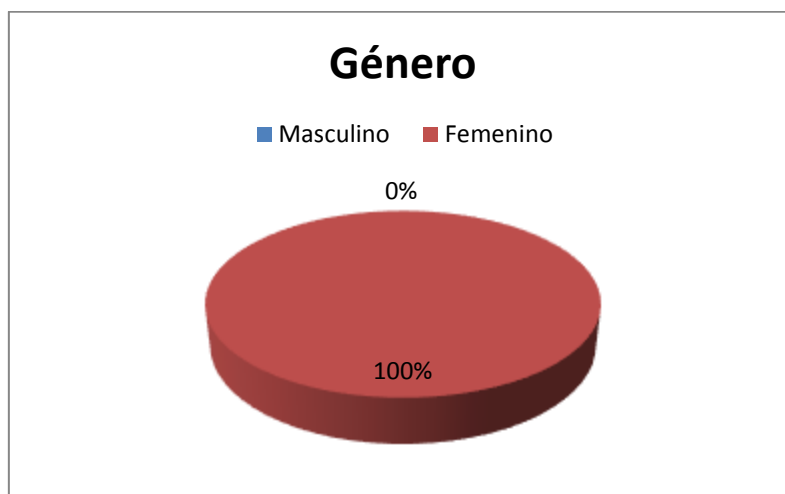
Tabla 108. Segmento género femenino

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Masculino	0	0%
Femenino	224	100%
Total	224	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 106. Segmento género femenino



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En la ciudad de Ibarra existen doscientos veinte y cuatro personas de género femenino.

1. ¿Usted compraría productos en base a neumáticos reciclados?

Tabla 109. Adquisición de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	189	84%
No	35	16%
Total	224	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 107. Adquisición de productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 84% de las personas encuestadas de género femenino están dispuestas a comprar los productos en base a los neumáticos reciclados ya que esto ayuda a disminuir la contaminación ambiental y el 16% no está dispuesto a adquirir dichos productos debido a que no tienen espacio suficiente en los hogares o negocios.

2. ¿Con qué frecuencia compraría usted productos en base a neumáticos reciclados?

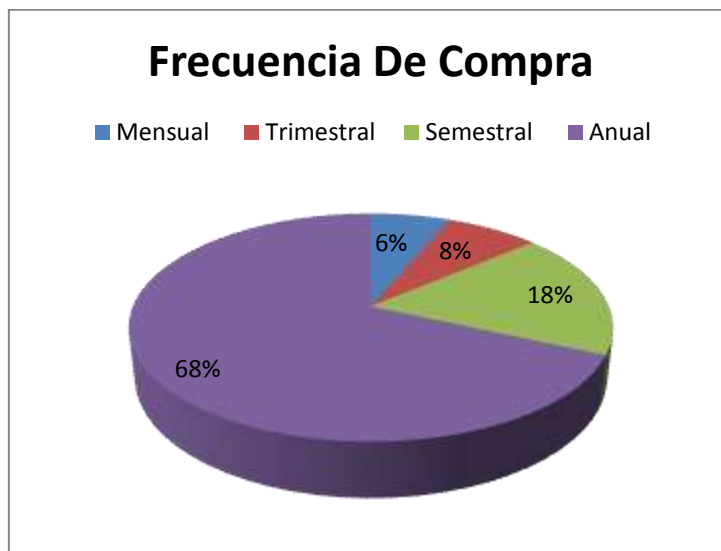
Tabla 110. Frecuencia de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mensual	12	6%
Trimestral	14	8%
Semestral	34	18%
Anual	129	68%
Total	189	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 108. Frecuencia de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 68% de las personas encuestadas de género femenino están dispuestas a adquirir los productos en base a neumáticos reciclados de manera anual debido a que estos artículos no se dañan rápidamente y son de alta durabilidad, el 18% adquiriría los productos de forma semestral, el 8% de las encuestadas compraría los artículos de manera trimestral y el 6% lo haría de forma mensual.

3. De forma individual ¿cuánto es el presupuesto que mensualmente asignaría usted para la compra de productos en base a neumáticos reciclados?

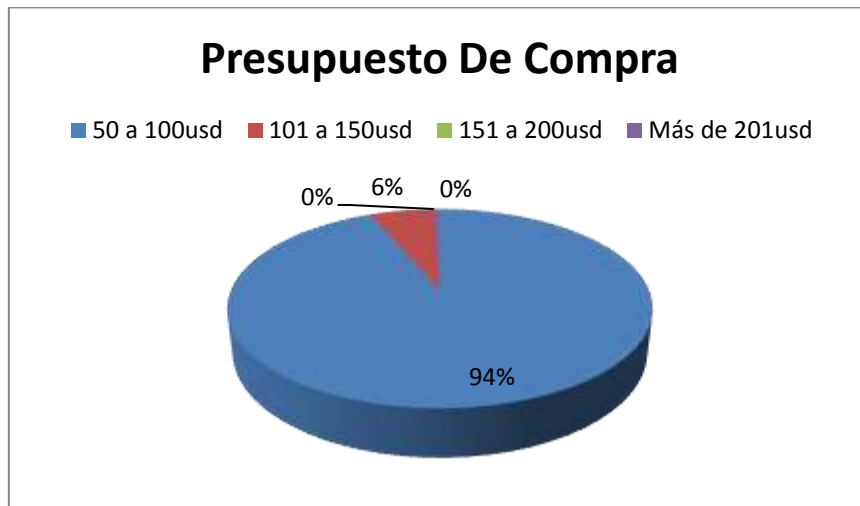
Tabla 111. Presupuesto mensual de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
50 a 100usd	177	94%
101 a 150usd	11	6%
151 a 200usd	0	0%
Más de 201usd	1	0%
Total	189	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 109. Presupuesto mensual de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 94% de las encuestas realizadas a las personas de género femenino de la ciudad de Ibarra manifestaron que el presupuesto establecido para la compra de productos en base a neumáticos reciclados es de \$50 - \$100 y el 6% de las encuestadas presupuesta \$101 – \$150 para dicha adquisición.

4. ¿Al realizar sus compras de productos en base a neumáticos reciclados, ¿con quién lo hace?

Tabla 112. Persona con la que realiza las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Familiares	94	50%
Amigas/os	15	8%
Solas/os	80	42%
Total	189	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 110. Persona con la que realiza las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 50% de las personas de género femenino prefieren ir a comprar los productos con sus familiares ya que la opinión de ellos también es importante, el 42% realiza sus compras solas y el 8% acude a realizar las adquisiciones con amigos.

5. Las siguientes preguntas corresponden a las características que usted prefiere de los productos en base a neumáticos reciclados. Señale las opciones a su elección.

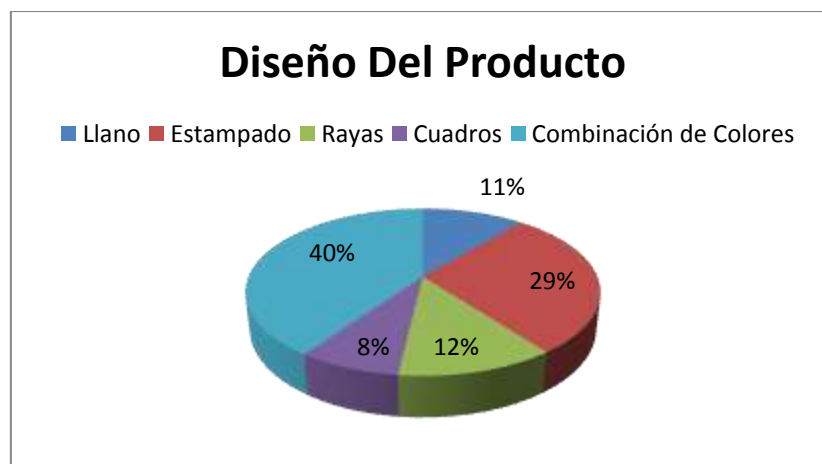
Tabla 113. Diseño de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Llano	21	11%
Estampado	54	29%
Rayas	23	12%
Cuadros	15	8%
Combinación de Colores	76	40%
Total	189	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 111. Diseño de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 40% de las personas encuestadas de género femenino prefieren que los diseños de los productos en base a neumáticos reciclados sean en combinación de colores debido a que estos diseños llaman la atención y son atractivos para el cliente, el 29% prefiere que los artículos sean estampados, el 12% opta por comprar los productos con diseño a rayas, el 11% elige adquirir los artículos en diseños llanos y el 8% prefiere los productos a cuadros.

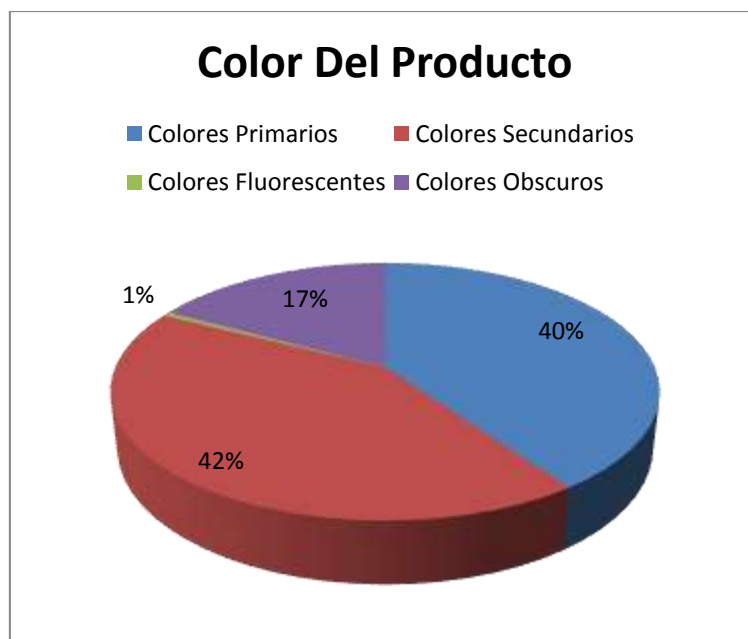
Tabla 114. Color de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Colores Primarios	76	40%
Colores Secundarios	80	42%
Colores Fluorescentes	1	1%
Colores Oscuros	32	17%
Total	189	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 112. Color de los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 42% de las personas encuestadas de género femenino de la ciudad de Ibarra prefieren comprar los productos en base a neumáticos reciclados en colores secundarios debido a que estos colores son llamativos y atractivos al cliente, el 40% de las encuestadas prefiere colores primarios para los artículos, el 17% de las personas de género femenino prefieren colores oscuros y el 1% opta por comprar productos que sean de colores fluorescentes.

6. ¿Cuál cree que es el mejor medio para conocer un almacén de productos en base a neumáticos reciclados?

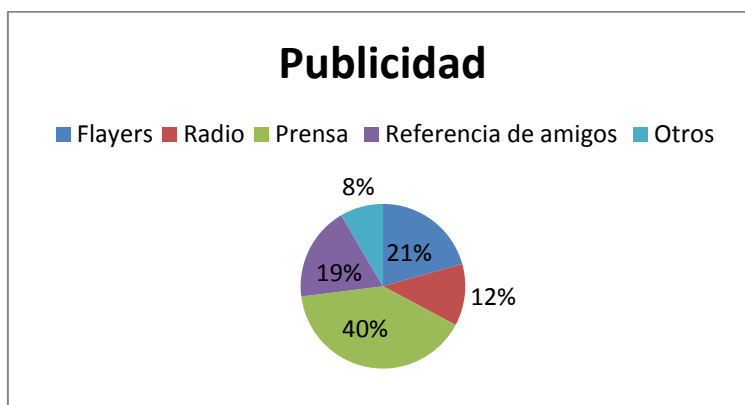
Tabla 115. Medio publicitario

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Flayers	39	21%
Radio	23	12%
Prensa	76	40%
Referencia de amigos	35	19%
Otros	16	8%
Total	189	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 113. Medio publicitario



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 49% de las encuestas realizadas a las personas de género femenino de la ciudad de Ibarra manifestaron que la mejor forma para conocer de la microempresa de productos en base a neumáticos reciclados por medio de prensa ya que en la actualidad hay mucha demanda de los periódicos locales, el 21% de las encuestadas prefiere conocer de los productos mediante Flayers, el 19% de las personas de género femenino optan por conocerlos con la referencia de amigos, el 12% prefiere enterarse de los artículos por medio de la radio y el 8% opta por conocer de la microempresa por otros medios publicitarios como son redes sociales, internet, mercado, catálogos o ferias.

7. ¿En caso de que usted compre productos en base a neumáticos reciclados. ¿por qué lo hace?

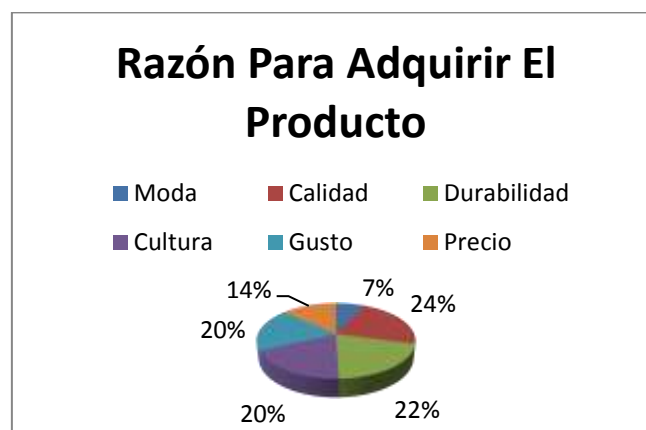
Tabla 116. Razón para adquirir los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Moda	14	7%
Calidad	45	24%
Durabilidad	41	22%
Cultura	37	20%
Gusto	38	20%
Precio	27	14%
Total	202	107%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 114. Razón para adquirir los productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 24% de las personas encuestadas según el género femenino de la ciudad de Ibarra comprarían los productos en base a neumáticos reciclados por calidad, el 22% adquiriría los artículos por la durabilidad que estos poseen, el 20% realizaría su compra por cultura, el 20% lo haría por gusto ya que si al cliente le gusta lo compra, el 14% de las encuestadas manifestaron que su adquisición de los productos lo harían por el precio y el 7% adquiriría los artículos por la moda.

8. ¿Qué red social utiliza usted con mayor frecuencia?

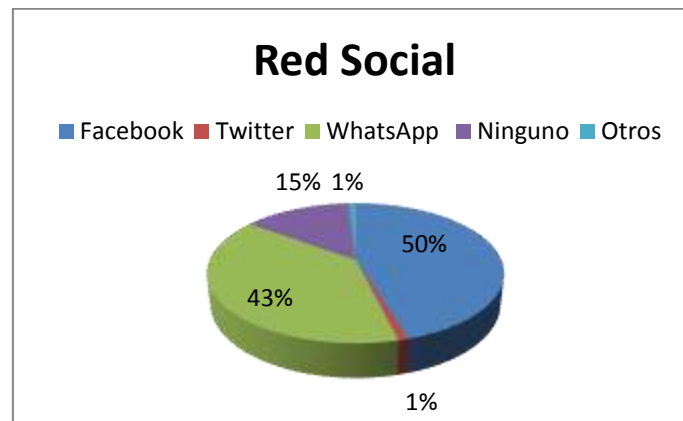
Tabla 117. Tipo de red social

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Facebook	94	50%
Twitter	2	1%
WhatsApp	81	43%
Ninguno	29	15%
Otros	2	1%
Total	208	110%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 115. Tipo de red social



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 50% de las personas encuestadas de género femenino de la ciudad de Ibarra utilizan la red social de Facebook ya que por este medio se puede conocer de los productos o servicios que las empresas ofrecen a la ciudadanía, el 43% de las encuestadas utiliza la red de WhatsApp, el 15% de las personas de género femenino no utilizan ninguna red social, el 1% de las personas encuestadas prefieren usar Twitter y el 1% utiliza otra forma de comunicación como es el Instagram.

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

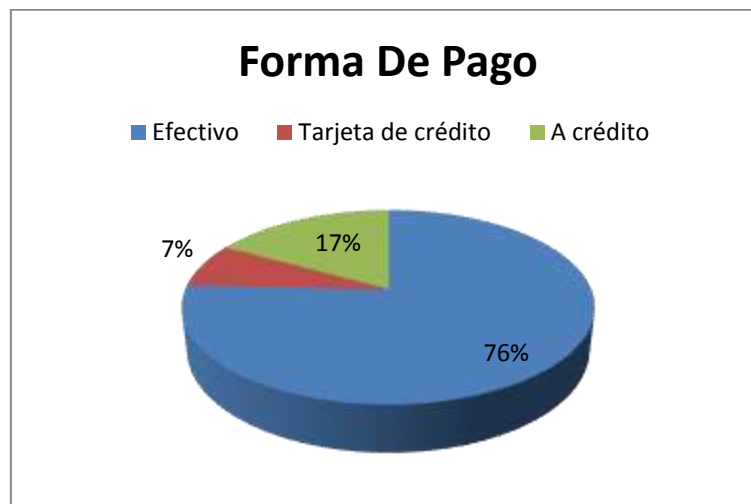
Tabla 118. Forma de pago

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Efectivo	143	76%
Tarjeta de crédito	14	7%
A crédito	32	17%
Total	189	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 116. Forma de pago



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 76% de las personas de género femenino la forma de pago que utilizan al momento de realizar sus compras es en efectivo debido a que este medio es el más seguro para realizar los negocios, el 17% realiza sus compras a crédito y el 7% hace sus adquisiciones con tarjeta de crédito.

10. ¿Cuál es la promoción que más le gustaría beneficiarse?

Tabla 119. Promociones por las compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Descuentos	122	65%
Regalos por las compras	57	30%
Boletos para rifas	9	5%
Otros	1	0%
Total	189	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 117. Promociones por las compras



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 65% de las personas de género femenino de la ciudad de Ibarra prefieren recibir descuentos por las compras de los productos en base a neumáticos reciclados y de esta manera poder adquirir un producto adicional, el 30% prefiere que por las adquisiciones se les entregue regalos y el 5% de las encuestadas les gustaría recibir boletos para rifas.

11. Si en la Ciudad de Ibarra se crearía una microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados a precios adecuados, ¿usted estaría en condiciones de comprar estos productos?

Tabla 120. Condición de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	189	84%
No	35	16%
Total	224	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 118. Condición de compra



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 84% de las personas encuestadas de género femenino están en condiciones de comprar los productos en base a los neumáticos reciclados ya que esto ayuda a disminuir la contaminación ambiental y el 16% no está en condiciones de adquirir dichos productos debido a que no tienen espacio suficiente en los hogares o negocios.

