



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PROTECTORES IMPERMEABLES PARA MOCHILAS Y CARTERAS EN EL CANTÓN DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”

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

AUTORAS:

MUÑOZ ALDAS JOSSELINNE MAITHE
SANDOVAL CHAMPUTIZ YESSENIA BETHZABE

DIRECTOR:

MSC. SORIA FLORES EDWING ROLANDO

IBARRA, 2019

RESUMEN EJECUTIVO

La finalidad de este trabajo de grado es determinar la viabilidad de la creación de una microempresa para fabricar y vender protectores impermeables para mochilas y carteras en el cantón de Otavalo, provincia de Imbabura, en el estudio todos los parámetros se detallan cuidadosamente para iniciar el proyecto y cuál será la rentabilidad con respecto a la generación de ingresos y el crecimiento organizativo, para que este desarrollo de microempresas se expanda y genere empleos que cumplan con la responsabilidad social corporativa al ofrecer un producto que cumpla con una calidad adecuada orientada a una mayor aceptación por parte del cliente y las necesidades de cubrir y proteger las pertenencias, independientemente de cualquier cambio.

ABSTRACT

The purpose of this degree work is to determine the feasibility for the creation of a microenterprise to manufacture and sell waterproof protectors for backpacks and wallets in the canton of Otavalo, in the province of Imbabura, in the study all the parameters are carefully detailed in order to start the project and what the profitability will be regarding income generation and organizational growth, for such a micro business development to expand and generate employments complying with the corporate social responsibility by offering a product that meets a proper quality aimed at greater customer acceptance while fulfilling the needs of covering and protecting bags regardless of any change.

Victor Rodriguez
trms



AUTORÍA

Nosotras, MUÑOZ ALDAS JOSELINNE MAITHE con C.I. 040184475-8 y SANDOVAL CHAMPUTIZ YESSENIA BETHZABE con C.I. 100363163-5, declaramos bajo juramento que el trabajo **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PROTECTORES IMPERMEABLES PARA MOCHILAS Y CARTERAS EN EL CANTÓN DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”** es de nuestra autoría, por tal razón las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de sus autoras, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.



MUÑOZ ALDAS JOSSELINNE MAITHE

C.I. 040184475-8



SANDOVAL CHAMPUTIZ YESSENIA BETHZABE

C.I. 100363163-5

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por las egresadas MUÑOZ ALDAS JOSSELINNE MAITHE y SANDOVAL CHAMPUTIZ YESSSENIA BETHZABE, para optar por el Título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PROTECTORES IMPERMEABLES PARA MOCHILAS Y CARTERAS EN EL CANTÓN DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

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

En la ciudad de Ibarra, a los 30 días del mes de julio de 2018.



MSC. SORIA FLORES EDWING ROLANDO

C.I. 1709847550



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 la Universidad.

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040184475-8 100363163-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	MUÑOZ ALDAS JOSSELINNE MAITHE SANDOVAL CHAMPUTIZ YESSENIA BETHZABE		
DIRECCIONES:	IBARRA – OTAVALO		
EMAIL:	aldasjossy@mail.com yesseniasandovalch1993@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	3013610 2520063	TELÉFONO MÓVIL:	0980153205 0994630340

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PROTECTORES IMPERMEABLES PARA MOCHILAS Y CARTERAS EN EL CANTÓN DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR (ES):	MUÑOZ ALDAS JOSSELINNE MAITHE SANDOVAL CHAMPUTIZ YESSENIA BETHZABE
FECHA: AAAAMMDD	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. SORIA FLORES EDWING ROLANDO

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, MUÑOZ ALDAS JOSSELINNE MAITHE con C.I. 040184475-8 y SANDOVAL CHAMPUTIZ YESSENIA BETHZABE, con C.I. 100363163-5 en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos 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

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

Ibarra, a los 30 días del mes de julio de 2018

LAS AUTORAS

A handwritten signature in blue ink that reads "Jassy Muñoz". The signature is stylized with loops and is written over a horizontal line.

MUÑOZ ALDAS JOSSELINNE MAITHE

040184475-8

A handwritten signature in blue ink that reads "Yessenia Sandoval". The signature is highly stylized with many loops and is written over a horizontal line. To the right of the signature, the letters "CH" are written in blue ink.

SANDOVAL CHAMPUTIZ YESSENIA BETHZABE

100363163-5

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedicamos primeramente a Dios por darnos la vida para haber llegado hasta este momento, a nuestros padres el Señor Rodrigo Sandoval y la Señora Teresa Bautista; al Señor Pedro Muñoz y la Señora Carmen Aldas por haber confiado en nosotros además de brindarnos el apoyo suficiente en nuestra carrera.

A nuestros hermanos Kevin, Zahid y Jesús Sandoval; Alberto, Alexander, Karen y Erika Muñoz quienes han sido nuestra motivación para crecer y superarnos día a día a pesar de las dificultades.

De manera personal yo Josselinne Muñoz dedico este logro a mi hija Alisse Maithe por ser mi motor y mi mayor motivo para superarme en la vida.

Como dejar de lado a nuestras amistades universitarias en especial a la Señorita Mishell Rojas por habernos demostrado que la verdadera amistad existe y se demuestra en las buenas y en las malas y que perdurará en el tiempo sin importar distancias.

Yessenia y Josselinne

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte por habernos abierto las puertas de tan prestigiosa institución, brindándonos la gran oportunidad de superación profesional, siendo parte de sus aulas con educación de calidad.

A todos los docentes quienes contribuyeron a este logro gracias al aporte de conocimientos que nos ayudarán a ser profesionales de éxito, así como también nos enseñaron lecciones de vida que nunca olvidaremos.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xviii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxii
CAPÍTULO I	23
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	23
1.1. Antecedentes	23
1.2. Análisis Del Macro entorno	23
1.2.1. Político	23
1.2.2. Legal	24
1.2.3. Económico	24
1.3. Análisis Del Micro entorno	31
1.3.1. Competidores	31
1.3.2. Sustitutos.....	31
1.3.3. Clientes	31
1.3.4. Proveedores.....	32
1.3.5. Nuevos entrantes	32

1.3.6.	Canales de distribución	32
1.4.	Variables diagnósticas.....	32
1.4.1.	Indicadores de las variables diagnósticas	33
1.5.	Matriz de relación diagnóstica	34
1.6.	Matriz FODA	35
1.7.	Cruces estratégicos.....	36
CAPITULO II.....		37
2.	MARCO REFERENCIAL	37
2.1.	Teoría de Decisiones en el Contexto Ecuatoriano	37
2.1.1.	Teoría de la toma de decisiones	37
2.1.2.	Teoría de la administración.....	38
2.1.3.	Teoría clásica (de la organización)	38
2.1.4.	Aporte	43
2.2.	Teoría del Control de Calidad en Emprendimientos, Empresas y Microempresas...44	
2.2.1.	Teoría de la calidad	45
2.2.2.	Teoría de la calidad total.....	45
2.2.3.	Aporte	51
2.3.	Teoría de Responsabilidad Social y la Generación del Empleo.....	52
2.3.1.	Aporte	56
2.4.	Teoría del Emprendimiento como Fortalecimiento Económico	58
CAPITULO III.....		61
3.	ESTUDIO DE MERCADO	61
3.1.	Presentación	61
3.2.	Objetivos de la investigación	61
3.2.1.	Objetivo General.....	61
3.2.2.	Objetivos Específicos	62
3.3.	Indicadores	62

3.3.1. Oferta.....	62
3.3.2. Demanda.....	62
3.3.3 Precios	62
3.3.4. Estrategias de comercialización.....	62
3.4. Matriz del estudio de mercado	63
3.5. Identificación del Producto	64
3.5.1. Características.....	64
3.5.2. Ventajas y Desventajas	64
3.6. Segmentación de mercado.....	65
3.6.1. Mercado Meta.....	65
3.6.2. Tamaño de la muestra.....	65
3.6.3. Técnica de muestreo	66
3.7. Técnicas de Investigación	66
3.7.1. Información Primaria.....	67
3.7.2. Recolección de datos de fuentes secundarias	67
3.7.3. Metodología.....	67
3.8. Tabulación y análisis de la información.....	68
3.9. Análisis y Proyección de la demanda.....	81
3.9.1. Demanda Actual	81
3.9.2. Proyección de la demanda	82
3.10. Análisis y Proyección de la oferta.....	83
3.10.1. Oferta Actual	83
3.10.2. Proyección de la oferta	83
3.11. Balance Oferta Demanda	84
3.12. Análisis de los precios.....	84
3.12.1 Proyección del precio	85
3.12.2. Cálculo del precio.....	85

3.13. Análisis de la comercialización del producto.....	86
3.13.1. Producto.....	86
3.13.2. Plaza o distribución	87
3.13.3. Promoción y Publicidad.....	87
3.14. Conclusiones del estudio de mercado	88
CAPÍTULO IV.....	89
4. ESTUDIO TÉCNICO	89
4.1. Presentación	89
4.2. Objetivo General	89
4.3. Objetivos Específicos.....	89
4.4. Localización del Proyecto	89
4.4.1. Macro localización	89
4.4.2. Micro localización	90
4.4.3. Obras Civiles	91
4.5. Proceso de Producción	92
4.5.1. Flujograma.....	93
4.6. Tamaño del proyecto.....	94
4.6.1. Disponibilidad de Recursos Financieros	94
4.6.2. Disponibilidad de Tecnología e Insumos	94
4.6.3. Disponibilidad de Talento Humano Requerido.....	95
4.7. Capacidad Instalada.....	96
4.8. Capacidad de Producción	96
4.9. Presupuesto técnico	97
4.9.1. Inversión Fija.....	97
4.9.2. Costos	99
4.9.3. Gastos	104
4.9.4. Capital de Trabajo	108

4.9.5. Financiamiento	109
CAPÍTULO V.....	111
5. ESTUDIO FINANCIERO	111
5.1. Estudio Financiero.....	111
5.1.1. Ingresos	111
5.1.2. Egresos.....	113
5.1.3. Costos de Producción.....	114
5.1.4. Gastos Administrativos.....	121
5.1.5. Gastos de venta	126
5.1.6. Gastos Financieros	129
5.1.7. Estados Financieros	131
5.1.8. Evaluación de la inversión.....	134
CAPITULO VI.....	141
6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	141
6.1. Objetivo general	141
6.2. Objetivos estratégicos	141
6.3. Presentación de la micro empresa	141
6.4. Nombre y razón social.....	141
6.5. Eslogan.....	142
6.6. Logotipo	142
6.7. Misión.....	142
6.8. Visión	143
6.9. Valores estratégicos.....	143
6.10. Principios.....	144
6.11. Políticas empresariales	144
6.11.1. Clientes	144
6.11.2. Proveedores	144

6.11.3. Entidad.....	145
6.11.4. Personal	145
6.12. Estructura administrativa.....	145
6.12.1. Organigrama estructural	145
6.13. Estructura funcional	146
6.13.1. Nivel directivo	146
6.13.2. Nivel ejecutivo.....	146
6.13.3. Nivel de apoyo.....	146
6.13.4. Nivel operativo	146
6.14. Manual de funciones	147
6.15. Aspectos legales	151
6.15.1. Base legal.....	151
6.15.2. Objeto	151
6.16. Requisitos para el funcionamiento	151
6.16.1. Registro Único de Contribuyentes RUC	151
6.16.2. Patente Municipal	151
6.16.3. Permiso de bomberos.....	151
CAPITULO VII	152
7. IMPACTOS DEL PROYECTO	152
7.1. Presentación	152
7.2. Herramientas de validación.....	152
7.3. Aspectos considerados importantes en el proyecto.....	153
7.3.1. Impacto Social	153
7.3.2. Impacto económico.....	154
7.3.3. Impacto comercial	155
7.3.4. Impacto general	156
CONCLUSIONES	157