12. Las siguientes preguntas corresponden a la preferencia de compra de productos en base a neumáticos reciclados y la cantidad de compra según el producto de su elección:

Tabla 121. Preferencia del producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Asientos	70	37%
Maseteros	90	48%
Juegos Infantiles	21	11%
Cajas Lúdicas	10	5%
Pozos	15	8%
Total	206	109%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 119. Preferencia del producto



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 48% de los encuestados de género femenino de la ciudad de Ibarra prefieren comprar maseteros ya que estos sirven para decorar los hogares o los lugares de trabajo además son muy llamativos, el 37% de las encuestadas prefiere adquirir asientos, el 11% le gustaría comprar juegos infantiles, el 8% opta por adquirir pozos decorativos para los jardines y el 5% estaría dispuesto a adquirir cajas lúdicas.

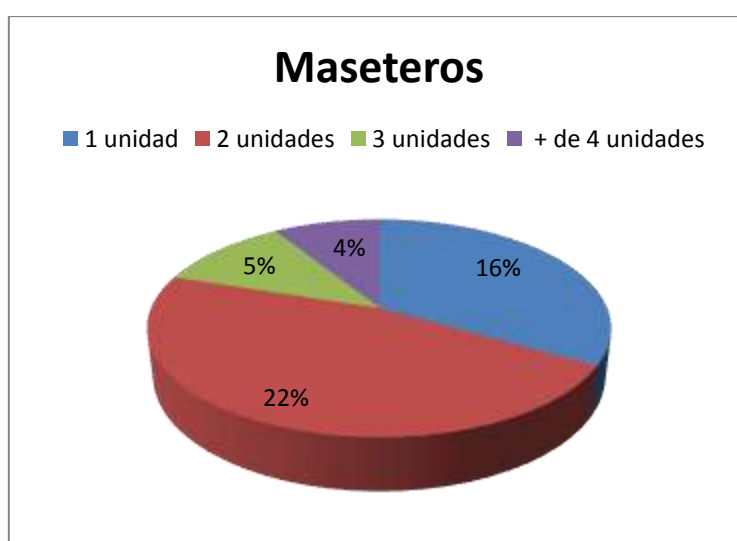
Tabla 122. Cantidad de productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1 unidad	30	16%
2 unidades	42	22%
3 unidades	10	5%
+ de 4 unidades	8	4%
Total	90	48%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 120. Cantidad de productos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

El 22% de los datos obtenidos en la preferencia del tipo de producto se llegó a determinar que los encuestados de género femenino comprarían 1 unidad de maseteros, el 16% de las encuestadas estarían dispuestos a adquirir 2 unidades, el 5% compraría 3 unidades y el 4% de las personas encuestadas de género femenino les gustaría adquirir más de 4 unidades al año.

3.8.Mercado Meta

El mercado meta de la microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados es la población de la ciudad de Ibarra.

3.9.Segmento de mercado

El segmento al cual se va a dirigir la microempresa se detalla de la siguiente manera:

- Centros infantiles privados
- Trabajador público
- Trabajador privado
- Actividad Propia
- Otros (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada doméstica y se ignora)

3.10. Identificación del consumidor

3.10.1. Centros Infantiles

- Los centros infantiles privados de la ciudad de Ibarra están dispuestos a adquirir 4 unidades de juegos infantiles (gusano) anualmente, esta adquisición lo hacen generalmente por cultura.
- El presupuesto que los centros infantiles de la ciudad de Ibarra asignan para la compra de los juegos infantiles (gusano) es de \$50-\$100 y su forma de pago es en efectivo.

3.10.2. Trabajador Público

- Los trabajadores públicos de la ciudad de Ibarra están dispuestos a adquirir 2 unidades de asientos anualmente, esta adquisición lo hacen generalmente por durabilidad y calidad.
- El presupuesto que los trabajadores públicos de la ciudad de Ibarra asignan para la compra de los asientos es de \$50-\$100 y su forma de pago es en efectivo.

3.10.3. Trabajador Privado

- Los trabajadores privado de la ciudad de Ibarra están dispuestos a adquirir 3 unidades de maseteros anualmente, esta adquisición lo hacen generalmente por gusto.
- El presupuesto que los trabajadores privados de la ciudad de Ibarra asignan para la compra de los maseteros es de \$50-\$100 y su forma de pago es en efectivo.

3.10.4. Actividad Propia

- Las personas que tienen sus propias actividades económicas de la ciudad de Ibarra están dispuestos a adquirir 2 unidades de maseteros anualmente, esta adquisición lo hacen generalmente por durabilidad.
- El presupuesto que las personas que tienen sus propias actividades económicas de la ciudad de Ibarra asignan para la compra de los maseteros es de \$50-\$100 y su forma de pago es en efectivo.

3.10.5. Otros

- Las personas que tienen otras actividades económicas (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) de la ciudad de Ibarra están dispuestos a adquirir 1 unidad de maseteros anualmente, esta adquisición lo hacen generalmente por durabilidad.
- El presupuesto que las personas de otras actividades económicas (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) de la ciudad de Ibarra asignan para la compra de los maseteros es de \$50-\$100 y su forma de pago es en efectivo.

3.11. Identificación de la demanda

La demanda de los productos en base a neumáticos reciclados se realizó de acuerdo a la población de cada segmento como son los centros infantiles, trabajadores públicos, trabajadores privados, actividad propia y otros de la ciudad de Ibarra así como se tomó en cuenta la frecuencia de compra y la preferencia de los productos según los gustos y preferencias de cada segmento encuestado a continuación se muestra la demanda de cada producto:

Ilustración 10. Determinación de la demanda

SEGMENTO	CANTIDAD	PRODUCTOS	PREFERENCIA PRODUCTO	PREFERENCIA DE COMPRA	FRECUENCIA DE COMPRA				TOTAL
					1 UNIDAD	2 UNIDADES	3 UNIDADES	4 UNIDADES	
TRABAJADOR PÚBLICO	11345	ASIENTOS	1815	1144	240	91	23	23	377
		MASETEROS	1475	929	130	37	19	19	204
		JUEGOS INFANTILES	3177	2001	360	40	40	40	480
		CAJAS LUDICAS	2496	1572	126	63	31	31	252
		POZOS	2609	1644	33	33	0	0	66
TRABAJADOR PRIVADO	24975	ASIENTOS	4995	2847	569	427	28	28	1053
		MASETEROS	5245	2990	717	508	30	30	1285
		JUEGOS INFANTILES	4496	2562	154	0	0	0	154
		CAJAS LUDICAS	4995	2847	28	28	0	0	57
		POZOS	5495	3132	219	63	31	31	345
ACTIVIDAD PROPIA	25756	ASIENTOS	3863	2164	346	216	22	22	606
		MASETEROS	2576	1442	317	188	14	14	534
		JUEGOS INFANTILES	5151	2885	173	87	29	29	317
		CAJAS LUDICAS	6439	3606	252	72	0	0	325
		POZOS	6954	3894	350	273	39	39	701
OTROS	15862	ASIENTOS	1745	1117	179	112	11	11	313
		MASETEROS	2062	1320	198	158	26	26	409
		JUEGOS INFANTILES	3648	2335	163	0	0	0	163
		CAJAS LUDICAS	4600	2944	353	118	29	29	530
		POZOS	4441	2842	284	85	0	0	370
CENTROS INFANTILES	12	ASIENTOS	2	1	0	0	0	0,00	0,30
		MASETEROS	1	1	0	0,07	0,07	0	0,14
		JUEGOS INFANTILES	5	4	0	1	0	0	1
		CAJAS LUDICAS	2	2	0	0,14	0,00	0	0,14
		POZOS	3	2	0	0,15	0	0	0,15

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Las Autoras

3.12. Demanda anual de los productos

Tabla 123. Demanda de productos

	PRODUCTOS ANUAL	Mensual	Diario
Asientos	2350	196	8
Maseteros	2433	203	8
Juegos infantiles	1116	93	4
Cajas lúdicas	1163	97	4
Pozos	1481	123	5
Total productos	8543	712	30

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

3.13. Proyección de la demanda

Tabla 124. Proyección demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA						
PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	CRECIMIENTO ANUAL
Asientos	2350	2420	2493	2567	2644	3%
Maseteros	2433	2506	2581	2658	2738	3%
Juegos Infantiles	1116	1150	1184	1220	1256	3%
Cajas Lúdicas	1163	1198	1234	1271	1309	3%
Pozos	1481	1525	1571	1618	1667	3%
Total	8543	8799	9063	9335	9615	

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

3.14. Identificación de la oferta

Tabla 125. Oferta

CATEGORIA	
NIVEL I	Variedades Liliana
NIVEL II	Variedades Isabel

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Tabla 126. Determinación de la oferta

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA				
CATEGORIA	# LOCALES	Q PRODUCTOS	TOTAL	DÍAS LABORABLES 288
NIVEL I	1	8	8	2.304
NIVEL II	1	6	6	1.728
Total oferta				4.032

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

3.15. Proyección de la oferta

Tabla 127. Proyección de la oferta

OFERTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	CRECIMIENTO ANUAL
Oferta Nivel I	2304	2350	2397	2445	2494	
Oferta Nivel II	1728	1763	1834	1946	2106	2%
Total	4032	4113	4231	4391	4600	

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

3.16. Balance demanda-oferta

Tabla 128. Balance demanda - oferta

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
1	8543	4032	4511
2	8799	4113	4686
3	9063	4231	4832
4	9335	4391	4944
5	9615	4600	5015

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

3.17. Proyección de la demanda-oferta

Tabla 129. Proyección demanda - oferta

PROYECCIÓN DEMANDA INSATISFECHA					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
D.I.1	4511	4601	4787	5080	5498
D.I.2	4686	4780	4973	5278	5713
D.I.3	4832	4929	5128	5442	5890
D.I.4	4944	5043	5246	5568	6026
D.I.5	5015	5115	5321	5647	6113

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

3.18. Determinación del mercado

3.18.1. Centros Infantiles

- Las directoras de los centros infantiles manifestaron que los juegos infantiles prefieren que sean en combinación de colores con colores primarios.
- El medio publicitario que prefieren los centros infantiles de la ciudad de Ibarra es la prensa.
- Los centros infantiles de la ciudad de Ibarra prefieren recibir descuentos por la compra de los juegos infantiles (gusano).

3.18.2. Trabajador Público

- Los trabajadores públicos mostraron que los asientos prefieren que sean en combinación de colores con colores primarios.
- El medio publicitario que prefieren los trabajadores públicos de la ciudad de Ibarra es la radio y los Flayers.
- Los trabajadores públicos de la ciudad de Ibarra prefieren recibir descuentos por la compra asientos.

3.18.3. Trabajador Privado

- Los trabajadores privados mostraron que los maseteros prefieren que sean en combinación de colores con colores primarios.
- El medio publicitario que prefieren los trabajadores privados de la ciudad de Ibarra es la prensa.
- Los trabajadores privados de la ciudad de Ibarra prefieren recibir descuentos por la compra de los maseteros.

3.18.4. Actividad Propia

- Las personas que tienen sus propias actividades económicas mostraron que los maseteros prefieren que sean en combinación de colores con colores primarios.

- El medio publicitario que prefieren las personas que tienen sus propias actividades económicas de la ciudad de Ibarra es la prensa.
- Las personas que tienen sus propias actividades económicas de la ciudad de Ibarra prefieren recibir descuentos por la compra de los maseteros.

3.18.5. Otros

- Las personas que tienen otras actividades económicas (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) mostraron que los maseteros prefieren que sean en estampado con colores secundarios.
- El medio publicitario que prefieren las personas que tienen otras actividades económicas (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) de la ciudad de Ibarra es la prensa y referencia de amigos.
- Las personas que tienen otras actividades económicas (Jornalero, Trabajador no remunerado, Empleada Doméstica, Se ignora) de la ciudad de Ibarra prefieren recibir descuentos por la compra de los maseteros.

3.19. Análisis de los competidores

3.19.1. Variedades Liliana

a) Producto

- La microempresa ofrece asientos y maseteros en base a neumáticos reciclados.
- El negocio ofrecer los productos solamente pintados de diferentes colores.

b) Precio

- El emprendimiento ofrece los asientos a \$23,00 y los maseteros a \$9,00.
- La forma de pago que el negocio brinda a los clientes es al contado.

c) Plaza

- La distribución es directa ya que el negocio se realiza de la empresa al consumidor sin la intervención de los intermediarios.

- El horario de atención es de lunes a viernes por la tarde.

d) Promoción

- La microempresa no cuenta con canales publicitarios y de promoción.

3.19.2. Variedades Isabel

a) Producto

- La microempresa cuenta con diversificación de productos tales como juegos infantiles (columpios, gusanos), asientos, pozos y maseteros.
- Los diseños de los productos son creativos.
- Los productos son elaborados en diferentes tamaños.

b) Precio

- Existe gran variedad de precios en los productos que la microempresa ofrece.

c) Plaza

- La distribución es directa ya que el negocio se realiza de la empresa al consumidor sin la intervención de los intermediarios.

d) Promoción

- Las ventas que se realizan al inicio del año valorado en \$80,00 van incluido un esfero.

3.20. Proyecciones de precios

3.20.1. Precios de productos

Tabla 130. Precio de los productos

	PRECIO
PRODUCTO	PRECIO
Asientos	\$20,79
Maseteros	\$7,07
Juegos Infantiles	\$21,81
Cajas Lúdicas	\$13,11
Pozos	\$14,23

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

3.20.2. Proyección precios de productos

Tabla 131. Proyección de precios

PRODUCTOS	PROYECCIÓN DE PRECIO					INFLACIÓN
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Asientos	20,79	21,21	21,63	22,06	22,50	
Maseteros	7,07	7,21	7,36	7,50	7,65	
Juegos Infantiles	21,81	22,25	22,69	23,14	23,61	2%
Cajas Lúdicas	13,11	13,37	13,64	13,91	14,19	
Pozos	14,23	14,51	14,80	15,10	15,40	

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

5.1.

3.21. Canal de distribución

El canal de distribución que la empresa utilizara es directo ya que los productos en base a neumáticos reciclados se los venderá al consumidor final.

3.22. Conclusiones del Estudio de Mercado

- Según la información de campo levantada a los segmentos establecidos para el estudio de factibilidad de la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos a base de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra se pudo establecer que los habitantes de dicha ciudad si están dispuestos a comprar los artículos.
- La población encuestada manifiesta que adquirirá los productos en base a neumáticos reciclados de manera anual y semestral conforme las necesidades que se les presente.
- El presupuesto que la ciudadanía asignaría mensualmente para la compra de artículos en base a neumáticos reciclados es de \$50 a \$100.
- La población consumidora prefiere que los diseños de los productos en base a neumáticos reciclados sean en combinación de colores.

- La población de la ciudad de Ibarra prefiere conocer de los servicios de la microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados mediante la prensa así como la radio y los Flayers ya que estos son los medios publicitarios más utilizados y conocidos en la ciudad, además prefieren que la publicidad se la haga por la red social de Facebook ya que esta es muy frecuentada por todas las personas.
- Las razones por la que los consumidores adquirirían el producto en base a neumáticos reciclados es la durabilidad, la calidad, el gusto y la cultura ya que estos artículos ayudan a disminuir la contaminación ambiental de la ciudad.
- Los consumidores de los artículos en base a neumáticos reciclados prefieren que los pagos sean en efectivo es decir una venta directa.
- La población de la ciudad de Ibarra prefiere que por la compra de los productos en base a neumáticos reciclados se les ofrezca descuentos al momento de la adquisición.
- Según la información de campo levantada a los segmentos establecidos para el estudio de factibilidad de la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de productos a base de neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra se pudo establecer que los habitantes de dicha ciudad si están en condiciones para comprar los artículos.
- La demanda de los productos en base a neumáticos reciclados es del 28% para asientos y maseteros, además la población prefiere en un 17% los pozos, el 14% y 13% prefiere cajas lúdicas y juegos infantiles respectivamente.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1.Tamaño del proyecto

La microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados tiene la capacidad de producción mensual como se detalla a continuación en las siguientes tablas:

Tabla 132. Capacidad de producción asientos

ASIENTOS (196unidades)		
Detalle	Cantidad	Unidad
Llantas	392	Unidad
Alambre	31	Libras
Esponja	196	Planchas
Forro de colores	196	Metros
Forros con diseño	196	Metros
MDF	12	Lámina
Cemento de contacto	196	Frasco

Elaborado por: Las autoras
Año: 2018

Tabla 133. Capacidad de producción maseteros

MASETEROS (203 unidades)		
Detalle	Cantidad	Unidad
Llantas	203	Unidad
Pintura esmalte	40	Galón

Elaborado por: Las autoras
Año: 2018

Tabla 134. Capacidad de producción juegos infantiles

JUEGOS INFANTILES (93 unidades)		
Llantas	744	Unidad
Pintura	19	Galón
Alambre	30	Libras
Tapas cola	186	Unidad

Elaborado por: Las autoras
Año: 2018

Tabla 135. Capacidad de producción cajas lúdicas

CAJA LÚDICA (97 unidades)		
Llantas	194	Unidad
Lavacara	97	Unidad
Pintura	19	Galón
MDF	8	Lámina

Elaborado por: Las autoras
Año: 2018

Tabla 136. Capacidad de producción pozos

POZOS (123 unidades)		
Llantas	369	Unidad
Pintura	12	Galón
Eternil	19	Hojas
Tubos de hierro	123	Unidad

Elaborado por: Las autoras
Año: 2018

4.2. Localización del proyecto

4.2.1. Macro localización

Comprende el área geográfica o espacio físico en donde se desarrollará el proyecto, tomando como base el país, región, provincia, cantón y ciudad; los cuales permitirán conocer con mayor exactitud el lugar exacto donde se desarrollará la nueva microempresa.

Este proyecto estará ubicado en la región sierra del Ecuador en la provincia de Imbabura conocida como la provincia de los lagos, porque en ella se encuentra la mayoría de los lagos del país.

La capital de la región es la ciudad de Ibarra conocida como la ciudad blanca “Tierra a la que siempre se vuelve”. Y entre las principales ciudades de la provincia se encuentra Otavalo, Atuntaqui, San Antonio y Urcuquí.