RECOMENDACIONES.....	159
BIBLIOGRAFÍA	160
LINKOGRAFÍA	163
ANEXOS	165
Anexo 1 Modelo de Encuesta.....	165
Anexo 2 Modelo de la entrevista.....	168
Anexo 3 Fotografías	169

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica.....	34
Tabla 2 Matriz FODA.....	35
Tabla 3 Cruce estratégico.....	36
Tabla 4 Elementos de la toma de decisiones	37
Tabla 5 Matriz estudio de mercado.....	63
Tabla 6 Accesorios para guardar las pertenencias	68
Tabla 7 Frecuencia de compra	69
Tabla 8 Productos sustitutos	70
Tabla 9 Mecanismos para proteger los accesorios de la lluvia.....	71
Tabla 10 Utilizar protector impermeable	72
Tabla 11 Aspectos importantes al adquirir un producto	74
Tabla 12 Lugar donde adquirir los protectores	75
Tabla 13 Colores de los protectores	76
Tabla 14 Valor para adquirir el protector	77
Tabla 15 Medios para adquirir información del producto y promociones.....	78
Tabla 16 Cálculo de la demanda en la población	81
Tabla 17 Proyección de la demanda	82
Tabla 18 Cálculo de la oferta en la población.....	83
Tabla 19 Proyección de la oferta	84
Tabla 20 Demanda insatisfecha	84
Tabla 21 Proyección de precios	85
Tabla 22 Cálculo del precio unitario del producto.....	86
Tabla 23 Principal Proveedor.....	94
Tabla 24 Maquinaria e insumos para el proyecto	95
Tabla 25 Empresas proveedoras de tecnología.....	95
Tabla 26 Talento humano requerido	96
Tabla 27 Tiempo empleado	96
Tabla 28 Resumen de la capacidad de producción	97
Tabla 29 Producción anual.....	97
Tabla 30 Maquinaria.....	98
Tabla 31 Muebles y enseres	98
Tabla 32 Equipo de computación	99

Tabla 33 Resumen inversión fija	99
Tabla 34 Precios de la materia prima.....	99
Tabla 35 Tasa de incremento del Sueldo Básico Unificado-SBU	100
Tabla 36 Proyecciones del SBU	100
Tabla 37 Proyecciones de salarios y beneficios de MOD.....	101
Tabla 38 Materia prima indirecta.....	102
Tabla 39 Servicio de energía eléctrica	102
Tabla 40 Materiales para la fabricación de protectores	103
Tabla 41 Mantenimiento de maquinaria	103
Tabla 42 Resumen de los CIF.....	103
Tabla 43 Sueldos y beneficios del personal administrativo.....	104
Tabla 44 Materiales de oficina.....	105
Tabla 45 Servicios básicos.....	105
Tabla 46 Mantenimiento del equipo de computación.....	106
Tabla 47 Gastos de Constitución	106
Tabla 48 Materiales de aseo.....	107
Tabla 49 Sueldo del personal de ventas	107
Tabla 50 Arriendo	108
Tabla 51 Transporte	108
Tabla 52 Capital de Trabajo.....	109
Tabla 53 Estructura de la inversión	109
Tabla 54 Financiamiento del Proyecto	110
Tabla 55 Proyecciones de los ingresos	112
Tabla 56 Resumen de ingresos	113
Tabla 57 Estructura de la inversión	113
Tabla 58 Proyección de materia prima	115
Tabla 59 Resumen de materia prima	116
Tabla 60 Proyección de salarios de MOD	116
Tabla 61 Proyecciones de beneficios sociales	117
Tabla 62 Materiales indirectos.....	118
Tabla 63 Servicio de energía eléctrica	118
Tabla 64 Proyección del servicio de energía eléctrica.....	118
Tabla 65 Materiales para la fabricación de protectores	119
Tabla 66 Proyecciones de los materiales para la fabricación de protectores.....	119

Tabla 67 Mantenimiento de maquinaria	119
Tabla 68 Proyección mantenimiento maquinaria	120
Tabla 69 Resumen de CIF.....	120
Tabla 70 Resumen de los costos de producción	121
Tabla 71 Sueldos Administrativos	121
Tabla 72 Proyección de Sueldos	122
Tabla 73 Materiales de Oficina.....	122
Tabla 74 Proyección de los Materiales de Oficina	123
Tabla 75 Materiales de aseo.....	123
Tabla 76 Proyección de los Materiales de aseo	123
Tabla 77 Servicios básicos.....	124
Tabla 78 Proyección de los Servicios básicos	124
Tabla 79 Mantenimiento del Equipo de Computación	124
Tabla 80 Proyección del Mantenimiento del Equipo de Computación	125
Tabla 81 Proyección de las Depreciaciones.....	125
Tabla 82 Resumen de gastos administrativos	126
Tabla 83 Sueldos del personal de ventas	127
Tabla 84 Proyección de los Sueldos de Ventas	127
Tabla 85 Arriendo	127
Tabla 86 Proyección del Arriendo	128
Tabla 87 Transporte	128
Tabla 88 Proyección del Transporte	128
Tabla 89 Resumen de Gasto de Ventas.....	129
Tabla 90 Datos del préstamo.....	129
Tabla 91 Tabla de amortización.....	130
Tabla 92 Gastos financieros.....	131
Tabla 93 Resumen costos y gastos.....	131
Tabla 94 Estado de situación financiera presupuestado	132
Tabla 95 Estado de resultados proyectado	133
Tabla 96 Flujo de caja proyectado	134
Tabla 97 Cálculo de Costo de oportunidad.....	135
Tabla 98 Datos para cálculo de TRM	135
Tabla 99 Cálculo del VAN	136
Tabla 100 Cálculo del TIR.....	137

Tabla 101 Resumen para el cálculo de TIR	137
Tabla 102 Cálculo para el tiempo de recuperación de la Inversión	138
Tabla 103 Cálculo de costos fijos y variables totales	139
Tabla 104 Resumen costos.....	140
Tabla 105 Manual de funciones Administrador.....	147
Tabla 106 Manual de funciones Contador	148
Tabla 107 Manual de funciones operarios	149
Tabla 108 Manual de funciones Vendedores	150
Tabla 109 Escala de medición de impactos	152
Tabla 110 Impacto Social	153
Tabla 111 Impacto económico.....	154
Tabla 112 Impacto comercial.....	155
Tabla 113 Impacto general.....	156
Tabla 114 Detalle de fotografías.....	169

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Producto Interno Bruto	25
Figura 2 Inflación.....	25
Figura 3 Empleo.....	26
Figura 4 Desempleo	27
Figura 5 Subempleo	28
Figura 6 Sueldo Básico	29
Figura 7 Accesorios para guardar las pertenencias.....	68
Figura 8 Frecuencia de compra.....	69
Figura 9 Productos sustitutos	70
Figura 10 Mecanismos para proteger los accesorios de la lluvia.....	71
Figura 11 Utilizar protector impermeable.....	73
Figura 12 Aspectos importantes al adquirir un producto.....	74
Figura 13 Lugar donde adquirir los protectores.....	75
Figura 14 Colores de los protectores	76
Figura 15 Valor para adquirir el protector	77
Figura 16 Medios para adquirir información del producto y promociones	78
Figura 17 Protectores de mochilas y carteras	87
Figura 18 Mapa de Otavalo.....	90
Figura 19 Mapa del centro de Otavalo.....	90
Figura 20 Diseño de las instalaciones	91
Figura 21 Áreas de producción	93
Figura 22 Logotipo	142
Figura 23 Organigrama estructural	145

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El Cantón Otavalo es un punto de encuentro en los Andes, a 110 kilómetros al norte de Quito y limitado con los cantones de Cotacachi, Ibarra y Antonio Ante a una altitud de 2.530 metros sobre el nivel del mar y a una superficie de 528 kilómetros cuadrados; la temperatura promedio es de 14 grados centígrados.

Se encuentra integrado por la ciudad de mismo nombre y por once parroquias, dos urbanas y nueve rurales. En el último censo realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos “la población del cantón Otavalo es de 104.874 entre hombres y mujeres” (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

Además de estar en el corazón de la provincia de Imbabura, denominada capital intercultural del Ecuador porque posee una enorme riqueza cultural de los habitantes que mantienen la identidad, fortalecida por: leyendas, costumbres y tradiciones; es reconocida mundialmente por el famoso mercado indígena de artesanías (Plaza de los Ponchos), donde se encuentra artículos elaborados a mano, en algodón, cuero, lana, madera y cerámica.

Las estadísticas del INAMHI relacionadas con las condiciones climáticas actualmente son variables debido a los constantes vientos en todos los niveles de atmósfera, aspecto por el cual se tiene previstos diversos eventos de lluvias en varias provincias del Ecuador; Otavalo se encuentra ubicado en una zona cambiante donde se suscitan lluvias y días soleados acompañados de fuertes vientos.

1.2. Análisis Del Macro entorno

1.2.1. Político

Las políticas actuales del Ecuador afectan directamente el emprendimiento; ya sean de manera beneficiosa o no, por la relación con la estabilidad política y el Plan de desarrollo toda una vida 2017-2021.

El presidente Lenin Moreno presentó su plan económico establece que para incentivar la creación de empleos una de sus políticas será que: “Los nuevos micro emprendedores, no

pagarán el Impuesto a la Renta durante los dos primeros años de creada su empresa. De esta manera, las micro y pequeñas empresas tendrán incentivos para continuar generando empleo.” (Ultimas noticias, 2017)

Además, estableció 14 medidas económicas que se tomarán para “reactivar la producción y generar empleo” el 2 de abril del 2018 mencionó que este documento pretende “preservar los derechos de las grandes mayorías, estabilizar la economía del país, reactivar la producción y promover la generación de empleo, con eficiencia, transparencia y corresponsabilidad” (El Comercio, 2018)

Las medidas a las que se puede acoger la creación de la micro empresa son la remisión tributaria, nuevas modalidades de contratos, eliminar el cálculo del anticipo al Impuesto a la Renta a partir del ejercicio fiscal 2019, simplificar trámites en entidades públicas, seguir impulsando las alianzas público privadas, impulsar el fomento a la economía popular y solidaria con asociatividad y asistencia técnica.

1.2.2. Legal

Es el análisis de leyes, códigos y reglamentos establecidos en el Ecuador relacionadas con el establecimiento de empresas y micro empresas, empezado por la Constitución de la República del Ecuador donde en su artículo 325 se menciona el derecho a un trabajo digno y se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas.

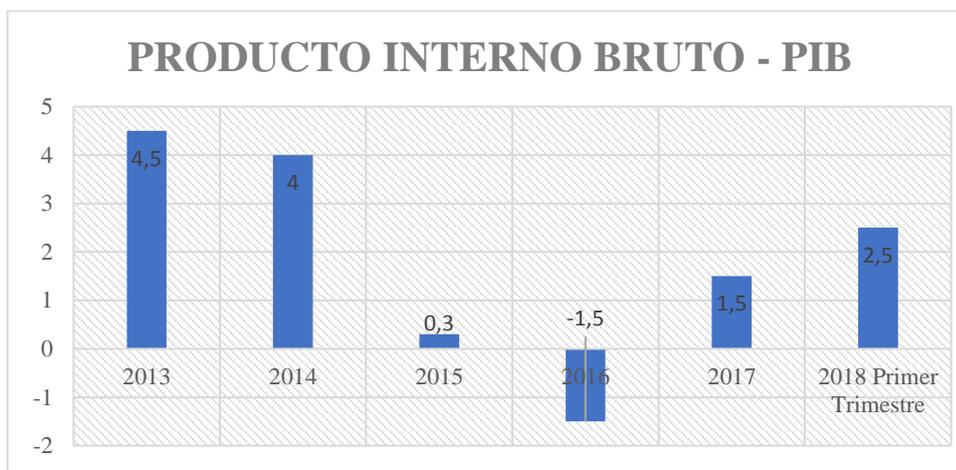
Cabe mencionar la ley de compañías debido a que en ella se establece la forma y requisitos de constitución de una compañía razón por la cual en su artículo 1 señala que este contrato es aquél en que dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Además, la constitución de una micro empresa debe regirse al Código de trabajo, Ley de Régimen Tributario Interno, Ley de Seguridad Social, y demás reglamentos y ordenanzas establecidas dentro de la Provincia y el Cantón.