- **PAÍS:** Ecuador
- **PROVINCIA:** Imbabura
- **REGIÓN:** Sierra
- **CIUDAD:** Ibarra

Gráfico 121. Mapa macro localización Ibarra



Fuente: Mapas Ecuador
Elaborado por: Las autoras

4.2.2. Micro Localización

Comprende el área geográfica o espacio físico en donde se desarrollará el proyecto, tomando como base la ciudad, la parroquia y las calles; es decir, permite conocer el lugar exacto en donde funcionara la nueva microempresa para que las personas puedan acceder con facilidad a su ubicación.

El local previsto para el desarrollo de la actividad económica de comercialización de qué se encontrará ubicado en el centro de la ciudad de Ibarra, parroquia San Francisco, Calle Cristóbal Colón 732 y Simón Bolívar.

- **CANTÓN:** Ibarra
- **PARROQUIA:** San Francisco
- **DIRECCIÓN:** Calle Cristóbal Colón 732 y Simón Bolívar.

Gráfico 122. Mapa de micro localización Ibarra



Fuente: Mapas Ecuador
Elaborado por: Las autoras

4.2.3. Factores que considerar para la ubicación de la empresa

El proceso adecuado para determinar el lugar idóneo para ubicar el proyecto comienza con la evaluación de los posibles sectores en donde se puede situar la empresa, para establecer los sectores se realizó una investigación basada en observación directa de los lugares que más afluencia de personas tienen dentro de la ciudad en lo que corresponde a productos en base a material reciclado y se determinó que los sitios más transitados son: el centro de la ciudad, avenida Cristóbal de Troya por las parrilladas del Tío Jessy y el barrio de los ceibos.

Ilustración 11. Posibles lugares para el emprendimiento

SECTORES	
CENTRO DE IBARRA	A
AV. CRISTOBAL DE TROYA	B
LOS CEIBOS	C

Fuente: Investigación

Elaborado por: Las autoras

Una vez identificados los posibles sectores para ubicar la empresa de acuerdo con el nivel de afluencia de personas en la ciudad, se determinó que los factores más relevantes para la ubicación de la empresa son los siguientes:

Condiciones de la infraestructura, servicios básicos, precio del arriendo del local, tamaño y dimensiones de la microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados, factores sociales, factores comerciales, canales de evacuación de desechos, vías de accesibilidad y transporte, factores ambientales, disponibilidad de mano de obra, cercanía de las fuentes de abastecimiento y comunicaciones, estos factores se analizan para cada alternativa y se evalúan sobre puntuación del 1 al 5 siendo la menor calificación 1 y 5 la mayor calificación.

Cada uno de estos factores constituyen una parte fundamental para el cliente, ya que se ha observado emprendimientos con ideas sumamente innovadoras, lastimosamente no han logrado prosperar debido a la mala ubicación de estos negocios.

A continuación, se presenta los factores que serán analizados para determinar el sector más adecuado para ubicar el emprendimiento en la ciudad de Ibarra, y se lo explica de manera detallada en la siguiente tabla:

Ilustración 12. Análisis de factores

FACTORES	A	B	C
Condiciones de la infraestructura	4	3	4
Servicios básicos	5	5	5
Precio del arriendo del establecimiento	5	3	2
Tamaño y dimensiones del establecimiento	4	4	3
Factores sociales	5	4	4
Factores comerciales	5	5	5
Canales de evacuación de desechos	5	5	5
Vías de accesibilidad y transporte	5	5	5
Factores ambientales	3	2	3
Disponibilidad de talento humano	4	3	4
Cercanía de las fuentes de abastecimiento	4	4	2
Comunicaciones	4	4	4
TOTAL	53	47	46

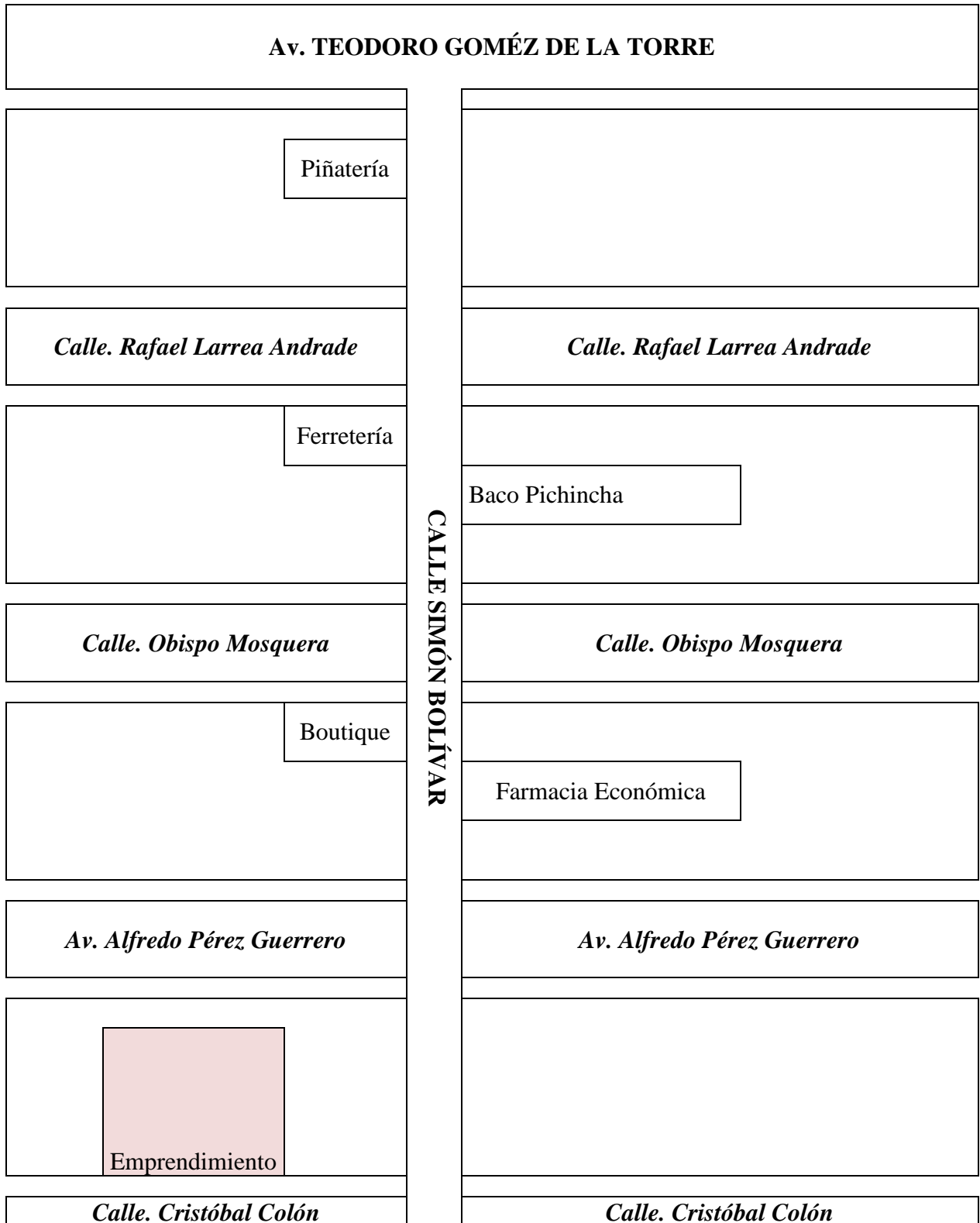
Elaborado por: Las autoras

Año: 2018

La ubicación ideal para implantar el proyecto es el centro de la ciudad de Ibarra, gracias a que es un lugar de fácil acceso para la población Ibarreña en general y tiene gran cercanía al comercio al igual que todos los factores importantes de una buena ubicación.

No obstante, dado que la ciudad de Ibarra es relativamente pequeña en comparación con el resto de ciudades del país, es fácil movilizarse y llegar a cualquier sitio incluso caminando, sin necesidad de ocupar un vehículo o en el caso de hacerlo existe muy poca congestión vehicular, lo que es un punto favorable para la creación de la microempresa, ya que las personas podrán acercarse y conocer el establecimiento con gran facilidad.

Ilustración 13. Croquis del sector



Elaborado por: Las autoras
 Año: 2018

4.3. Ingeniería del proyecto

4.3.1. Infraestructura Física

La microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados tendrá un área de aproximadamente 105 m² distribuidos de tal manera que permitan el correcto desarrollo de las actividades comerciales de la microempresa.

Tabla 137. Distribución del área total de la microempresa

AMBIENTES	ÁREA (m²)
Taller de elaboración	30 m ²
Bodega	25 m ²
Área de baños	10 m ²
Comercialización de los productos	30 m ²
Área Administrativa	10 m ²
Total	105 m²

Elaborado por: Las autoras

Año: 2018

4.3.2. Distribución

La distribución de la microempresa será en 5 áreas específicas, que son: Taller de elaboración, Bodega. Área de baños, Comercialización de los productos y Área Administrativa.

Las áreas mencionadas tienen una función significativa en el establecimiento para la comodidad y agrado de los clientes. Además, se debe tomar en cuenta que el espacio del local no es demasiado grande como para instalar demasiadas herramientas y para embodegar accesorios o materia prima en el interior del local, por lo que se debe realizar una distribución eficiente y reducir espacios.

A continuación, se detallarán las áreas y secciones del establecimiento:

Tabla 138. Distribución de la microempresa

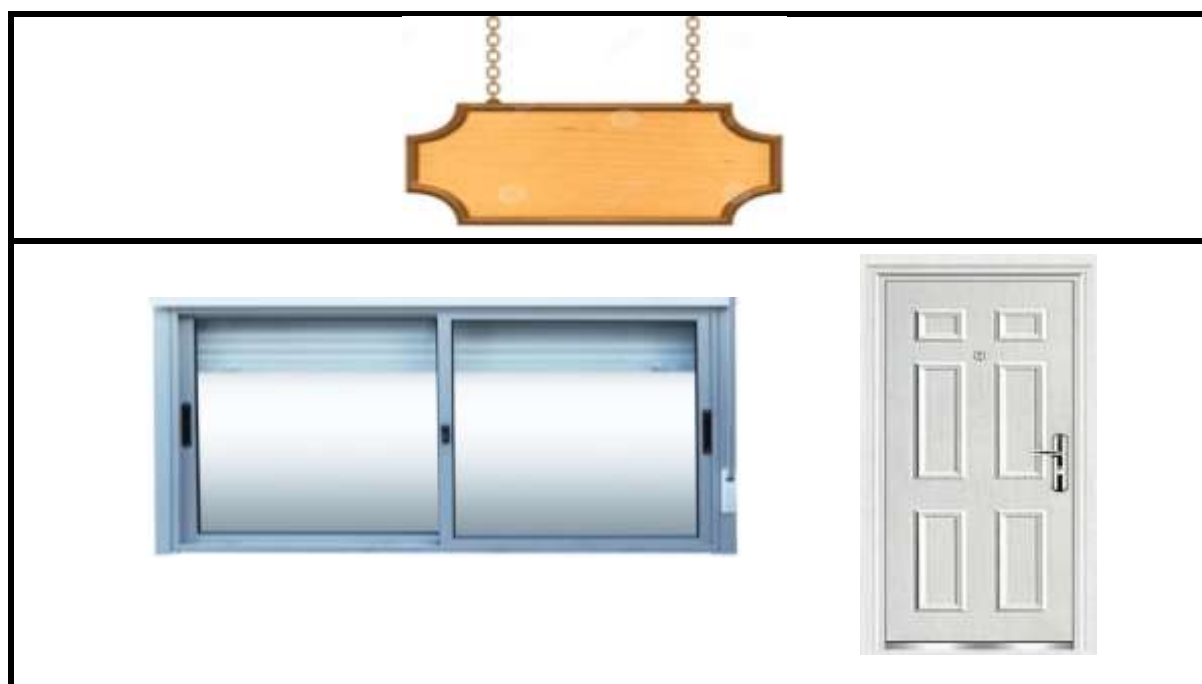
N°	Sección- Área	Actividades, Materiales y/o equipos.
1	Taller de elaboración	Lugar destinado para elaborar los productos en base a neumáticos reciclados.
2	Bodega	Lugar destinado para almacenar la materia prima y los productos ya elaborados.
3	Área de baños	Constará con ambientes adecuados para servicios higiénicos, tanto para el personal como para los clientes.
4	Comercialización de los productos	Área destinada para que el cliente visualice y adquiera los productos en base a neumáticos reciclados.
5	Área administrativa	Lugar destinado para aspectos de la microempresa así como para el cobro de las ventas de los productos.

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.3.3. Infraestructura

Ilustración 14. Fachada frontal de la microempresa



Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

Ilustración 15. Plano de la microempresa




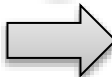



Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.3.4. Proceso del servicio

Los procesos permiten que las actividades se realicen de manera lógica y ordenada, un proceso está estructurado por pasos, mismo que deben ser ejecutados de acuerdo a como están establecidos.

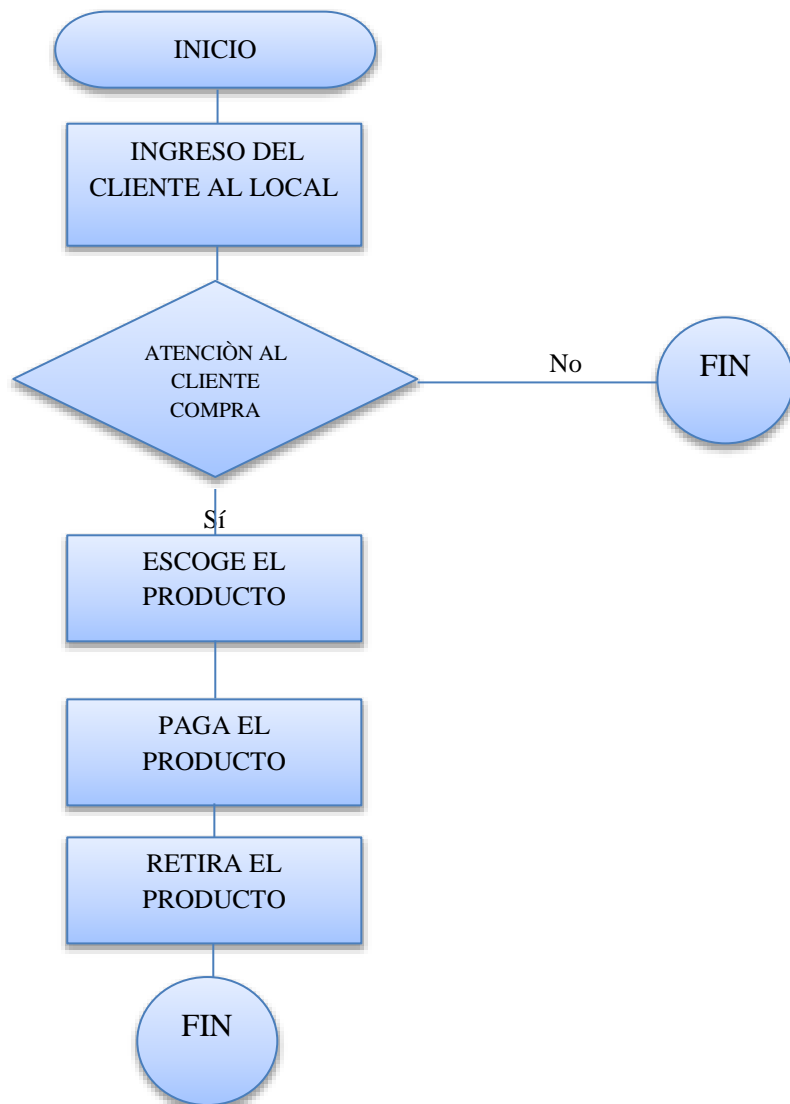
4.3.5. Simbología

Tabla 139. Simbología

ACTIVIDADES	SIMBOLOGÍA
Operación	
Transporte	
Documentación	
Selección Alternativa	
Inspección	

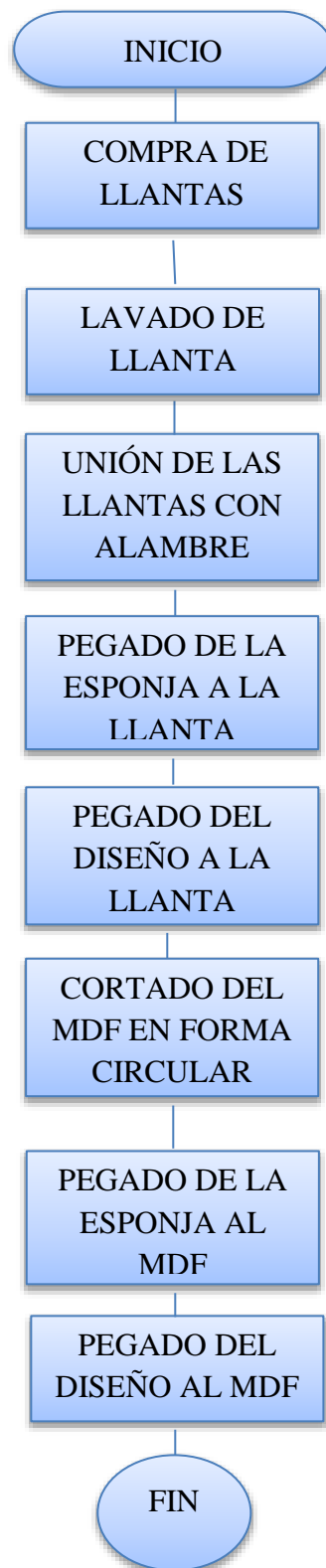
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.3.6. Flujograma de Proceso de Atención al Cliente



Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.3.7. Flujograma del proceso de asientos



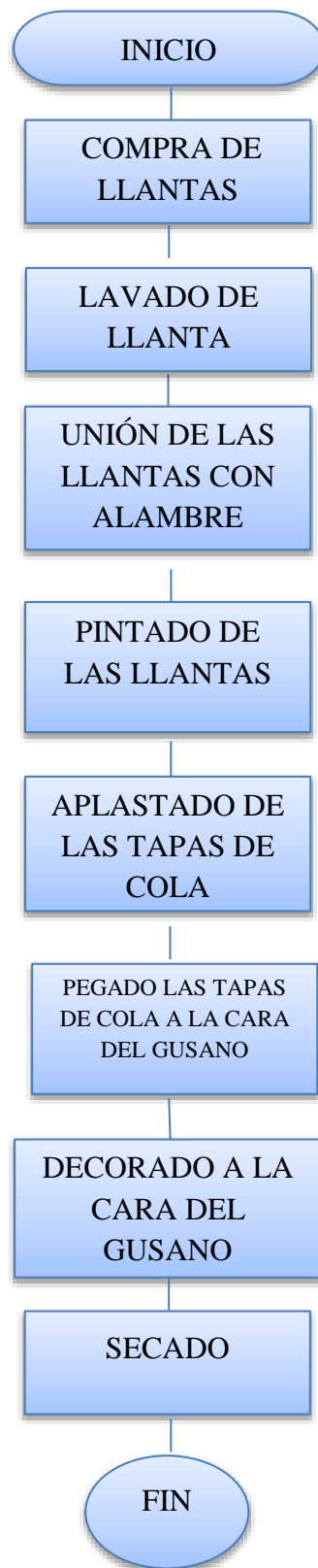
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.3.8. Flujograma del proceso de maseteros



Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.3.9. Flujograma del proceso de juegos infantiles



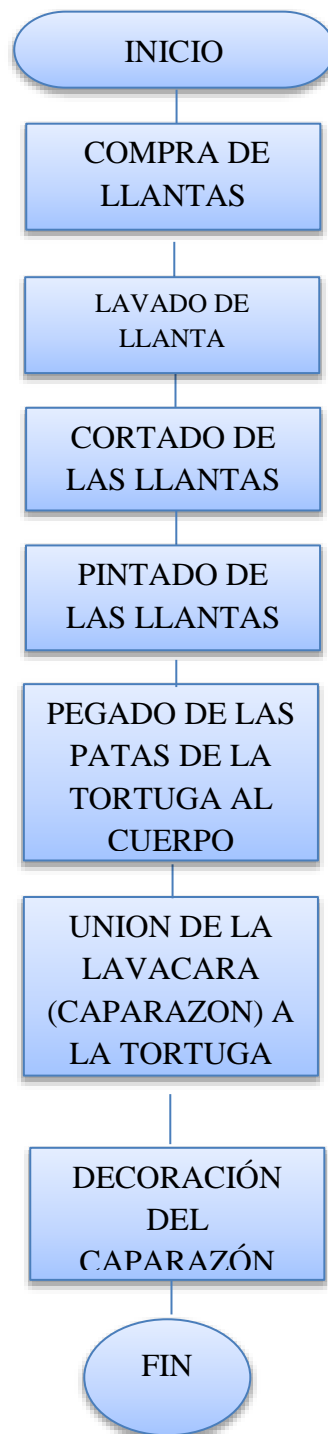
Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.3.10. Flujograma del proceso de pozos



Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.3.11. Flujograma del proceso de cajas lúdicas



Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.4. Proceso de elaboración de los productos



- Adquisición de los neumáticos usados.
- Lavado de las llantas
- Acopio de la materia prima.
- Decoración de los diferentes productos.
- Cortado de los materiales para la elaboración de los artículos.
- Elaboración y secado de los productos finales
- Almacenamiento de los productos en la bodega.
- Visualización de los productos en el área de comercialización de la microempresa.




4.5. Descripción de los materiales a utilizarse en la producción

Ilustración 16. Descripción de materiales

<p>Llantas</p> 	<p>Precio: \$1,50</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revestimiento interior: sustituye a la cámara de aire • Carcasa: es la estructura del neumático, • Zona Baja: su función es transmitir la potencia del vehículo • Aro de talón • Flanco • Lonas de cima • Banda de rodadura • Dibujo del neumático: sirven para la evacuación del agua.
<p>Taladro</p> 	<p>Precio: \$38,00</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potencia 850W • Tensión de entrada 230V • El diámetro máximo de perforación en concreto: 16 mm, en acero: 13 mm, en madera: 30 mm • Velocidad sin carga: 2800 rpm • Frecuencia de entrada: 50 Hz


<p>Alambre</p> 	<p>Precios: \$48,50</p> <p>Descripción:</p> <p><u>Composición química:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Carbono (C): 0,10 % máx. • Fósforo (P): 0.04 % máx. • Magnesio (Mn): 0.30 - 0.50 %. • Azufre (S): 0.05 %. <p><u>Características:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Diámetro: 1.59 ± 0.04 mm. • Resistencia a la atracción: 32 - 45.9 kg/mm². • Unidad de medida: Kilogramo (Kg). • Ductilidad: Alta
<p>MDF</p> 	<p>Precio: \$8,00</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compuestos a partir de madera usando troncos frescos de pino, seleccionados y descortezados, provenientes de plantaciones generalmente manejadas bajo el concepto de una continua y permanente reforestación. • La superficie de los tableros de fibra de madera de densidad media es: Plana, tersa, uniforme, compacta, carece de nudos (esto permite ejecutar las operaciones de acabado con mayor facilidad y consistencia). • Uniformidad de los cantos (facilita la aplicación de complicadas técnicas de maquinado y acabado de precisión que se requieren en la manufactura de muebles finos).
<p>Pulidora</p> 	<p>Precio:\$60,00</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pulidora de velocidad variable electrónica de 7"/9"(180mm/230mm) • Potente motor de 12 Amp • Mango fijo y mango en forma de arco para mayor confort en varias aplicaciones • Indicador localizado conveniente permite al usuario cambiar la velocidad máxima de 0-600/0-3,500 rpm • Sistema Controlado de acabado (CFS), para un arranque suave • Pad tipo velcro, permite cambio del accesorio sin necesidad de herramienta • Caja de engranajes recubierta de goma • Mango lateral de 2 posiciones, almohadilla de respaldo de goma y tuerca de fijación

<p>Tijeras</p> 	<p>Precio: \$3.00</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoja de punta fina, idónea para perforar y guiar el corte. • Hoja de punta ancha, proporciona un poder de corte homogéneo a lo largo de todo el filo. • Microdentado, filo micro dentado evita que se resbalen los alimentos al ser cortados. • Tornillo o tuerca, de diseño robusto, para maximizar el poder de corte. • Dedales, con diseño ergonómico que facilita el uso de la tijera, aumentando la superficie de contacto con la mano. • Tope, de cuidado diseño, para evitar pellizcos accidentales. • Rebaja de asta. Máxima higiene, diseño de curvas amplias para facilitar la limpieza.
<p>Alicate</p> 	<p>Precio: \$1,50</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fabricado en acero cromo/vanadio, con mango recubierto antideslizante. • Sus mordazas con estrías templadas permiten un agarre más firme. • El Alicate de Punta Redline es un producto multiuso que conviene tener en un set básico de herramientas. • Permite sujetar elementos pequeños, cortar y modelar conductores. • Su forma alargada facilita trabajar en lugares de difícil acceso.
<p>Flexómetro</p> 	<p>Precio: \$1,00</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cinta métrica global plus de 3/4" x 5 metros • Una cinta métrica, un flexómetro o simplemente metro es un instrumento de medida que consiste en una cinta flexible graduada y que se puede enrollar, haciendo que el transporte sea más fácil. • También con ella se pueden medir líneas y superficies curvas.

<p>Forros de colores</p> 	<p>Precio: \$3,80</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tela forro Tafeta • Ancho: 1.45 m • Composición: 100% acetato • Gramaje : 90 g/m2 • Tela muy resistente, sin elasticidad en ninguno de los dos sentidos, y Completamente opaco. es muy brillante y liso debido a la estructura tafetán, y tiene un tacto muy suave "seda". • Esta tela brilla, y tiene efecto cambiante función de la orientación de la luz. • Esa tela tiene las características de un buen forro: <ul style="list-style-type: none"> - resistente - transpirabilidad - es anti-estático, no se pega a la piel - suave - aspecto elegante
<p>Forros con diseños</p> 	<p>Precio: \$2,90</p> <p>Descripción:</p> <p>Jacquard: Lleva el nombre de la máquina con la que se realiza, un tipo de telar inventado por el tejedor francés Joseph Marie Jacquard.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características: Posibilidad de utilizar gran variedad de colores, dibujos y motivos. Tejido muy grueso. • Usos: Tapicería. <p>Lona: Tela fuerte y de hilado denso, normalmente de algodón o lino.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características: Muy resistente. • Usos: Tapicería y fundas. <p>Damasco: Parecido al brocado, pero más fino y menos pesado por no tener relieve. Tejido de algodón o seda, con efecto brillante o mate obtenido mediante el ligamento. Se mezclan como máximo dos colores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usos: Tapicería, cortinas o almohadones.
<p>Esponja</p> 	<p>Precio: \$3,40</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboradas a partir de poliéster ofrecen unas consistencias algo más compactas y se utiliza en aquellos sitios donde se soportase mayor carga y se exige mayor resistencia

<p>Pintura esmalte de colores</p> 	<p>Precio: \$15,50</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pintura marca Pintuco • Componentes líquidos: consta de un aglutinante y un disolvente • Componentes sólidos: como los pigmentos y las cargas. Estos pueden llevar, además, secativos y aditivos.
<p>Cemento de contacto</p> 	<p>Precio: \$1,00</p> <p>Descripción:</p> <p><u>Composición química:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Metilbenceno • Fenilmetanol • Toluol $C_6H_5CH_3/C_7HS$. • Masa molecular: 92.1
<p>Brochas</p> 	<p>Precio: \$7,00</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stanley Hobby • el mango, de diferentes longitudes, generalmente, de madera, también pueden ser de plástico. • las cerdas, consistentes en pelos de animal (jabalí, cerdo, caballo, etc.) aunque también existen de nailon y otros materiales sintéticos. • la virola o pieza metálica que separa las cerdas del mango.
<p>Pinceles</p> 	<p>Precio: \$5,00</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El término pincel hace referencia a cualquier variedad de herramienta que, en su mayoría, cuenta en un extremo con un mango y en el otro con una cantidad considerable de cerdas, alambres, cabellos u otra clase de filamento o material similar. Es utilizado principalmente para pintar, aunque sus usos pueden ser diversos. • Varios pinceles • Pincel usado para acuarela. • Un pincel consta de varios elementos: el pelo, la virola y el mango con su grabado.

<p>Martillo</p> 	<p>Precio: \$1,60</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Martillo STANLEY • El martillo es una herramienta de percusión utilizada para golpear directa o indirectamente una pieza, causando su desplazamiento. • El uso más común es para clavar (incrustar un clavo de acero en madera u otro material), calzar partes (por la acción de la fuerza aplicada en el golpe que la pieza recibe) o romper una pieza. • Los martillos son a menudo diseñados para un propósito especial, por lo que sus diseños son muy variados. • Un tipo de martillo, el martillo de carpintero, tiene una cuña abierta en la parte trasera para arrancar clavos.
<p>Lavacaras</p> 	<p>Precio: \$2,50</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esta lavacara está elaborada en plástico, un material resistente a la intemperie, desgaste, ligero y de fácil limpieza. • Ideal para dejar en remojo todo tipo de prendas o para realizar mezclas de productos de limpieza.
<p>Eternit</p> 	<p>Precio: \$20,00</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es la preferida por los profesionales gracias a su rendimiento en los procesos de instalación, porque reduce la estructura y no necesita una correa intermedia en longitudes de tejas de 2,44 m. lo que significa mayor cubrimiento en menor tiempo.
<p>Tubos de hierro</p> 	<p>Precio: \$1,00</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Tubería de Acero Inoxidable con Costura se fabrica a partir de rollos o placas de acero inoxidable, en donde esta misma es sometida a presiones laterales que provocan un doblez gradual, hasta lograr la forma tubular. • Una vez lograda la forma cilíndrica, se lleva a cabo el proceso de soldado, que mediante la fundición del mismo material o una soldadura aportada, se unen definitivamente los extremos de la lámina o placa, logrando así un sello perfecto en la unión.

Tapas de cola		<p>Precio: \$0,02</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El ensamble mediante rosca debe ser mecánicamente robusto, y por lo tanto estas tapas se fabrican de materiales de suficiente rigidez como polipropileno, poliestireno y PAD.
----------------------	---	---

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.6.Herramientas

Tabla 140. Herramientas

Área	Departamento	Concepto	No.
Taller de elaboración de productos	Producción	Taladro	1
		Pulidora	1
		Tijeras	1
		Alicate	1
		Metro	1
		Brochas	1
		Pinceles	1
		Martillo	1

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.7.Muebles y enseres

Para el funcionamiento de la microempresa de elaboración y comercialización de neumáticos reciclados es importante contar con muebles y enseres que permitan al cliente estar satisfecho con el servicio de calidad que la microempresa le va brindar

Tabla 141. Muebles y enseres

Área	Concepto	No.
Taller de elaboración de productos	Mesas para la elaboración de los productos.	1
Bodega de los productos	Estanterías para almacenar los productos ya elaborados.	1
Área administrativa	Escritorio	1
	Silla giratoria	1
Comercialización	Sillas	3
	Closet	1
	Dispensador de Jabón líquido	1
	Dispensador de Toallas	1
Baño	Dispensador de Papel higiénico	1
	Dispensador de Gel antibacterial	1
	Secador de manos	1

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.8. Equipo Tecnológico

Tabla 142. Equipo tecnológico

Área	Concepto	No.
Comercialización	Televisión Riviera 32" pulgadas	1
	Laptop HP Core i3	1
Área Administrativa	Impresora Epson L310	1
	Teléfono Panasonic	1

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.9. Inversiones

4.9.1. Herramientas

Tabla 143. Herramientas

Área	Departamento	Concepto	Nº	Valor Unitario	Valor Total
Taller de elaboración de productos	Producción	Taladro	1	38,00	38,00
		Pulidora	1	60,00	60,00
		Tijeras	1	3,00	3,00
		Alicate	1	1,50	1,50
		Metro	1	1,00	1,00
		Brochas	1	7,00	7,00
		Pinceles	1	5,00	5,00
		Martillo	1	1,60	1,60
Total					117,10

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.9.2. Muebles y enseres

Para el funcionamiento de la microempresa de elaboración y comercialización de neumáticos reciclados es importante contar con muebles y enseres que permitan al cliente estar satisfecho con el servicio de calidad que la microempresa le va brindar.

Tabla 144. Muebles y enseres

Área	Concepto	No.	Valor Unitario	Valor Total
Taller de elaboración de productos	Mesas para la elaboración de los productos.	1	80,00	80,00
Bodega de los productos	Estanterías para almacenar los productos ya elaborados.	1	70,00	70,00
Área administrativa	Escritorio	1	100,00	100,00
	Silla giratoria	1	30,00	30,00
Comercialización	Sillas	3	20,00	60,00
	Closet	1	90,00	90,00
Baño	Dispensador de Jabón líquido	1	10,00	10,00
	Dispensador de Toallas	1	15,00	15,00
	Dispensador de Papel higiénico	1	8,00	8,00
	Dispensador de Gel antibacterial	1	6,00	6,00
	Secador de manos	1	40,00	40,00
Total				509,00

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.9.3. Equipo Tecnológico

Tabla 145. Equipo tecnológico

Área	Concepto	No.	Valor Unitario	Valor Total
Comercialización	Televisión Riviera 32" pulgadas	1	250,00	250,00
	Laptop HP Core i3	1	400,00	400,00
Área Administrativa	Impresora Epson L310	1	190,00	190,00
	Teléfono Panasonic	1	48,00	48,00
Total				888,00

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.9.4. Gastos de Constitución

Tabla 146. Gastos de constitución

Concepto	N°	Valor Unitario	Valor Total
Gastos Notariales	1	20,00	20,00
Gastos de Registro	1	50,00	50,00
Impuestos	1	80,00	80,00
Total			150,00

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.9.5. Resumen de Activos Fijos

Tabla 147. Resumen de activos fijos

Detalle	Valores
Herramientas	117,10
Muebles y enseres	509,00
Equipo tecnológico	888,00
Gastos de constitución	150,00
Total	1664,10

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.10. Talento Humano

Para el presente proyecto de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados se va a requerir del siguiente personal:

Tabla 148. Talento humano

PERSONAL	CANTIDAD
Administradora	1
Operario	1
Vendedor	1
Total trabajadores	3

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.10.1. Mano de obra directa

Cuadro 1. Mano de obra directa

				12	386		24	11,15%		12
					12					
Personal	Q	Sueldo	Subtotal	13. Sueldo	14. Sueldo	Vacaciones	Aporte IESS	Total Mensual	Total Anual	
Operario	1	386,00	386,00	32,17	32,17	16,08	43,04	509,46	6.113,47	
Total								509,46	6.113,47	

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.11. Capital de Trabajo

Tabla 149. Capital de trabajo

Capital Trabajo	Valor Anual
Costos de Producción	7.399,92
Gastos Administrativos	1.244,44
Gastos de Ventas	549,46
Total	9.193,82

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.12. Costos de producción

Tabla 150. Costo de producción asientos

ASIENTOS (196unidades)				
Detalle	Cantidad	Unidad	Valor	Valor Total
Llantas	392	Unidad	1,50	588,00
Alambre	31	Libras	1,10	34,10
Esponja	196	Planchas	3,40	666,40
Forro de colores	196	Metros	3,80	744,80
				16,00
Forros con diseño	196	Metros	2,90	568,40
MDF	12	Lámina	8,00	96,00
Cemento de contacto	196	Frasco	1,00	196,00
		Total		2893,70

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Tabla 151. Costo de producción maseteros

MASETEROS (203 unidades)				
Detalle	Cantidad	Unidad	Valor	Valor Total
Llantas	203	Unidad	1,50	304,50
Pintura esmalte	40	Galón	15,50	620,00
				5,44
		Total		924,50

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Tabla 152. Costo de producción juegos infantiles

JUEGOS INFANTILES (93 unidades)					
Llantas	744	Unidad	1,50	1116,00	
Pintura	19	Galón	15,50	294,50	
Alambre	30	Libras	1,10	33,00	16,77
Tapas cola	186	Unidad	0,02	3,72	
Total				1447,22	

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

Tabla 153. Costo de producción cajas lúdicas

CAJA LÚDICA (97 unidades)					
Llantas	194	Unidad	1,50	291,00	
Lavacara	97	Unidad	2,50	242,50	
Pintura	19	Galón	15,50	294,50	10,08
MDF	8	Lámina	8,00	64,00	
Total				892,00	

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

Tabla 154. Costo de producción pozos

POZOS (123 unidades)					
Llantas	369	Unidad	1,50	553,50	
Pintura	12	Galón	15,50	186,00	
Eternil	19	Hojas	20,00	380,00	10,95
Tubos de hierro	123	Unidad	1,00	123,00	
Total				1242,50	

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.12.1. Resumen de Costos de Producción