1.2.3. Económico

a) Producto Interno Bruto - PIB

De acuerdo algunos autores coinciden que el PIB es el cálculo de la producción de bienes y servicios de todo un país en determinado periodo, el cual permite la comparación con periodos anteriores para la evaluación de su comportamiento.

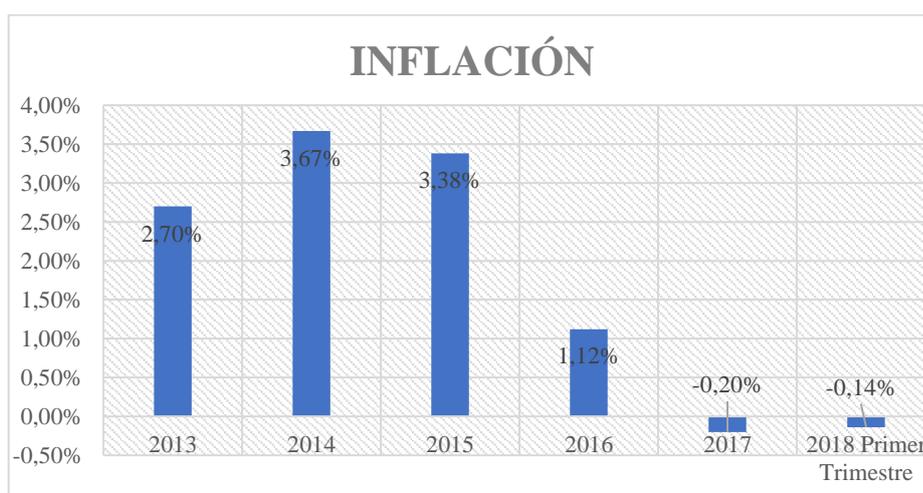
Figura 1 Producto Interno Bruto

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

En el periodo 2013 al 2018 el PIB nacional ha presentado una fluctuación creciente y decreciente en los bienes y servicios; en el año 2015 baja el PIB nacional a 0,3 y para el año 2016 el PIB nacional muestra decremento considerable del -1,5 y para el periodo del 2017 al primer trimestre del año 2018 el PIB nacional muestra una fluctuación creciente en los bienes y servicios del país.

b) Inflación

La inflación es la subida de precios de bienes y servicios relacionada directamente con el juego de la demanda de los mismos.

Figura 2 Inflación

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

La inflación y la variación suscitada en el periodo 2013 hasta el presente año depende de las características específicas de la economía, de su composición social y del modo en que

se determina la política económica; es por eso que se muestra que en los últimos 5 años la inflación ha presentado constantes variaciones en su porcentaje, durante el año 2016 la inflación baja constantemente hasta el periodo del año 2017 y el primer trimestre del año 2018 en donde presenta una mayor incidencia inflacionaria, lo que implica una variación en el poder adquisitivo de las personas esto en su capacidad de compra por la variación de precios.

c) Empleo

Se define como empleo el hecho de tener ocupada a una persona realizando varias tareas ya sean físicas o intelectuales a cambio de una retribución económica.

Figura 3 Empleo

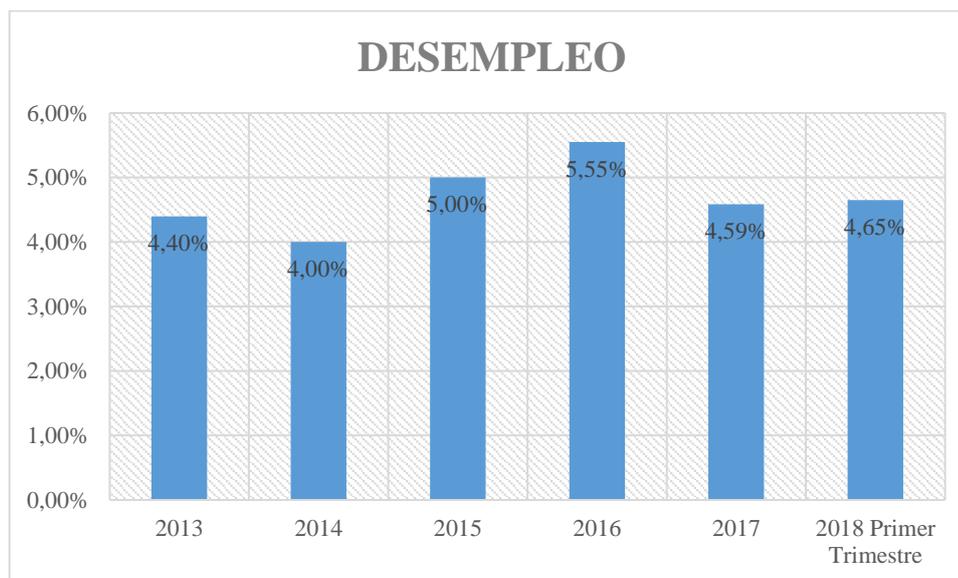


Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2018)

En el periodo 2013 al 2016 se observa que el empleo se ha incrementado y disminuido simultáneamente, de tal forma en el año 2017 se evidencia un 95,41% y para el primer trimestre del año 2018 se muestra un decremento mínimo de 0,06 % de empleo, estos datos permiten evidenciar la reactivación económica del país.

d) Desempleo

Como definición de desempleo se entiende a la desocupación de una persona sin un fin lucrativo con capacidades de trabajar, pero con baja posibilidad de encontrar un empleo.

Figura 4 Desempleo

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2018)

De acuerdo al periodo 2013 hasta el 2015 se evidencia una variación poco significativa, por el contrario en el año 2016 y 2017 se evidencia una decrecimiento del 0,96% y para el primer trimestre del año 2018 se arroja un 4,65% de tasa de desempleo por lo que demuestra riesgo en el empleo del país.

e) Subempleo

Se entiende por subempleo al trabajo realizado por una persona capacitada para otro tipo de trabajo a cambio de una retribución económica menor a la que debería percibir.

Figura 5 Subempleo

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2018)

Para el periodo 2013 hasta 2016 el subempleo ha incrementado conjuntamente, de igual manera para el año 2017 se evidencia un 20,43%, en relación con el primer trimestre del año 2018 se aprecia un decremento del 2,33%; lo que demuestra que el subempleo en el país en los últimos años se ha mantenido con niveles altos.

f) Sueldo Básico Unificado - SBU

Remuneración fija que percibe un trabajador ya sea del sector público o privado por la contraprestación de sus servicios laborales, este monto es establecido mediante Acuerdo Ministerial realizado por el Ministerio de Trabajo conjuntamente con el Ministerio de Economía y Finanzas y el Servicio de Rentas Internas.

Figura 6 Sueldo Básico

Fuente: (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2017)

El crecimiento salarial en los últimos 5 años ha sido evidente el salario Básico Unificado en el Ecuador para el año 2018 se estableció a 386,00 dólares, donde se tomó en cuenta el componente del crecimiento económico proyectado y la cobertura de la canasta básica.

1.2.4. Social

Otavalo es la capital intercultural del Ecuador debido a la buena relación entre indígenas y mestizos, también es un referente nacional y mundial de la construcción de la patria como expresión de la unidad en la diversidad.

En el cantón se concentran varias de las raíces de la cultura nacional sus principales habitantes son los indígenas y mestizos los mismos que manejan distintas costumbres, ideas, creencias, vestimenta, vivienda, rituales, etc. (GAD DE OTAVALO, 2018)

La vestimenta de los indígenas Otavaleños o kichwas Otavalos es reconocida por los demás pueblos y nacionalidades debido a su simbolismo y elegancia.

La mujer viste con una blusa blanca con encajes y bordados de diferentes colores y diseños, anacos uno de color claro y otro de color oscuro ya sea negro o azul la cual está sujeta a su cintura con dos fajas una roja y ancha llamada mama chumbi y una blanca delgada llamada chumbi wue; para cubrir su blusa utiliza una fachalina esta puede ser de varios colores o generalmente blanco, negro o azul. Como accesorios utiliza aretes, collares, manillas conocidas como walkas hechas a base de mullos dorados, vidrio y cuentas de coral ya sean sintéticas, de

oro o de concha spondylus. Como calzado utilizan alpargatas de color negro o azul tejidas a mano cuya base es cabuya o caucho sintético.

La vestimenta de los hombres se basa en una camisa blanca de manga larga de tela fina, pantalones blancos largos con un poncho oscuro y sombrero de fieltro, llevan el pelo largo trenzado, como calzado utilizan alpargatas al igual que las mujeres, como complemento utilizan un poncho oscuro pueden ser lisos o figuras cuadradas y un sombrero de paño generalmente de color obscuro negro o café.

Las costumbres en los indígenas Otavalos son algunas entre las que se menciona la pedida de mano en el matrimonio con ofrenda y rituales, el día de los difuntos las personas acostumbran a llevar los alimentos que más les gustaba a los muertos y los dejan en la tumba con la creencia de que ellos volverán a comer de estos.

A demás, se ha notado la pérdida de identidad y la manera de los indígenas de adaptarse a la sociedad actual y al ambiente; por lo tanto las costumbres en cuanto a atuendo y vestimenta están siendo adoptadas por las nuevas generaciones de indígenas.

1.2.5. Tecnológico

La innovación de la tecnología está superando expectativas y está permitiendo al sector productivo crecer en cuanto a una producción eficaz, optimizando recursos y permitiendo que la mano de obra sea de calidad y eficiente, es por eso que existen tejidos inteligentes, aquellos que incorporan fibras flexibles con materiales en níquel, cobre o plata, para adaptarse y evitar el planchado además estos tejidos pueden ayudar a las personas aislarse de condiciones adversas entre ellas la lluvia. La tela impermeable es el claro ejemplo de lo mencionado debido a su grado de impermeabilidad es capaz de proteger a las personas en condiciones de lluvia; y para el manejo de esta tela es necesario utilizar maquinaria apropiada que dé un trato especial a este tipo de tejidos y gracias a los avances tecnológicos en maquinarias los resultados obtenidos cada vez son mejores y la calidad de igual manera; brindando confianza y seguridad a quien lo utilice.

1.2.6. Ambiental

Actualmente el tema ambiental en el mundo ha traído varios problemas de sustentabilidad y sostenibilidad, de hecho, las empresas dedicadas a la manufactura conjuntamente con avance tecnológico y la sociedad causan un impacto relevante por tema de contaminación.

La responsabilidad social corporativa y los aportes que deben ofrecer a la sociedad y al medio ambiente por parte de empresas y micro empresas, debería ser un compromiso basado en la sostenibilidad; es por eso que en la actualidad la RSC es un sistema de gestión empresarial que tiene por objetivo identificar a grupos de interés denominados “stakeholder” con el fin de satisfacerlos en sus necesidades, predominando siempre una mejora continua, sin dejar de ser sustentable.

1.3. Análisis Del Micro entorno

1.3.1. Competidores

Hace referencia a la rivalidad entre empresas que compiten directamente en una misma industria ofreciendo el mismo tipo de producto o similares; razón por la cual la micro empresa no tiene rivales directos debido a que en el cantón no hay empresas que se dediquen a la confección y comercialización de protectores impermeables para mochilas y carteras, por el contrario existe empresas dedicadas a la comercialización de mochilas y carteras que no necesitan de un protector impermeable para someterse a lluvias, de hecho dichas empresas serian competencia para la micro empresa en proceso de creación, además de los comerciantes minoristas de sombrillas y cobertores plásticos.