Tabla 155. Resumen costos de producción

Detalle	Valor
MPD	4.624,30
CIF	242,96
MOD	509,46
Total	5.376,71

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.13. Gastos Operativos

4.13.1. Gastos Administrativos

4.13.1.1. Sueldos

Cuadro 2. Sueldo administrativo

				12	386	24	11,15%		12
				12					
Personal	Q	Sueldo	Subtotal	13. Sueldo	14. Sueldo	Vacaciones	Aporte IESS	Total Mensual	Total Anual
Administradora	1	500,00	500,00	41,67	32,17	20,83	55,75	650,42	7.805,00
Total								650,42	7.805,00

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.13.1.2. Gasto suministros de oficina

Tabla 156. Suministros de oficina

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Valor total mensual
Tijeras	1	Unidades	1,50	1,50
Grapas	1	Cajas	1,50	1,50
Grapadora	1	Unidades	3,00	3,00
Saca grapas	1	Unidades	3,70	3,70
Archivadores	1	Unidades	3,25	3,25
Perforadora	1	Unidad	3,00	3,00
Clips	1	Cajas	0,45	0,45
Esferos	4	Unidades	0,35	1,40
Tinta para sello	1	Frascos	1,27	1,27
Tinta para impresora	4	Frascos	8,00	32,00
Total				51,07

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.13.1.3. Gasto suministros de aseo y limpieza

Tabla 157. Suministros de aseo y limpieza

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Valor total mensual
Escoba	1	Unidad	1,50	1,50
Trapeador	1	Unidad	2,00	2,00
Detergente 5kg	1	Unidad	3,00	3,00
Cloro Liquido	1	Frascos	1,00	1,00
Desinfectantes	1	Frascos	2,00	2,00
Recogedores de Basura	1	Unidad	1,00	1,00
Cepillo de Baño	1	Unidad	2,00	2,00
Ambientales	1	Paquetes	2,00	2,00
Jabón liquido	1	Unidad	2,00	2,00
Gel antibacterial	1	Frascos	2,00	2,00
Fundas de basura	1	Paquetes x 12 un	1,00	1,00
Limpia vidrios	1	Frascos	2,00	2,00
Guantes	1	Paquetes	1,00	1,00
Papel higiénico	1	Paquete	8,00	8,00
Basureros	1	Unidad	2,00	2,00
Toalla	1	Unidad	1,00	1,00
Total				33,50

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.13.2. Resumen de Gastos Administrativos

Tabla 158. Resumen gastos administrativos

Detalle	Valor
Mano de Obra	1.669,33
Arriendo	180,00
Suministros de oficina	51,07
Suministros de aseo y limpieza	33,50
Total	1.933,90

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.13.3. Gastos de Ventas

4.13.3.1. Sueldos

Cuadro 3. Sueldo de ventas

				12	386	24	11,15%		12
				12					
Personal	Q	Sueldo	Subtotal	13. Sueldo	14. Sueldo	Vacaciones	Aporte IESS	Total Mensual	Total Anual
Vendedor	1	386,00	386,00	32,17	32,17	16,08	43,04	509,46	6.113,47
Total								509,46	6.113,47

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.13.3.2. Publicidad

Tabla 159. Publicidad

Detalle	Medio	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Prensa	Local	25,00	25,00	300,00
Flayers	Ciudad	15,00	15,00	180,00
Total			40,00	480,00

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.13.4. Gastos Financieros

4.13.4.1. Estructura del financiamiento

Tabla 160. Financiamiento

Detalle	Valor	Porcentaje
Capital Propio	12.014,40	40%
Financiamiento	18.021,60	60%
Total	30.036,00	100%

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

4.14. Costos Indirectos de Fabricación

4.14.1. Servicios Básicos

Tabla 161. Servicios básicos

Detalle	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Valor mensual	Total Anual
Agua Potable	10	metros cúbicos	0,02	0,2	2,40
Energía Eléctrica	80	KW/H	0,091	7,28	87,36
Teléfono	50	minutos	0,02	1,00	12,00
Internet	1	Plan	25	25,00	300,00
Total				33,48	401,76

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.14.2. Materia prima indirecta

Tabla 162. Materia prima indirecta

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total (Mes)	Total Anual
Cemento de contacto	196	unidad	1,00	196,00	2352,00
Tapas de cola	186	tapas	0,02	3,72	44,64
Total				199,72	2396,64

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.14.3. Materiales indirectos

Tabla 163. Materiales indirectos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Total
Taladro	1	38,00	3,17	38,00
Pulidora	1	60,00	5,00	60,00
Tijeras	1	1,50	0,13	1,50
Alicate	1	3,00	0,25	3,00
Metro	1	1,00	0,08	1,00
Brochas	1	7,00	0,58	7,00
Pinceles	1	5,00	0,42	5,00
Martillo	1	1,60	0,13	1,60
Total			9,76	117,1

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.14.4. Resumen Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 164. Resumen CIF

Detalle	Valor
MPI	199,72
Materiales Indirectos	9,76
Servicios Básicos	33,48
Total CIF	242,96

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.15. Total de la Inversión

Tabla 165. Inversión total

Detalle	Valor
Activos Fijos	1.664,10
Gastos de Constitución	150,00
Capital de trabajo	28.221,90
Total	30.036,00

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

4.16. Seguimiento y monitoreo

La persona encargada del seguimiento y monitoreo del aspecto técnico de la microempresa será la Administradora la cual deberá constatar que todas las cantidades y costos estén de acuerdo a lo planificado.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

5.1. Presupuesto de la inversión

Tabla 166. Presupuesto de la inversión

Detalle	Valor
Activos Fijos	1.664,10
Gastos de Constitución	150,00
Capital de trabajo	28.221,90
Total	30.036,00

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.2. Cálculo costo de oportunidad

Tabla 167. Costo de oportunidad

Recursos	Valor	Porcentaje	Tasas	Valor Ponderado
Propio	10.000,00	33%	8,00%	2,64%
Ajeno	20.036,00	67%	13,00%	8,71%
Total	30.036,00	100,00%	20,00%	11,35%

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Costo de capital: 11,35%

5.3. Tasa de rendimiento medio

Formula Tasa de Rendimiento Medio:

$$TRM = (1 + CK)(1 + INFLACIÓN) - 1$$

$$RM = (1 + 11,35\%)(1 + 2\%) - 1$$

$$TRM = 13,58\%$$

La tasa de rendimiento medio representa la utilidad que la microempresa va a obtener en el transcurso de sus actividades comerciales, en este caso la tasa es mayor al costo de capital por tal motivo es positivo para el proyecto.

5.4.Determinación de ingresos

5.4.1. Proyecciones de venta de productos

Tabla 168. Proyección de venta de productos

Tipo de producto	Producción mensual	Producción anual
Asientos	196	2.350
Maseteros	203	2.433
Juegos Infantiles	93	1.116
Cajas Lúdicas	97	1.163
Pozos	123	1.481
Total	712	8.543

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

Tabla 169. Proyección de ventas asientos

Año	Cantidad	Precio/unidad	Total \$
1	2.350	20,79	48.856,50
2	2.468	21,21	52.325,31
3	2.720	21,63	58.842,43
4	3.149	22,06	69.479,82
5	3.828	22,50	86.142,21
	Total		252.802,24

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

Tabla 170. Proyección de ventas maseteros

Año	Cantidad	Precio/unidad	Total \$
1	2.433	7,07	17.201,31
2	2.555	7,21	18.422,60
3	2.817	7,36	20.717,14
4	3.260	7,50	24.462,33
5	3.963	7,65	30.328,80
	Total		93.930,87

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

Tabla 171. Proyección de ingresos juegos infantiles

Año	Cantidad	Precio/unidad	Total \$
1	1.116	21,81	24.339,96
2	1.172	22,25	26.068,10
3	1.292	22,69	29.314,88
4	1.496	23,14	34.614,35
5	1.818	23,61	42.915,44
Total			13.2912,76

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Tabla 172. Proyección de ingresos cajas lúdicas

Año	Cantidad	Precio/unidad	Total \$
1	1.163	13,11	15.246,93
2	1.221	13,37	16.329,46
3	1.346	13,64	18.363,30
4	1.559	13,91	21.682,97
5	1.894	14,19	26.882,90
Total			83.258,62

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Tabla 173. Proyección de ingresos pozos

Año	Cantidad	Precio/unidad	Total \$
1	1.481	14,23	21.074,63
2	1.555	14,51	22.570,93
3	1.714	14,80	25.382,14
4	1.985	15,10	29.970,66
5	2.412	15,40	37.158,11
Total			115.081,84

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.5. Resumen de la proyección de ingresos

Tabla 174. Resumen proyección de ingresos

Producto	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Asientos	48.856,50	52.325,31	58.842,43	69.479,82	86.142,21
Maseteros	17.201,31	18.422,60	20.717,14	24.462,33	30.328,80
Juegos Infantiles	24.339,96	26.068,10	29.314,88	34.614,35	42.915,44
Cajas Lúdicas	15.246,93	16.329,46	18.363,30	21.682,97	26.882,90
Pozos	21.074,63	22.570,93	25.382,14	29.970,66	37.158,11
Total	126.719,33	135.716,40	152.619,89	180.210,13	223.427,46

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

5.6. Determinación de egresos

5.6.1. Costos de Producción

Tabla 175. Costos de producción asientos

Año	Unidades	Costo de Producción	Total Anual
2018	2.350	16,00	37.600,00
2019	2.468	16,32	40.269,60
2020	2.720	16,65	45.285,18
2021	3.149	16,98	53.471,72
2022	3.828	17,32	66.295,11

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

Tabla 176. Costos de producción maseteros

Año	Unidades	Costo de Producción	Total Anual
2018	2.433	5,44	13.235,52
2019	2.555	5,55	14.175,24
2020	2.817	5,66	15.940,77
2021	3.260	5,77	18.822,50
2022	3.963	5,89	23.336,44

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Tabla 177. Costo de producción juegos infantiles

Año	Unidades	Costo de Producción	Total Anual
2018	1.116	16,77	18.715,32
2019	1.172	17,11	20.044,11
2020	1.292	17,45	22.540,60
2021	1.496	17,80	26.615,43
2022	1.818	18,15	32.998,25

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Tabla 178. Costo de producción cajas lúdicas

Año	Unidades	Costo de Producción	Total Anual
2018	1.163	10,08	11.723,04
2019	1.221	10,28	12.555,38
2020	1.346	10,49	14.119,15
2021	1.559	10,70	16.671,57
2022	1.894	10,91	20.669,69

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Tabla 179. Costo de producción pozos

Año	Unidades	Costo de Producción	Total Anual
2018	1.481	10,95	16.216,95
2019	1.555	11,17	17.368,35
2020	1.714	11,39	19.531,58
2021	1.985	11,62	23.062,45
2022	2.412	11,85	28.593,21

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.7. Resumen Costos de Producción

Tabla 180. Resumen costos de producción

Producto	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Asientos	37.600,00	40.269,60	45.285,18	53.471,72	66.295,11
Maseteros	13.235,52	14.175,24	15.940,77	18.822,50	23.336,44
Juegos Infantiles	18.715,32	20.044,11	22.540,60	26.615,43	32.998,25
Cajas Lúdicas	11.723,04	12.555,38	14.119,15	16.671,57	20.669,69
Pozos	16.216,95	17.368,35	19.531,58	23.062,45	28.593,21
Total	97.490,83	104.412,68	117.417,28	138.643,68	171.892,70

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

5.8. Gastos Administrativos

5.8.1. Sueldos Administrativos

Cuadro 4. Sueldos administrativos

	Q	Sueldo	Subtotal	13. Sueldo	14. Sueldo	Vacaciones	Aporte IESS	Total Mensual	Total Anual
Administradora	1	500,00	500,00	41,67	32,17	20,83	55,75	650,42	7.805,00
Operario	1	386,00	386,00	32,17	32,17	16,08	43,04	509,46	6.113,47
Total	2	886,00	886,00	73,83	64,33	36,92	98,79	1.159,87	13.918,47
Año 2019		903,72	903,72	75,31	65,62	37,66	100,76	1.183,07	14.196,84
Año 2020		940,23	940,23	78,35	68,27	39,18	104,84	1.230,87	14.770,39
Año 2021		997,78	997,78	83,15	72,45	41,57	111,25	1.306,20	15.674,46
Año 2022		1.080,03	1.080,03	90,00	78,42	45,00	120,42	1.413,88	16.966,53
Total		4807,76	4807,76	400,65	349,10	200,32	536,07	6.293,89	75.526,69

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

5.8.2. Servicios Básicos

Tabla 181. Servicios básicos

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Agua Potable	2,4	2,45	2,55	2,70	2,93
Energía Eléctrica	87,36	89,11	92,71	98,38	106,49
Teléfono	12,00	12,24	12,73	13,51	14,63
Internet	300,00	306,00	318,36	337,85	365,70
Total	401,76	409,80	426,35	452,45	489,74

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.8.3. Suministros de oficina

Tabla 182. Suministros de oficina

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Tijeras	18,00	18,36	19,10	20,27	21,94
Grapas	18,00	18,36	19,10	20,27	21,94
Grapadora	36,00	36,72	38,20	40,54	43,88
Saca grapas	44,40	45,29	47,12	50,00	54,12
Archivadores	39,00	39,78	41,39	43,92	47,54
Perforadora	36,00	36,72	38,20	40,54	43,88
Clips	5,40	5,51	5,73	6,08	6,58
Esferos	16,80	17,14	17,83	18,92	20,48
Tinta para sello	15,24	15,54	16,17	17,16	18,58
Tinta para impresora	384,00	391,68	407,50	432,45	468,09
Total	612,84	625,10	650,35	690,16	747,05

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.8.4. Suministros de aseo y limpieza

Tabla 183. Suministros de aseo y limpieza

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Escoba	18,00	18,36	19,10	20,27	21,94
Trapeador	24,00	24,48	25,47	27,03	29,26
Detergente 5kg	36,00	36,72	38,20	40,54	43,88
Cloro Liquido	12,00	12,24	12,73	13,51	14,63
Desinfectantes	24,00	24,48	25,47	27,03	29,26
Recogedores de Basura	12,00	12,24	12,73	13,51	14,63
Cepillo de Baño	24,00	24,48	25,47	27,03	29,26
Ambientales	24,00	24,48	25,47	27,03	29,26
Jabón liquido	24,00	24,48	25,47	27,03	29,26
Gel antibacterial	24,00	24,48	25,47	27,03	29,26
Fundas de basura	12,00	12,24	12,73	13,51	14,63
Limpia vidrios	24,00	24,48	25,47	27,03	29,26
Guantes	12,00	12,24	12,73	13,51	14,63
Papel higiénico	96,00	97,92	101,88	108,11	117,02
Basureros	24,00	24,48	25,47	27,03	29,26
Toalla	12,00	12,24	12,73	13,51	14,63
Total	222,00	226,44	235,59	250,01	270,62

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.8.5. Gasto Arriendo

Tabla 184. Arriendo

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Arriendo	2160,00	2203,20	2292,21	2432,51	2633,03

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.9. Resumen de Gastos Administrativos

Tabla 185. Resumen gastos administrativos

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Sueldo	10.208,97	10.413,15	10.833,84	11.496,96	12.444,68
Servicio Básico	401,76	409,80	426,35	452,45	489,74
Suministros de aseo y limpieza	222,00	226,44	235,59	250,01	270,62
Suministro de oficina	612,84	625,10	650,35	690,16	747,05
Arriendo	2.160,00	2.203,20	2.292,21	2.432,51	2.633,03
Total	13.605,57	13.877,69	14.438,34	15.322,09	16.585,12

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

5.10. Gastos de Venta

5.10.1. Sueldo de ventas

Cuadro 5. Sueldo de ventas

	Q	Sueldo	Subtotal	13. Sueldo	14. Sueldo	Vacaciones	Aporte IESS	Total Mensual	Total Anual
Vendedor	1	386,00	386,00	32,17	32,17	16,08	43,04	509,46	6.113,47
Total	1	386,00	386,00	32,17	32,17	16,08	43,04	509,46	6.113,47
Año 2019		393,72	393,72	32,81	32,81	16,41	43,90	519,64	6.235,74
Año 2020		409,63	409,63	34,14	34,14	17,07	45,67	540,64	6.487,66
Año 2021		434,70	434,70	36,22	36,22	18,11	48,47	573,73	6.884,76
Año 2022		470,53	470,53	39,21	39,21	19,61	52,46	621,02	7.452,28
Total		2.094,58	2.094,58	174,55	174,55	87,27	233,55	2.764,49	33.173,91

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

5.10.2. Publicidad

Tabla 186. Publicidad

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Prensa	300,00	306,00	318,36	337,85	365,70
Flayers	180,00	183,60	191,02	202,71	219,42
Total	480,00	489,60	509,38	540,56	585,12

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.11. Resumen gastos de venta

Tabla 187. Resumen gastos de venta

Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Sueldo	6.113,47	6.235,74	6.487,66	6.884,76	7.452,28
Publicidad	480,00	489,60	509,38	540,56	585,12
Total	6.593,47	6.725,34	6.997,04	7.425,32	8.037,40

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.12. Gasto Financiero

Cuadro 6. Gasto financiero

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Capital	20.036,00			
Interés	13,00%			
Plazo (años)	5,00			
Cuota	\$455,88			
Banco	FOMENTO			
	Fecha	Cuota	Interés	Capital
1	1/2/2018	\$455,88	\$217,06	\$238,82
2	3/3/2018	\$455,88	\$214,47	\$241,41
3	2/4/2018	\$455,88	\$211,85	\$244,03
4	2/5/2018	\$455,88	\$209,21	\$246,67
5	1/6/2018	\$455,88	\$206,54	\$249,34

6	1/7/2018	\$455,88	\$203,84	\$252,04
7	31/7/2018	\$455,88	\$201,11	\$254,77
8	30/8/2018	\$455,88	\$198,35	\$257,53
9	29/9/2018	\$455,88	\$195,56	\$260,32
10	29/10/2018	\$455,88	\$192,74	\$263,14
11	28/11/2018	\$455,88	\$189,89	\$265,99
12	28/12/2018	\$455,88	\$187,00	\$268,88
			\$2.427,60	\$3.042,97
13	27/1/2019	\$455,88	\$184,09	\$271,79
14	26/2/2019	\$455,88	\$181,15	\$274,73
15	28/3/2019	\$455,88	\$178,17	\$277,71
16	27/4/2019	\$455,88	\$175,16	\$280,72
17	27/5/2019	\$455,88	\$172,12	\$283,76
18	26/6/2019	\$455,88	\$169,05	\$286,83
19	26/7/2019	\$455,88	\$165,94	\$289,94
20	25/8/2019	\$455,88	\$162,80	\$293,08
21	24/9/2019	\$455,88	\$159,62	\$296,26
22	24/10/2019	\$455,88	\$156,41	\$299,47
23	23/11/2019	\$455,88	\$153,17	\$302,71
24	23/12/2019	\$455,88	\$149,89	\$305,99
			\$2.007,57	
25	22/1/2020	\$455,88	\$146,58	\$309,31
26	21/2/2020	\$455,88	\$143,22	\$312,66
27	22/3/2020	\$455,88	\$139,84	\$316,04
28	21/4/2020	\$455,88	\$136,41	\$319,47
29	21/5/2020	\$455,88	\$132,95	\$322,93
30	20/6/2020	\$455,88	\$129,45	\$326,43
31	20/7/2020	\$455,88	\$125,92	\$329,96

32	19/8/2020	\$455,88	\$122,34	\$333,54
33	18/9/2020	\$455,88	\$118,73	\$337,15
34	18/10/2020	\$455,88	\$115,08	\$340,80
35	17/11/2020	\$455,88	\$111,39	\$344,49
36	17/12/2020	\$455,88	\$107,65	\$348,23
			\$1.529,57	
37	16/1/2021	\$455,88	\$103,88	\$352,00
38	15/2/2021	\$455,88	\$100,07	\$355,81
39	17/3/2021	\$455,88	\$96,21	\$359,67
40	16/4/2021	\$455,88	\$92,32	\$363,56
41	16/5/2021	\$455,88	\$88,38	\$367,50
42	15/6/2021	\$455,88	\$84,40	\$371,48
43	15/7/2021	\$455,88	\$80,37	\$375,51
44	14/8/2021	\$455,88	\$76,30	\$379,58
45	13/9/2021	\$455,88	\$72,19	\$383,69
46	13/10/2021	\$455,88	\$68,04	\$387,84
47	12/11/2021	\$455,88	\$63,83	\$392,05
48	12/12/2021	\$455,88	\$59,59	\$396,29
			\$985,58	
49	11/1/2022	\$455,88	\$55,29	\$400,59
50	10/2/2022	\$455,88	\$50,95	\$404,93
51	12/3/2022	\$455,88	\$46,57	\$409,31
52	11/4/2022	\$455,88	\$42,13	\$413,75
53	11/5/2022	\$455,88	\$37,65	\$418,23
54	10/6/2022	\$455,88	\$33,12	\$422,76
55	10/7/2022	\$455,88	\$28,54	\$427,34
56	9/8/2022	\$455,88	\$23,91	\$431,97
57	8/9/2022	\$455,88	\$19,23	\$436,65

58	8/10/2022	\$455,88	\$14,50	\$441,38
59	7/11/2022	\$455,88	\$9,72	\$446,16
60	7/12/2022	\$455,88	\$4,89	\$450,99
			\$366,51	

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.13. Depreciaciones

Tabla 188. Depreciaciones

ACTIVO	VALOR	% DEPREC	DEPRECIACIÓN
Muebles y enseres	509,00	10%	50,90
Equipo de computo	888,00	33%	295,97
Herramientas	117,10	10%	11,71
Gastos de Constitución	150,00	20%	30,00
Total	1.664,10		388,58

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.14. Estados Financieros

5.14.1. Balance General

Cuadro 7. Balance general

ESTADO DE SITUACION INICIAL	
MICROEMPRESA ART-ECO	
BALANCE GENERAL	
CUENTAS	
<u>ACTIVOS</u>	
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>	
Caja – Bancos	28.371,90
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	28.371,90
<u>ACTIVOS FIJOS</u>	
MUEBLES Y ENSERES	509,00
EQUIPOS DE CÒMPUTO	888,00
HERRAMIENTAS	117,10
GASTOS DE CONSTITUCIÒN Y ORGANIZACIÒN	150,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	1.664,10
TOTAL ACTIVOS	<u>30.036,00</u>
<u>PASIVOS</u>	
Pasivos largo plazo	20.036,00
TOTAL PASIVOS	20.036,00
<u>PATRIMONIO</u>	
Capital social	10.000,00
TOTAL PATRIMONIO	10.000,00
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	30.036,00

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.14.2. Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Cuadro 8. Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE RESULTADOS					
Cuentas	1	2	3	4	5
Ventas					
Asientos	48.856,50	52.325,31	58.842,43	69.479,82	86.142,21
Maseteros	17.201,31	18.422,60	20.717,14	24.462,33	30.328,80
Juegos infantiles	24.339,96	26.068,10	29.314,88	34.614,35	42.915,44
Cajas lúdicas	15.246,93	16.329,46	18.363,30	21.682,97	26.882,90
Pozos	21.074,63	22.570,93	25.382,14	29.970,66	37.158,11
Total	126.719,33	135.716,40	152.619,88	180.210,12	223.427,46
(-) Costo de Ventas					
Compras					
Asientos	37.600,00	40.269,60	45.285,18	53.471,72	66.295,11
Maseteros	13.235,52	14.175,24	15.940,77	18.822,50	23.336,44
Juegos infantiles	18.715,32	20.044,11	22.540,60	26.615,43	32.998,25
Cajas lúdicas	11.723,04	12.555,38	14.119,15	16.671,57	20.669,69
Pozos	16.216,95	17.368,35	19.531,58	23.062,45	28.593,21
Total	97.490,83	104.412,68	117.417,28	138.643,68	171.892,70
(=)Utilidad bruta	29.228,50	31.303,72	35.202,60	41.566,44	51.534,75
(-) Gastos operacionales					
Gastos operacionales	24.088,56	25.292,99	26.557,64	27.885,52	29.279,80
Depreciación	388,58	388,58	388,58	82,61	82,61
Total	24.477,14	25.681,57	26.946,22	27.968,13	29.362,41
(=) Utilidad operaciones	4.751,36	5.622,16	8.256,38	13.598,31	22.172,35
(-) Intereses	2.427,60	2.007,57	1.529,57	985,58	366,51
(=) Utilidad antes de participación trabajadores	2.323,76	3.614,58	6.726,82	12.612,73	21.805,84
(-) 15% Participación trabajadores	-	-	1.009,02	1.891,91	3.270,88
(=) Utilidad antes de impuestos	2.323,76	3.614,58	5.717,79	10.720,82	18.534,96
(-) 22% Impuesto a la renta	-	-	1.257,91	2.358,58	4.077,69
(=) Utilidad neta	2.323,76	3.614,58	4.459,88	8.362,24	14.457,27

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

5.14.3. Flujo de efectivo proyectado

Tabla 189. Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta	2.323,76	3.614,58	4.459,88	8.362,24	14.457,27
Depreciación	388,58	388,58	388,58	82,61	82,61
Recuperación Cap. Trabajo					28.221,90
					1.330,96
Flujo de efectivo	2.712,34	4.003,16	4.848,46	8.444,85	42.761,78

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.14.4. Presupuesto de caja

Cuadro 9. Presupuesto de caja

PRESUPUESTO DE CAJA													
INGRESOS DE FECTIVO													
Porcentaje de venta	4%	18%	8%	5%	17%	5%	5%	3%	3%	7%	7%	18%	100%
Cuentas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Asientos	1954,26	8794,17	3908,52	2442,83	8305,61	2442,83	2442,83	1465,70	1465,70	3419,96	3419,96	8794,17	48856,50
Maseteros	688,05	3096,24	1376,10	860,07	2924,22	860,07	860,07	516,04	516,04	1204,09	1204,09	3096,24	17201,31
Juegos Infantiles	973,60	4381,19	1947,20	1217,00	4137,79	1217,00	1217,00	730,20	730,20	1703,80	1703,80	4381,19	24339,96
Cajas Lúdicas	609,88	2744,45	1219,75	762,35	2591,98	762,35	762,35	457,41	457,41	1067,29	1067,29	2744,45	15246,93
Pozos	842,99	3793,44	1685,97	1053,73	3582,69	1053,73	1053,73	632,24	632,24	1475,23	1475,23	3793,44	21074,67
Total	5068,7748	22809,4866	10137,5496	6335,9685	21542,2929	6335,9685	6335,9685	3801,5811	3801,5811	8870,3559	8870,3559	22809,4866	90397,77
SALIDAS DE FECTIVO													
Compras MP	2853,00	2071,09	2071,09	2071,09	2071,09	2071,09	2071,09	2071,09	2071,09	2071,09	2071,09	2071,09	25634,99
Contado	570,60	414,22	414,22	414,22	414,22	414,22	414,22	414,22	414,22	414,22	414,22	414,22	5127,00
60 días	-	-	2282,40	1656,87	1656,87	1656,87	1656,87	1656,87	1656,87	1656,87	1656,87	1656,87	17194,25
MOD	509,46	509,46	509,46	509,46	509,46	509,46	509,46	509,46	509,46	509,46	509,46	509,46	6113,52
CIF	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	4821,12
Sueldos	1159,87	1159,87	1159,87	1159,87	1159,87	1159,87	1159,87	1159,87	1159,87	1159,87	1159,87	1159,87	13918,44
Servicios Básicos	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76	401,76
Arriendo	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Suministros de oficina	612,84	612,84	612,84	612,84	612,84	612,84	612,84	612,84	612,84	612,84	612,84	612,84	
Suministros de limpieza	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	
Capital	219,97	222,35	224,76	227,20	229,66	232,14	234,66	237,20	239,77	242,37	244,99	247,65	2802,72
Interés	199,92	197,54	195,13	192,69	190,23	187,74	185,23	182,69	180,12	177,52	174,89	172,24	2235,94
Total	4478,18	4321,80	6604,20	5978,67	5978,67	5978,67	5978,67	5978,67	5978,67	5978,67	5978,67	5978,67	52794,74
Flujo de Efectivo	590,60	18487,69	3533,35	357,30	15563,62	357,30	357,30	-2177,09	-2177,09	2891,69	2891,69	16830,82	37603,03

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.15. Evaluación financiera

5.15.1. Valor Actual Neto (VAN)

$$\text{VAN} = \sum \frac{\text{Flujos netos de caja actualizados}}{(1+i)^n} - \text{Inversión}$$

Tabla 190. Valor actual neto

VALOR PRESENTE NETO			
AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FE * FREC.
1	2.712,34	0,898	2.436,19
2	4.003,16	0,807	3.229,51
3	4.848,46	0,725	3.513,22
4	8.444,85	0,651	5.496,17
5	42.761,78	0,585	24.997,17
		Valor Presente	39.672,25
		(-) Inversión Inicial	30.036,00
		VPN	9.636,25

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

El valor presente neto del proyecto dio como resultado 9.636,25 valor superior a cero, por lo tanto el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

5.15.2. Tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 191. Tasa interna de retorno

AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSION INICIAL
1	2.712,34	-30.036,00
2	4.003,16	
3	4.848,46	
4	8.444,85	
5	42.761,78	
	TIR	19%

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

La tasa interna de retorno del proyecto dio como resultado 19%, valor superior al costo de capital del mismo que es de 11,35% por lo tanto el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

Beneficio-costo

$$\text{Beneficio} - \text{Costo} = \frac{\text{Valor Presente Neto}}{\text{Inversion}}$$

$$\text{Beneficio} - \text{Costo} = \frac{39.672,25}{30.036,00}$$

$$\text{Beneficio} - \text{Costo} = 1,32$$

El costo beneficio del proyecto dio como resultado 1,32 valor superior a uno, por lo tanto el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

5.15.3. Período de recuperación de la inversión

Tabla 192. Recuperación de la inversión

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSION INICIAL
1	2.712,34	30.036,00
2	4.003,16	
3	4.848,46	
4	8.444,85	
5	42.761,78	
	PRI	4,50 años

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

El período de recuperación de la inversión del proyecto es de 4,50 años, es decir la inversión inicial del proyecto va ser recuperada en su totalidad en el tiempo establecido anteriormente.

5.15.4. Punto de equilibrio

Tabla 193. Punto de equilibrio en cantidad

PRODUCTOS	PRECIO	COSTO	MC	RELACION	P.E.Q	
Asientos	20,79	16,00	4,79	28%	1,3412	1995
Maseteros	7,07	5,44	1,63	28%	0,4564	1995
Juegos infantiles	21,81	16,77	5,04	13%	0,6552	926
Cajas lúdicas	13,11	10,08	3,03	14%	0,4242	998
Pozos	14,23	10,95	3,28	17,0%	0,5576	1212
	Total			100%	3,43	7127

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

Tabla 194. Punto de equilibrio en dólares

PRODUCTOS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	VENTAS	P.E\$
Asientos	6.853,60	1.505,48	48.856,5	7.072
Maseteros	6.853,60	1.505,48	17.201,31	7.511
Juegos infantiles	3.182,03	698,97	24.339,96	3.276
Cajas lúdicas	3.426,80	752,74	15.246,93	3.605
Pozos	4.161,11	914,04	21.074,67	4.350
	Total			25.813

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

La microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados tiene que obtener unas ventas de 7127 productos con unos ingresos de \$25.813,00 para que permanezca en equilibrio.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La Estructura Organizacional es el análisis de la empresa, es decir es el estudio de cada una de las partes o elementos que la conforman las cuales deben estar en un orden específico. La estructura deberá ser relativamente duradera y divide el trabajo y los mecanismos de coordinación que se realizan dentro de la empresa. Además se encarga de la división de las funciones, puestos y de niveles de toma de decisiones.

6.1. Denominación de la microempresa

El nombre por la cual la microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados es Art-Eco ya que este nombre tiene características que van de acuerdo con la descripción del proyecto y estará representada para los organismos de control como Persona Jurídica con su representantes legales Srta. Muñoz Quelal Andrea Johanna con cedula de identidad 040172268-1 de estado civil soltera y domiciliada en la ciudad de Ibarra y la Srta. Reina Recalde Carla Lizbeth con cedula de identidad 100375507-9 de estado civil soltera y domiciliada en la ciudad de Ibarra.

6.2. Importancia de la microempresa

La microempresa resulta como un importante instrumento de unidad económica, de producción y comercialización, así como ayuda a prevenir la contaminación ambiental de la ciudad de Ibarra.

6.3. Beneficiarios

El Proyecto tiene como objetivo principal la creación de la microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados, como propósito es dotar de beneficios a los socios del negocio para generar más ingresos, a los empleados, a los clientes.

6.4.Sector económico

La microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados será una compañía de responsabilidad limitada conforme a los siguientes artículos:

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

6.5.Tipo de empresa

Para el presente proyecto la microempresa se encuentra en la clasificación de las microempresas de producción innovadora ya que nuestro producto es nuevo en el mercado y además es

comercial porque las propietarias elaborarán y comercializarán productos en base a neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra.

6.6. Logo de la microempresa

Ilustración 17. Logo



Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

6.7. Slogan de la microempresa

“Productos amigables con el medio ambiente”

El presente slogan hace referencia al uso de productos amigables con el medio ambiente, puede proteger los recursos del planeta y garantizar la existencia de recursos para generaciones futuras.

6.8. Marco Legal

6.8.1. Razón Social

La razón social de la microempresa “Art-Eco” será una entidad dedicada a brindar el servicio de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados.

De conformidad con lo prescrito con la ley de propiedad intelectual, dicha marca comercial se solicitara al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI a través de los recursos correspondientes.

6.9.Filosofía de la Empresa

6.9.1. Misión

“Art-Eco” es una microempresa especializada en la elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados, contando con personal altamente capacitado para la atención del cliente.

6.9.2. Visión

“Art-Eco”, para el año 2023 pretende convertirse en una microempresa reconocida a nivel provincial y nacional como una entidad que ayuda a la preservación y cuidado del medioambiente mediante la reutilización de neumáticos.

6.9.3. Objetivos estratégicos

- Incrementar en un 5% las ventas de los productos en base a neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra mediante descuentos en fechas especiales o festivas.
- Mejorar en un 3% la posición competitiva de la empresa mediante valores agregados a los productos llegando así a satisfacer las necesidades de los clientes.
- Incrementar en un 5% las capacitaciones e incentivos a los trabajadores para que se afiance la fidelidad y el compromiso con la empresa.
- Incrementar el 10% de las utilidades mediante el incremento de las ventas de los productos en base a neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra.

6.9.4. Valores

Los principios éticos y morales forman parte de la conducta y comportamiento dentro de la organización en la que desempeñan sus funciones, por lo que se convierten en la base fundamental en la que gira la empresa.

- a) **Compromiso:** asumir con profesionalismo y seriedad el trabajo a realizar dentro de la empresa para su funcionamiento y cumplimiento de metas y objetivos.
- b) **Excelencia:** lograr la excelencia en calidad del producto, servicio, procesos, ambiente laboral y relaciones con el entorno comercial, social y ambiental.
- c) **Honestidad:** Trabajo con transparencia, siendo razonables y justos con los clientes y trabajadores de la microempresa de acuerdo a las normas legales y del negocio.
- d) **Responsabilidad Ambiental:** Valor representado en el cuidado, recuperación y sostenimiento del ecosistema. Aplicación de procesos de producción respetuosos con el medio ambiente e inculcando en la comunidad una cultura de cuidado ambiental, frenando el cambio climático.
- e) **Responsabilidad Social:** Contribuir al desarrollo social, y económico de nuestros clientes para mejorar la calidad de vida.
- f) **Trabajo en equipo:** Ser efectivos trabajando juntos, para lograr los objetivos organizacionales.

6.9.5. Políticas

- Para la selección del nuevo personal de la empresa se escogerá entre 3 candidatos idóneos, a los cuales se les aplicará pruebas teóricas de acuerdo al puesto de trabajo al que se requiera, sin que ello implique la obligación de una relación laboral entre las dos partes.

- Se considerarán trabajadores de “Art-Eco” todas las personas que presten sus servicios lícitos y personales, en virtud de sus respectivos Contratos Individuales de Trabajo, fijos, siempre y cuando perciban su remuneración directamente de la microempresa
- Las funciones y responsabilidades que se realicen en cada puesto serán especificadas en el correspondiente manual de funciones aprobado por el Empleador siempre y cuando no vaya en contra de disposiciones legales. Todos los trabajadores deberán someterse a dichas descripciones o especificaciones en cuanto al procedimiento y los sistemas de actividad que se dispongan.
- Como norma general, todo Trabajador que ingrese por primera vez a prestar sus servicios, deberá suscribir un Contrato de Trabajo con inclusión de un período de prueba de hasta noventa días, al tener de lo prescrito en el Artículo 15 del Código del Trabajo, salvo el caso de que se trate de labores que por su naturaleza deban ejecutarse mediante la suscripción de Contratos de Trabajo de naturaleza ocasional, eventual, temporal, y aquellos que hagan referencia a labores de tipo técnico o profesional.
- Los horarios de trabajo serán los que para cada caso estipule El Empleador, normalmente se cumplirá con el siguiente horario establecido de 8:30 a.m. a las 13:30 p.m. y de 15 p.m. a 18 p.m. de lunes a sábado. Sin perjuicio del Empleador, según sus necesidades, pueda mantener o cambiar los horarios de trabajo previa aprobación de la Dirección Regional del Trabajo; los Trabajadores procurarán no abandonar sus puestos de trabajo mientras el reemplazante no se encuentre presente.
- De las remuneraciones se deducirán todos los descuentos y retenciones dispuestas por la Ley, así como también los descuentos expresamente autorizados por el Trabajador.