1.3.2. Sustitutos

Los productos sustitutos presentan características similares de otro producto, o simplemente son usadas de acuerdo a la necesidad del consumidor; por tal razón existen varios productos sustitutos en el mercado poseionados desde hace algún tiempo los cuales son sombrillas (paraguas).

1.3.3. Clientes

Al hablar de clientes se trata acerca de la presión que ejerce el consumidor sobre la empresa para lograr que las necesidades, gustos y preferencias sean cumplidos. Por lo tanto, al no existir competencia directa con productos similares los clientes no tienen poder alto para negociar, además es importante recalcar que la micro empresa está en proceso de creación y por tal razón no tiene mayor número de clientes, más bien está enfocada en ganar clientes en este caso se los denomina como potenciales clientes.

1.3.4. Proveedores

En la provincia y el cantón existen varios proveedores de textiles; especialmente en Atuntaqui se puede encontrar variedad de telares impermeables, Indutexma S.A tiene trayectoria en el mercado en cuanto a la distribución de este tipo de materia prima necesaria en este caso para la realización de los protectores impermeables para mochilas y carteras a realizarse por parte de la micro empresa; en cuanto a materiales indirectos la empresa Coltexpo serán los encargados del abastecimiento de hilos, agujas y cierres.

1.3.5. Nuevos entrantes

Hace referencia a la entrada al mercado, barreras y obstáculos que debe superar una nueva empresa o emprendimiento para entrar a un determinado sector, para lo cual es necesario analizar variables que interfieren en dicha creación, de hecho, para ingresar al mercado de la industria textil no existen barreras de entrada, por el contrario, existe facilidad para el ingreso por motivo de la maduración de dicha industria en el mundo, por el apoyo del gobierno actual y de medidas adoptadas recientemente en favor de las MYPIMES.

1.3.6. Canales de distribución

Actualmente, los canales de distribución para empresas establecidas van de acuerdo a la preferencia de los consumidores en donde habitualmente realizan las compras por lo tanto los canales de distribución son una estrategia para empresas establecidas y en proceso de creación para buscar la mejor opción de comercialización ya sea de manera individual o mediante alianzas que permitan sobresalir y dar a conocer un producto en el mercado.

1.4. Variables diagnósticas

Las variables a utilizar en el presente estudio de investigación son las siguientes:

- Aspectos Geográficos
- Aspectos Demográficos
- Aspectos Socio-económicos
- Análisis de competencia

1.4.1. Indicadores de las variables diagnósticas

Con el objetivo de medir las variables diagnósticas antes mencionadas, se especifican los siguientes indicadores:

Aspectos Geográficos

- Ubicación Geográfica
- Superficie

Aspectos Demográficos

- Crecimiento Poblacional
- Género
- Edad

Aspectos Socio-económicos

- Desarrollo del cantón
- Empleo
- Subempleo
- Industria textil

Análisis de competencia

- Productores
- Comercializadores

1.5. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica

Variables	Indicadores	Fuente de Información	Técnica	Referencia de fuente
Aspectos Geográficos	✓ Ubicación Geográfica	Secundaria	Documental	Bibliografía
	✓ Superficie			
Aspectos demográficos	✓ Crecimiento poblacional	Secundaria	Documental	Referencias estadísticas del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)
	✓ Género			
	✓ Edad			
Aspectos socio-económicos	✓ Desarrollo de la ciudad	Secundaria	Documental	Referencias estadísticas del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)
	✓ Empleo			
	✓ Subempleo			
	✓ Industria textil			
Análisis de competencia	✓ Productores	Primaria	✓ Observación	✓ Comportamiento y aceptación de población hacia la competencia.
	✓ Comercializadores		Directa	
			✓ Entrevistas	

Elaborado por: Las autoras

1.6. Matriz FODA

Tabla 2 Matriz FODA

INTERNO

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. No existe competidores directos	1. Productos sustitutos posesionados en el mercado.
2. Potenciales clientes interesados en el producto.	2. Facilidad de nuevos entrantes competidores al mercado.
3. Variedad de proveedores en la provincia y el país.	3. Precios elevados de materia prima por parte de proveedores.
4. Alianzas estratégicas y fusión de negocios.	4. Falta de confianza de los potenciales clientes hacia el producto.

EXTERNO

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Medidas económicas a favor de los emprendimientos.	1. No existe costumbre en el uso de protectores impermeables para mochilas y carteras.
2. Continuos avances tecnológicos.	2. Competencia extranjera con productos similares.
3. Reducción del plástico en el medio ambiente.	3. Cambios climáticos variantes.
4. Mano de obra disponible.	4. Falta de confianza de los potenciales clientes hacia el producto. amenaza

Elaborado por: Las autoras

1.7. Cruces estratégicos

Tabla 3 Cruce estratégico

ESTRATEGIAS DA	ESTRATEGIAS FO
(D1, A2) Los productos sustitutos y la costumbre del uso en el Cantón permite a la que la creación de la micro empresa fomente la cultura del uso de su producto en base a la confianza y seguridad.	(F1, O1) Al no existir competencia directa en el mercado las medidas económicas a favor de los emprendimientos servirían para la creación de la micro empresa dedicada a la creación de protectores impermeables de mochilas y carteras.
(D2, A3) Las facilidades que existen para nuevos entrantes en los que se incluyen a los competidores extranjeros se pueden contrarrestar en base a los precios accesibles que serán establecidos por parte de la microempresa al ofertar su producto.	(F2, O3) Los potenciales clientes en el mercado se verán interesados por el hecho de que el producto será sustentable y amigable con el medio ambiente.
(D3, A1) Los precios del producto a ofrecer por parte de la microempresa dependerán de la estabilidad de la política económica razón por la cual los precios de materia prima por parte de los proveedores también serán estables y favorables para los costos de producción y de comercialización.	(F3, O2) (F3, O4) La variedad de proveedores en el país y la provincia permite utilizar de mejor manera la tecnología y darles el uso adecuado a los telares seleccionados para la producción, de hecho, la mano de obra disponible en el país es una contribución para la producción.
(D4, A2) (D4, A4) Usar estrategias de marketing para dar a conocer el producto a los potenciales clientes logrando en ellos confianza, seguridad y fomentar la costumbre del uso del producto logrando ingresos masivos que posteriormente no se vean afectados por la variación del clima.	(F4, O2) Se pueden realizar alianzas estratégicas con empresas posesionadas en el mercado, gracias al avance tecnológico se puede promocionar por medio del internet.