- Al momento de ser notificado con la terminación de su Contrato de Trabajo, y antes de recibir su liquidación, el Trabajador deberá entregar al Empleador, todos los materiales, equipos y en general, cualquier bien que le haya sido proporcionado por el Empleador para la ejecución de su trabajo.
- Para las utilidades el trabajador deberá presentar hasta el 15 de marzo de cada año, los justificativos que acrediten sus cargas familiares, como: partidas de nacimiento de hijos y acta matrimonial o declaración juramentada de unión libre.

6.10. Requerimiento de personal

Tabla 195. Requerimiento de personal

PERSONAL	NÚMERO
Administradora	1
Operario	1
Vendedor	1

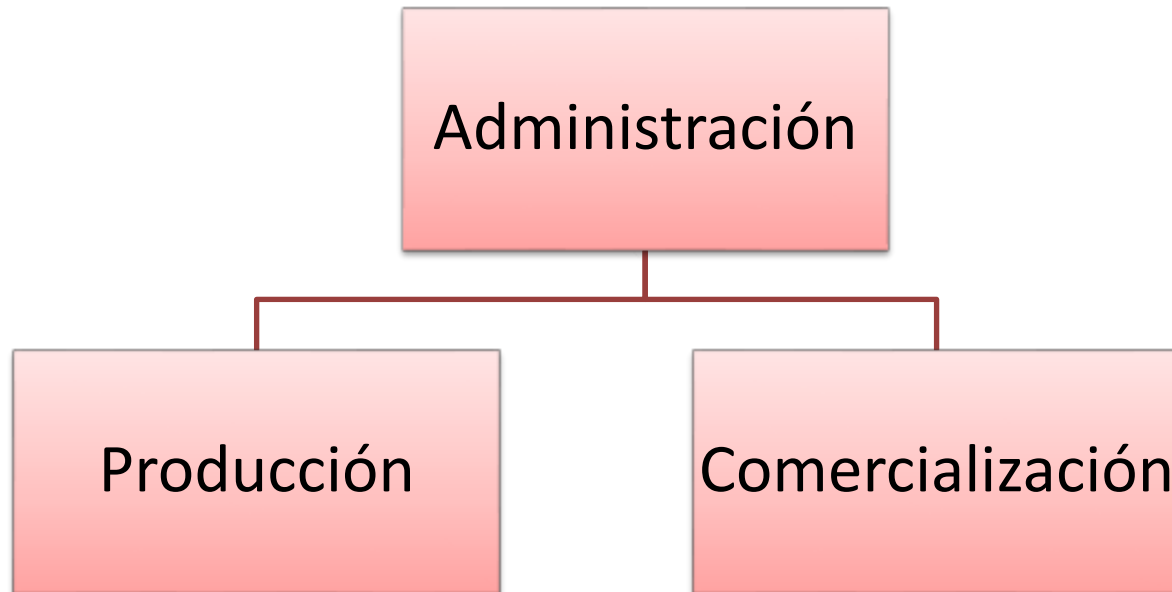
Elaborado por: Las Autoras

Año: 2018

6.11. Organigrama Estructural

El organigrama tiene como objetivo presentar, de forma clara, objetiva y directa, la estructura jerárquica de la empresa. Desde el presidente, pasando por los directores, gerentes y empleados, todos los cargos y funciones están ahí. Ayuda a la división interna, pero también contribuye a agilizar procesos y reducir barreras entre la empresa y agentes externos, como proveedores y socios.

Ilustración 18. Organigrama estructural



Elaborado por: Las autoras
Año: 2018

6.12. Niveles Administrativos

Nivel intermedio: Nivel administrativo que articula internamente el nivel institucional con el nivel operacional de la organización. Es el nivel del medio campo y está conformado por los gerentes, Recibe el nombre de nivel gerencial o táctico y funciona como una capa amortiguadora de los impactos ambientales, pues recibe las decisiones globales tomadas en el nivel institucional y las transforma en programas de acción para el nivel operacional.

Interpreta la misión y los objetivos fundamentales del negocio y los traduce en medios de acción cotidianos para que el nivel operativo pueda transformarlos en ejecuciones. En este nivel, el administrador debe poseer visión táctica.

Nivel operacional: Nivel administrativo más bajo de todos; es el más interno de la organización y constituye la base inferior del organigrama. Administra la ejecución y la realización de las tareas y actividades cotidianas. En este nivel, el administrador debe poseer visión operacional. Recibe el nombre de supervisión de primera línea porque tiene contacto directo con la ejecución

y la operación realizada atribuciones y perfiles de los niveles administrativos por los empleados no administrativos y los obreros encargan de realizar tareas y actividades de la organización.

(Chiavenato, 1995)

Gerente general

Perfil:

- **Educación:** estudios universitarios completos
- **Títulos:** administración de empresa, finanzas, ingeniería industrial o afines, con maestrías en administración de empresas, producción, comercialización.
- **Experiencia:** mínima de 1 año en posiciones generales similares en la industria
- Solido conocimiento en procesos de manufactura en neumáticos reciclados
- Conocimiento avanzado de Microsoft office
- Manejo de plataforma electrónica INCOP

Competencias:

- Buena comunicación
- Fluidez verbal
- Trabajo en equipo
- Solución de problemas
- Toma de decisiones
- Capacidad para trabajar bajo presión

Funciones:

- Realizar el proceso de contratación de personal
- Realizar el proceso de compra de los materiales y herramientas a utilizarse
- Dirigir y controlar los diferentes departamentos

- gestionar los trámites necesarios para la microempresa, pago de impuestos, servicios básicos, pago de patente municipal, permiso de los bomberos, RUC o RISE.
- Motivar al personal con charlas y brindar capacitación
- Negociaciones con proveedores y clientes
- cumplir y hacer cumplir las políticas y procedimientos internos

Operarios

Perfil:

- **Género:** hombre/mujer
- **Edad:** 20 a 50 años
- **Educación formal:** bachiller técnico
- **Experiencia:** mínima de 1 año
- disponibilidad para trabajar tiempo completo

Competencias:

- Iniciativa
- Organización
- Comunicación eficaz
- Trabajo bajo presión

Funciones:

- Realizar trabajos asignados por el supervisor
- Detectar defectos de calidad del producto, según instrucciones y muestrarios establecidos
- Mantener la operatividad y el buen estado del equipo a su cargo
- Responsable de los diferentes puestos y actividades varias
- Colaborar con el orden de limpieza de las líneas de producción

Vendedor

Perfil:

- **Género:** hombre/Mujer
- **Edad:** 23-45 años
- **Experiencia:** 2 años en cargos similares
- **Instrucción:** estudios universitarios en ingeniería comercial, marketing
- **Administración de cartera:** conocimiento en asignación de crédito, negocios con clientes
- **Manejo de presupuesto de ventas:** conocimiento y cumplimiento de presupuesto de ventas
- **Manejo informático:** conocimiento en Windows , Office y paquetes utilitarios para elaborar reportes
- Buena presencia

Competencias:

- Capacidad de planificar y organizar
- Facilidad de comunicación
- Habilidad para negociación/ventas
- Ser una persona altamente amable, sociable y con un buen manejo de relaciones interpersonales

Funciones:

- Venta de productos terminados
- Indicar los diseños, colores, formas de los productos
- Facturación al cliente
- Apertura de cartera de clientes
- Incrementar la cartera de clientes de la microempresa

- Dar seguimiento a las negociaciones

6.13. Estrategias de marketing mix

a) Producto

- En cuanto a la presentación del producto, se ofrecerá de acuerdo a los gustos y preferencias del consumidor estos pueden ser artículos grandes, medianos o pequeños en diversos colores y diseños.
- Para la elaboración se utilizará elementos estructurales principales como los neumáticos usados, esponjas, forros estampados y de colores, Eternit, tubos de hierro, lavacaras, Mdf, tapas, alambre y pinturas amigables con el ambiente, de manera que se obtenga productos diferenciados con políticas de reutilización.
- Cumplir estándares de calidad en todos los componentes y en el proceso de elaboración de los productos en base a neumáticos reciclados.

b) Precio

- Establecer los precios de acuerdo a la capacidad de pago de los clientes y la competencia.
- Desarrollar políticas de forma de pago como: crédito personal y tarjetas de crédito que permitan opciones de accesibilidad a los clientes para adquirir los productos en base a neumáticos reciclados.
- Desarrollar políticas de descuentos por la compra de cada producto en base a neumáticos reciclados.

c) Plaza

- La distribución de los productos en base a neumáticos reciclados se realizara mediante el canal directo.
- El punto de venta mantendrá espacios físicos confortables, agradables para la atención del consumidor final.
- Ubicar en forma ordenada y lógica los diferentes productos decorativos, para causar una óptica visual a los potenciales clientes.
- Mantener los horarios de atención al cliente establecidos de lunes a sábado.


d) Promoción

- El medio publicitario por el que se va a dar a conocer de la microempresa de productos en base a neumáticos reciclados es por medio de la prensa.
- Se desarrollara políticas de promoción en donde por la compra de dos productos se les entregara una planta.
- Por la compra de tres productos el cuarto se entregara gratis.

6.14. Descripción de las Funciones

6.14.1. Descriptor del puesto

Ilustración 19. Descriptor del puesto del administrador

	<h1>Art-Eco</h1>	
Nombre del cargo	Administrador	
Descripción del cargo	Optimizar y organizar eficiente y eficazmente los recursos de la microempresa.	
Perfil del cargo	Formación	Educación Superior.
	Especialidad	Ingeniero Comercial, Contador o carrera afines.
	Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en cargo similar.
Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Representar a la empresa judicial y extrajurídicamente en lo administrativo. • Dirigir la gestión administrativa y financiera de la empresa. • Formular políticas, normas y procedimientos administrativos, relacionados con todos los procesos. • Cumplir y hacer cumplir los estatus legales establecidos. • Coordinar, supervisar, controlar y monitorear los procesos empresariales. 	
Elaborado por: Andrea Muñoz	Revisado por: Carla Reina	Autorizado por: Ing. Diego Rodríguez


Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Ilustración 20. Descriptor del puesto operario

	<h1>Art-Eco</h1>	
Nombre del cargo	Operario	
Descripción del cargo	Desarrollar las acciones que corresponden al proceso de elaboración de los productos en base a neumáticos reciclados.	
Perfil del cargo	Formación	Artesanos
	Especialidad	Tapicería
	Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.
Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener su puesto de trabajo ordenado, limpio, para la aplicación de las actividades pertinentes. • Cumplir con las actividades de acuerdo a su puesto ocupacional. • Usar los equipos de protección personal de acuerdo a las actividades que se desarrollaran en la microempresa. • Desarrollar sus actividades de acuerdo a los tiempos requeridos en los procesos de elaboración de los productos. • Ajustar los principios técnicos, parámetros de calidad que aplique la microempresa en la elaboración de los productos. 	
Elaborado por: Andrea Muñoz	Revisado por: Carla Reina	Autorizado por: Ing. Diego Rodríguez

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Ilustración 21. Descriptor del puesto vendedor

	<h1>Art-Eco</h1>	
Nombre del cargo	Vendedor	
Descripción del cargo	Comercializar los productos de la microempresa, sustentando las ventas con la capacidad operativa de la entidad.	
Perfil del cargo	Formación	Educación Superior.
	Especialidad	Ingeniero en Marketing o carrera afines.
	Experiencia	Mínimo 2 años de experiencia en cargo similares.
Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar las estrategias de marketing mix de forma oportuna. • Realizar estudios de mercado para fortalecer las ventas y posicionamiento de la microempresa. • Mantener relaciones constantes con potenciales clientes. • Llevar el registro de ventas en concordancia con las políticas de la microempresa. 	
Elaborado por: Andrea Muñoz	Revisado por: Carla Reina	Autorizado por: Ing. Diego Rodríguez

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

6.15. Aspectos legales

6.15.1. Permiso de bomberos

Para la obtención del Permiso de Funcionamiento se deberá cumplir con los artículos: Artículo 350.- El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

- Solicitud de inspección
- Informe de inspección a probada por bomberos 2018
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia de RUC o RISE
- Copia de patente Comercial Municipal 2018
- TERCERA EDAD: Copia de exoneración Municipal
- ARTESANOS/AS: Traer RUC o RISE
- Solicitar código en bomberos
- Patente municipal

6.15.2. Patente Municipal

Según el artículo 547 del COOTAD publicado en el suplemento del Registro Oficial Número 303 del 10 de Octubre del 2010, deben declarar y pagar el impuesto a la patente Municipal todas las personas y las empresas o sociedades domiciliadas o con establecimiento en el Cantón Ibarra que realicen permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales; para ello se debe presentar los siguientes requisitos:

- Solicitud dirigida al alcalde
- Croquis del predio y la ubicación exacta del local en el predio, dimensionado
- Especie valorada para certificación vacía

- Tasa por servicios administrativos
- Copia de la carta de pago del impuesto del propietario del bien inmueble
- Copia de cedula y papeleta de votación del dueño de la actividad económica
- Certificación de tesorería de no adeudar al Municipio
- Adjuntar el certificado de uso de suelo
- Realizar el pago de uso de suelo
- RUC o RISE

6.15.3. Certificado Ambiental

El Ministerio del Ambiente emite dichas autorizaciones a través del sistema único de información ambiental (SUIA), herramienta informática disponible en el portal web: suia.ambiente.gob.ec dicho proceso no tarda más de 30 minutos.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Objetivo:

Identificar los principales impactos que incurrirán al realizar el proyecto de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados en los ámbitos: económico, social y ambiental. Para identificar el nivel de impacto se utilizará una matriz con las respectivas valoraciones para cada uno de los indicadores correspondientes a los impactos, en la matriz se calificará de acuerdo a una escala en donde -3 es un impacto altamente negativo, 0 no presenta ningún impacto y 3 es un impacto altamente positivo, después de valorar cada indicador se divide el total para el número de impactos.

Ilustración 22. Puntuación por nivel de impacto

Puntuación	Significado
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	Neutro
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: Investigación

Elaborado por: Las Autoras

7.2. Impacto Económico

Tabla 196. Impacto económico

Indicador Económico	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Rentabilidad							X	3
Costo de producción						X		2
Inversión						X		2
Dinamización de la economía de la ciudad.						X		2
Total						6	3	9

Fuente: Investigación

Elaborado por: Las Autoras

$$\frac{\Sigma \text{Total}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{9}{4} = 2,25 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

Análisis:

Rentabilidad: El resultado de este indicador es la obtención de ingresos sustentables donde todos los miembros del negocio pueden beneficiarse con este servicio y con esto puedan cubrir sus necesidades diarias y las de sus familias. A modo de resumen, decir que el proyecto de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados es totalmente viable, y lo que es más importante, es rentable.

Costo de producción: El resultado de este indicador, concluye que los costos que incurren en el proyecto no son tan altos en comparación a los ingresos que se espera percibir. El costo de producción está relacionado con la capacidad de un bien o servicio para satisfacer las necesidades los gustos y preferencias del consumidor.

Inversión: La inversión no es tan alta y es relativamente alcanzable, por lo que no es un impedimento la implantación del proyecto de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados, además existe gran parte de capital propio.

Dinamización de la economía de la ciudad: Mediante el desarrollo de un nuevo proyecto se fortalece el sector microempresarial, a la vez se garantiza ofrecer productos innovadores consumidor.

7.3. Impacto social

Tabla 197. Impacto social

Indicador Social	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Empleo						X		2
Relaciones Familiares						X		2
Calidad de Vida						X		2
Total						6		6

Fuente: Investigación

Elaborado por: Las Autoras

$$\frac{\sum \text{Total}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{6}{3} = 2,00 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

Análisis:

Empleo: La gestión del Talento Humano en la actualidad es vital para el éxito de las empresas, esto solo se puede lograr venciendo todos los paradigmas, logrando el aprendizaje participativo. Del mismo modo, se debe señalar que al iniciar el proyecto de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados se logrará obtener los propios ingresos de las propietarias además se abrirá 1 plaza de trabajo a la persona que cumpla con el perfil del cargo, convirtiéndose en un impacto positivo y aportando de manera a la sociedad.

Relaciones Familiares: El ámbito social en lo que respecta a las relaciones familiares influye positivamente, ya que satisface los gustos y preferencias de la mayoría de las personas al ofrecerles un producto innovador al consumidor.

Calidad de Vida: Mediante la realización del proyecto de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados se creará beneficios para los miembros

involucrados; es por esto, que en cierta medida se mejorará su calidad de vida y sus condiciones actuales.

7.4. Impacto Ambiental

Tabla 198. Impacto ambiental

Indicador Ambiental	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Clasificación de reciclaje							X	3
Contaminación							X	3
Salud Personal						X		2
Total						2	6	8

Fuente: Investigación

Elaborado por: Las Autoras

$$\frac{\sum \text{Total}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{8}{3} = 2,67 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

Análisis:

Clasificación de Reciclaje: los tipos de reciclaje existentes son los siguientes:

Reciclaje de vidrio, Reciclaje de papel, Reciclaje de envases metálicos (aluminio y acero), Reciclaje de bolsas de plástico, Reciclaje de aceite usado de cocina, Reciclaje de coches viejos, Reciclaje de neumáticos, Reciclaje de medicamentos, Reciclaje de pilas y baterías.

Para la elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados; estos deberán ser clasificados de acuerdo a la norma a fin de fomentar la reducción y reutilización del reciclaje con la finalidad de proteger el ambiente.

Contaminación: La Contaminación ambiental es un grave problema que amenaza con acabar con la vida en la tierra. Considerando la escasa cultura ambientalista por parte de las vulcanizadoras y ciudadanos con el destino final del neumático el presente proyecto plantea la alternativa de ofrecer productos de neumáticos llegando de esta manera a disminuir la contaminación ambiental y mejorar la estética de la Ciudad de Ibarra.

Salud Personal: Muchos empleados descuidan la limpieza del local con la intención de atender más rápido a los consumidores, sin embargo, es trascendental que un negocio de este tipo cumpla con normas de higiene en todas las áreas que conforman la microempresa.

7.5. Impacto General del Proyecto

Tabla 199. Impacto general

Indicador Económico	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Económico						X		2,25
Impacto Social						X		2
Impacto Ambiental						X		2,67
Total						6		6,92

Fuente: Investigación

Elaborado por: Las Autoras

$$\frac{\sum \text{Total}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{6}{3} = 2,31 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

Análisis:

En general el proyecto de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados produce un impacto medio positivo, debido a la dinamización de la economía, la generación de empleo, la mejora de la calidad de vida de las personas, sin embargo hay que tomar en cuenta que se deben realizar buenas prácticas profesionales para que los impactos no se conviertan en negativos, es por esto que todas las actividades se las realice de manera correcta o contar con un plan de contingencia en caso de que algo ocurra.

CONCLUSIONES

- De los resultados obtenidos del diagnóstico situacional llevado a cabo se establece el Programa de Gestión Integral de Neumáticos Usados, orientado por el Ministerio del Ambiente, promueve el reciclaje y la reutilización de los mismos, empleando tecnologías incondicionales con el medio ambiente, lo que posibilita la oportunidad de inversión, para la creación de la empresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados. El presente proyecto tiene interrelación con el objetivo 7 “Garantizar los derechos de la naturales y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global” y el objetivo 9 “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017.
- Del estudio de mercado se establece que existe una demanda de productos derivados de neumáticos usados de 8.543 productos, la demanda proyectada es de 9.615 productos para el año 2020. Del análisis de la oferta se determina que existe en la ciudad de Ibarra una empresa que se dedica a la elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados, existe una oferta de 4.032 productos, la oferta proyectada es de 4.600 productos para el año 2020.
- El estudio técnico en relación al micro localización de la empresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados debe estar ubicada en el centro de Ibarra, por la gran afluencia de personas que transitan en este sitio. La infraestructura física necesaria es de 105 m². El presupuesto técnico que requiere la empresa para su implementación es de \$30.036.
- Los resultados del análisis económico y financiero exponen que los flujos netos de efectivo que genera la operatividad de la empresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados permiten un VAN de \$9.636.25, una TIR

del 19%, un PRI de 4 años, 5 meses y 0 días, y un B/C de \$1.32; lo que viabiliza el proyecto desde el punto de vista financiero.

- La estructura organizacional administrativa pertinente para empresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados es de responsabilidad limitada. Para obtener niveles de desempeño óptimos se determinó el organigrama estructural con los cargos y funciones administrativas de acuerdo a las necesidades y capacidad operativa que tendrá la empresa.
- Los impactos positivos que son atribuidos a la gestión de la empresa de elaboración y comercialización de productos derivados de neumáticos reciclados son unos impactos medio positivos en términos económicos, sociales, ambientales.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda ejecutar el proyecto según los datos obtenidos en el diagnóstico situacional para que este funcione de la mejor manera.
- Incentivar a la creación de este tipo de proyectos ya que por medio de estos productos en base a neumáticos reciclados se contribuye a disminuir la contaminación ambiental y mejorar la estética de la ciudad.
- Cumplir con las especificaciones técnicas que ofrecen los organismos de control para el uso de material reciclado para lo cual es necesario que el proceso de elaboración de productos en base a neumáticos reciclados sean amigables con el ambiente y estén de acuerdo a la inversión establecida por el proyecto.
- Establecer una alianza con el Ministerio del Ambiente para que sean los principales proveedores de la materia prima y de esta manera cumplir con los flujos de caja proyectados mediante la aplicación óptima de los costos.

- La estructura organizacional estará basada exclusivamente en el trabajo en equipo para que de esta manera se lleguen a cumplir los objetivos establecidos para el presente proyecto.
- Se recomienda tomar en cuenta los impactos ambientales positivos que genera el proyecto ayudando a reforzar los aspectos negativos mediante estrategias que ayuden a disminuir el riesgo y la contaminación ambiental.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *Emprendedor Éxito* (Cuarta ed.). Mexico D.F: Mc Graw Hill.
- Ambiente, M. (2008). *Gestión Medio Ambiental: Manipulación de Residuos y Productos Químicos*. España: Vértice S.L.
- Ambiente, M. d. (19 de Abril de 2013). *Instructivo para la Gestión Integral de Neumáticos Usados*. Obtenido de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/249439/AM+020+Instructivo+para+la+gestion+integral+de+neumaticos+usados.pdf/99fd452d-95a7-43d6-a2b2-f6ba75a03374>
- Arao Sapiro, I. C. (2011). *Planeación estratégica. Fundamentos y Aplicaciones* (Segunda ed.). México D.F: Mc Graw Hill.
- Astudillo, M. (2012). *Fundamentos de Economía*. México: Probooks.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Sexta ed.). Mexico,D.F: Mc Graw Hill Educacion.
- Caba, N. (2015). *Gestión de la producción y operaciones*. Cid.
- Cárdenas, R. (2014). *Análisis del consumidor*. México: Digital UNID.
- Chiavenato, I. (1995). *ADMINISTRACIÓN EN LOS NUEVOS TIEMPOS*. Mc Graw Hill.
- Constitución. (2008). Obtenido de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* . Bogotá: Ecoe.
- Florez Uribe, J. A. (2010). *Proyectos de inversión para las PyME* (2 ed.). Bogota : Ecoe Ediciones.
- GAD-I. (2015). *ACTUALIZACIÓN PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN IBARRA 2015-2013*. Obtenido de ACTUALIZACIÓN PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN IBARRA 2015-2013: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000260001_PD%20Y%20OT%20IBARRA%20UNIFICADO%20004_13-03-2015_17-34-44.pdf
- Gutierrez, C. (2009). *La actuación frente al cambio climático*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Hitt, M. A. (2015). *Administración Estratégica* (11a. ed.). Mexico DF.: Cengage Learning.
- Isique Huaroma, J. C. (2016). *Proyectos Agrpecuarios*. Jr. San Agustín N, 612-624, Surquillo, Lima Peru: Macro EIRL.

- MAE. (19 de Abril de 2013). *Instructivo Para La Gestión Integral De Neumáticos Usados*. Obtenido de Instructivo Para La Gestión Integral De Neumáticos Usados: <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/249439/AM+020+Instructivo+para+la+gestion+integral+de+neumaticos+usados.pdf/99fd452d-95a7-43d6-a2b2-f6ba75a03374>
- MAE. (15 de Marzo de 2016). *Ministerio del Ambiente Ecuador*. Obtenido de Ministerio del Ambiente Ecuador: <http://www.ambiente.gob.ec/ecuador-impulsa-el-reciclaje/>
- Mesa, M. (2012). *Fundamentos de marketing*. Colombia: Ecoe.
- Mesa, M. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Bogota: Ecoe.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Universitat Jaume.
- Monteros, E. (2005). Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1555/3/02%20ICA%20190%20CA%20PITULO%20II%20MARCO%20TE%20C3%93RICO.pdf>
- Parreño, J. (2009). *Los instrumentos del marketing*. San Vicente: Club Universitario.
- Paz, B. G. (2014). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. México : Patria.
- Prieto Herrera, J. E. (2009). *Proyectos: enfoque gerencial* (Ecoe Ediciones ed.). Colombia.
- Quadri, G. (2006). *Políticas públicas, sostenibilidad y medio ambiente*. Mexico: Porrúa.
- Quijano, A. (2009). *Sistema de producción* . El Cid .
- Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2012). *El Plan estratégico en la práctica* (Segunda ed.). Mexico D.F: Esic.
- Santesmases, M. (2014). *Fundamentos de mercadotecnia*. México: Patria.
- Simonassi, L. (2003). *Dirección estratégica de la producción: un marco conceptual a nivel macroeconómico y varias técnicas para la mejora de la gestión productiva*. Nueva librería.
- Solidario. (2008). *Cuida tu futuro*. Obtenido de Cuida tu futuro: <https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador/>
- Supercias. (20 de mayo de 2014). *Super intendencia de compañías*. Obtenido de Super intendencia de compañías: http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- Valsecchi Pablo, V. J. (2004). *La Microempresa En El Aula: Proyecto de gestion de microemprendimientos*. Buenos Aires: Consudec.
- Villajuana, C. (2013). *Costos y presupuestos paso a paso*. Perú: Neumann.

Zapata Sanchez, P. (2011). *Contabilidad General* (septima ed.). Bogota, Colombia: Mc Graw Hill Educacion.

LINCOGRAFÍA

- <https://lahora.com.ec/imbabura/noticia/1102089556/virsap-empresa-municipal-de-ibarra-ya-explota-materiales-de-construccion>
- <http://reciclar.com.ec/>
- <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/ventajas-pymes.html>
- <http://www.elnorte.ec/ibarra/actualidad/55056-reciclaron-m%C3%A1s-de-mil-neum%C3%A1ticos.html>
- http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55847.pdf

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN BASE A NEUMÁTICOS RECICLADOS EN LA CIUDAD DE IBARRA

Objetivo: La presente encuesta tiene por objeto recopilar datos e información referente a la comercialización de productos en base a neumáticos reciclados. Los datos serán reservados y exclusivos para este estudio académico.

Datos Generales:

- a. **Género** Masculino() Femenino()
- b. **Ocupación** Trabajador público() Trabajador Privado() Actividad propia()
Otros()

1. ¿Usted compraría productos en base a neumáticos reciclados?

Si ()

No ()

2. ¿Con qué frecuencia compraría usted productos en base a neumáticos reciclados?

Mensual ()

Trimestral ()

Semestral ()

Anual ()

3. De forma individual ¿cuánto es el presupuesto que mensualmente asignaría usted para la compra de productos en base a neumáticos reciclados?

50 a 100usd ()

101 a 150usd ()

151 a 200usd ()

Más de 201usd ()

4. ¿Al realizar sus compras de productos en base a neumáticos reciclados, ¿con quién lo hace?

Familiares ()

Amigas/os ()

Solas/os ()

5. Las siguientes preguntas corresponden a las características que usted prefiere de los productos en base a neumáticos reciclados. Señale las opciones a su elección.

DISEÑO DE LOS PRODUCTOS EN BASE A NEUMÁTICOS RECICLADOS		SU COLOR PREFERIDO PARA LOS PRODUCTOS
Llano		
Estampado		
Rayas		
Cuadros		
Combinación de Colores		

6. ¿Cuál cree que es el mejor medio para conocer un almacén de productos en base a neumáticos reciclados?

Flayers ()

Radio ()

Prensa ()

Referencia de amigos ()

Otros () ¿Cuál? _____

7. ¿En caso de que usted compre productos en base a neumáticos reciclados. ¿por qué lo hace?

Moda ()

Calidad ()

Durabilidad ()

Cultura ()

Gusto ()

Precio ()

8. ¿Qué red social utiliza usted con mayor frecuencia?

Facebook ()

Twitter ()

WhatsApp ()

Ninguno ()

Otros () ¿Cuál? _____

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

Efectivo ()

Tarjeta de Crédito ()

A crédito ()

10. A continuación las siguientes preguntas corresponden al medio que utiliza para comprar productos en base a neumáticos reciclados

LOCAL DE LA EMPRESA		POR MEDIO DE CATÁLOGO		POR MEDIO DE INTERNET	
Siempre		Siempre		Siempre	
Casi Siempre		Casi Siempre		Casi Siempre	
Rara Vez		Rara Vez		Rara Vez	
Nunca		Nunca		Nunca	

11. ¿Cuál es la promoción que más le gustaría beneficiarse?

Descuentos ()

Regalos por sus Compras ()

Boletos para rifas ()

Otros () ¿Cuál? _____

12. Si en la Ciudad de Ibarra se crearía una microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados a precios adecuados, ¿usted estaría en condiciones de comprar estos productos?

Si ()

No ()

13. Las siguientes preguntas corresponden a la preferencia de compra de productos en base a neumáticos reciclados y la cantidad de compra según el producto de su elección:

PRODUCTOS	CANTIDAD
Asientos	1 2 3 + 4
Maseteros	1 2 3 + 4
Juegos Infantiles (Gusano)	1 2 3 + 4
Cajas Lúdicas (Tortuga)	1 2 3 + 4
Pozos	1 2 3 + 4

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA MICROEMPRESA
DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN BASE A
NEUMÁTICOS RECICLADOS EN LA CIUDAD DE IBARRA

Objetivo: La presente encuesta tiene por objeto recopilar datos e información referente a la comercialización de productos en base a neumáticos reciclados. Los datos serán reservados y exclusivos para este estudio académico.

Datos Generales:

a. **Centros Infantiles** Público() Privado()

1. ¿Usted compraría productos en base a neumáticos reciclados?

Si ()

No ()

2. ¿Con qué frecuencia compraría usted productos en base a neumáticos reciclados?

Mensual ()

Trimestral ()

Semestral ()

Anual ()

3. De forma individual ¿cuánto es el presupuesto que mensualmente asignaría usted para la compra de productos en base a neumáticos reciclados?

50 a 100usd ()

101 a 150usd ()

151 a 200usd ()

Más de 201usd ()

4. ¿Al realizar sus compras de productos en base a neumáticos reciclados, ¿con quién lo hace?

Familiares ()

Amigas/os ()

Solas/os ()

5. Las siguientes preguntas corresponden a las características que usted prefiere de los productos en base a neumáticos reciclados. Señale las opciones a su elección.

DISEÑO DE LOS PRODUCTOS EN BASE A NEUMÁTICOS RECICLADOS		SU COLOR PREFERIDO PARA LOS PRODUCTOS
Llano		
Estampado		
Rayas		
Cuadros		
Combinación de Colores		

6. ¿Cuál cree que es el mejor medio para conocer un almacén de productos en base a neumáticos reciclados?

Flayers ()

Radio ()

Prensa ()

Referencia de amigos ()

Otros () ¿Cuál? _____

7. ¿En caso de que usted compre productos en base a neumáticos reciclados. ¿por qué lo hace?

Moda ()

Calidad ()

Durabilidad ()

Cultura ()

Gusto ()

Precio ()

8. ¿Qué red social utiliza usted con mayor frecuencia?

Facebook ()

Twitter ()

WhatsApp ()

Ninguno ()

Otros () ¿Cuál? _____

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

Efectivo ()

Tarjeta de Crédito ()

A crédito ()

10. A continuación las siguientes preguntas corresponden al medio que utiliza para comprar productos en base a neumáticos reciclados

LOCAL DE LA EMPRESA		POR MEDIO DE CATÁLOGO		POR MEDIO DE INTERNET	
Siempre		Siempre		Siempre	
Casi Siempre		Casi Siempre		Casi Siempre	
Rara Vez		Rara Vez		Rara Vez	
Nunca		Nunca		Nunca	

11. ¿Cuál es la promoción que más le gustaría beneficiarse?

Descuentos ()

Regalos por sus Compras ()

Boletos para rifas ()

Otros () ¿Cuál? _____

12. Si en la Ciudad de Ibarra se crearía una microempresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados a precios adecuados, ¿usted estaría en condiciones de comprar estos productos?

Si ()

No ()

13. Las siguientes preguntas corresponden a la preferencia de compra de productos en base a neumáticos reciclados y la cantidad de compra según el producto de su elección:

PRODUCTOS	CANTIDAD
Asientos	1 2 3 + 4
Maseteros	1 2 3 + 4
Juegos Infantiles (Gusano)	1 2 3 + 4
Cajas Lúdicas (Tortuga)	1 2 3 + 4
Pozos	1 2 3 + 4

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 6. Encuesta Competidores

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS EN BASE A NEUMÁTICOS RECICLADOS
EN LA CIUDAD DE IBARRA**

OBJETIVO: La presente encuesta tiene la finalidad de recolectar datos acerca del mercado para la empresa de elaboración y comercialización de productos en base a neumáticos reciclados en la ciudad de Ibarra., con fines netamente académicos.

INSTRUCCIONES: Marque con una X en la respuesta a su elección. Escoja una sola opción.

1. Dentro de qué categoría se clasifica el negocio

a.	Almacén de venta de productos en base a material reciclado	
b.	Tienda de artesanías	
c.	Tienda de productos innovadores	
d.	Otro	

2. ¿Para qué sirve la microempresa? (SEÑALE UNA SOLA OPCIÓN)

a.	Para satisfacer la demanda de productos en base a material reciclado	
b.	Para ofertar productos de calidad	
c.	Para vender productos de acuerdo a las cuotas establecidas	
d.	Para satisfacer las necesidades del cliente	
e.	Para mejorar las condiciones de vida de la población	

3. Ud. Atiende este negocio en calidad de

Propietario () Administrador () Empleado () Otro ()

4. ¿Cuántos tiempo lleva funcionando en el sector?

	TIEMPO	
a.	Hace 6 meses	
b.	Entre 6 meses y un año	
c.	Entre uno y dos años	

d.	Entre dos y tres años	
e.	Entre tres y cinco años	
f.	Entre cinco y diez años	
g.	Más de diez años	

5. ¿Qué motivó la creación de la microempresa? (Señale en orden de importancia: 5=muy importante, 1=poco importante)

a.	Rentabilidad	
b.	Crecimiento personal y profesional	
c.	Responder a una necesidad familiar	
d.	Emprendimiento	
e.	Vocación empresarial	

6. En su negocio, ¿Cuál de estos productos vende con mayor frecuencia?

a.	Asientos	
b.	Maseteros	
c.	Juegos infantiles	
d.	Decoraciones en fomix	
e.	Decoraciones en cartón prensado	
f.	Patos	X
g.	Floreros	X

7. Cuantos productos vende semanalmente y cuánto cuesta cada uno

Descripción del producto		Cantidad	P.V.P.
a.	Patos		
b.	Floreros		
c.	Asientos		
d.	Maseteros		
e.	Decoraciones en fomix		
f.	Decoraciones en cartón prensado		

8. Seleccione cual es para usted el aspecto más importante al momento de ofrecer un producto a sus clientes

a.	Calidad	
b.	Diseño	
c.	Durabilidad	
d.	Precio justo	

e.	Plaza	
f.	Promociones	

9. Señale en que porcentaje participan los proveedores en su negocio.

	TIPO	PORCENTAJE	CUÁLES
a.	Local		
b.	Provincial		
c.	Nacional		
d.	Extranjero		
	TOTAL		