Elaborado por: Las autoras

CAPITULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Teoría de Decisiones en el Contexto Ecuatoriano

La toma de decisiones es necesaria para el progreso empresarial, debido a que dentro de una organización se está constantemente tomando decisiones que buscan un resultado pero depende en gran parte si se busca hacer lo correcto o incorrecto, es por eso que esta teoría tiene bases teóricas de administración y organización, trabajo direccionado a los encargados de la gerencia quienes son los delegados de realizar actividades apegadas a valores éticos y profesionales desempeñando correctamente su cargo.

2.1.1. Teoría de la toma de decisiones

(Chiavenato, INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN, 2014)“El proceso de decisión consiste en analizar los cursos de acción disponibles y elegir la alternativa que se seguirá. Toda decisión implica seis elementos:”

Tabla 4 Elementos de la toma de decisiones

Elementos	Descripción
Tomador de decisión	Es la que escoge una opción entre varias para acciones futuras
Objetivos	Son los objetivos que el tomador de la decisión pretende alcanzar con sus acciones
Preferencias	Son los criterios que el tomador de la decisión aplica para hacer su elección
Estrategia	Es el curso de acción que el tomador de la decisión escoge para alcanzar sus objetivos
Situación	Son los aspectos del entorno que envuelve al tomador de la decisión, algunos de los cuales no controla, conoce ni comprende, pero que afectan su elección
Resultado	Es la consecuencia o resultado de una estrategia dada

Fuente: (Chiavenato, 2014, pág. 254 y 255)

Elaborado: Las autoras

La toma de decisiones es una herramienta necesaria dentro de la sociedad y de las organizaciones que conforman la misma de tal manera que en ella intervienen algunos elementos necesarios para lograr una correcta toma de decisión entre los más destacados sería la persona encargada de esta responsabilidad y la estrategia que va optar por conseguir objetivos correctamente.

Según los autores (Munch & Garcia Martinez, 2014) afirman que:

Se llama también escuela racional, postula que el hombre no es manipulable, sino que es un ente capaz de adaptarse y evaluar diferentes grupos de circunstancias. En esta escuela los factores económicos, sociales, técnicos, etc. influyen grandemente en la conducta y productividad del hombre. (pág. 255)

2.1.2. Teoría de la administración

(Chiavenato, INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN, 2014)“Conjunto orgánico e integral de las teorías, las hipótesis, los conceptos y las ideas que consideran que la administración es una ciencia, una técnica o un arte” (pág. 19).

(Torres, 2014)“La administración es un conjunto de proposiciones lógicamente estructuradas, que tienen como fin la explicación y la predicción de las conductas, tanto individuales como grupales, de los miembros de una organización” (pág. 32).

2.1.3. Teoría clásica (de la organización)

(Chiavenato, INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN, 2014)“La teoría clásica concibe a la organización como una estructura, lo cual refleja la influencia de las concepciones antiguas de organización (como las organizaciones militar y eclesiástica), tradicionales, rígidas y jerarquizadas” (págs. 62, 63).

(Daft, 2015)“La teoría organizacional ayuda a explicar que sucedió en el pasado, así como lo que podría suceder en el futuro, con el fin de administrar las organizaciones en forma más efectiva” (pág. 6).

Administración

(Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012)“Administración es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz” (pág. 4)

Organización

(Joyanes Aguilar , Ureña Juyanes , & Morales Jareño, 2003)”Una organización se define como dos o más personas que trabajan en colaboración y en conjunto dentro de unos límites identificables para alcanzar una meta u objetivo en común” (pág. 11).

Estructura Organizacional

(Rodríguez & Alcover de la Hera, 2014)“La estructura organizacional se refiere a todas aquellas formas en que las organizaciones fragmentan el trabajo en diferentes tareas (diferenciación) para luego coordinarlas entre sí (integración)” (pág. 137).

Gerente

Según el autor (Robbins & Coulter, 2014) afirma que:

Un gerente es alguien que coordina y supervisa el trabajo de otras personas para lograr los objetivos de la empresa. La labor del gerente no tiene que ver con el logro personal, sino con ayudar a los demás a llevar a cabo su trabajo. (pág. 5)

Es la persona encargada de organizar y controlar las actividades que tienen las personas a su cargo para alcanzar las metas trazadas para el desarrollo de la empresa.

Ética gerencial

(Daft, 2015)“Consiste en los principios que guían las decisiones y el comportamiento de los gerentes en lo concerniente a si están en lo cierto o están equivocados.” (pág. 408)

Se entiende por ser una guía de principios para ayudar a los gerentes en la realización de sus actividades que beneficien o perjudiquen a la empresa.

Misión

(Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2015)“La misión es el cimiento de la compañía. Una misión específica los negocios en los que pretende competir la compañía y los clientes a los cuales pretende servir” (pág. 19).

Es la razón de ser de una empresa es en la que se fundamenta para cumplir con sus metas enfocándose en la actividad que realiza y así la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Visión

Según los autores (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2015) afirman que:

La visión es una descripción de lo que quiere ser la empresa y, en términos generales, de lo que quiere lograr en última instancia. Por lo tanto, el enunciado de la visión articula la descripción ideal de una organización y configura el futuro que pretender alcanzar. (pág. 19)

Se entiende por ser lo que quiere llegar a ser una empresa, sus planes a futuro con una idea clara de crecimiento empresarial.

Principios y valores

(Palacios Acero, 2015)“Son las creencias y valores que guían o inspiran vida de una organización o negocio, definen lo importante para una empresa, guían el actuar de las personas y la sociedad y demandan liderazgo” (pág. 62).

Se definen como los elementos en los que se debe basar las empresas para el desarrollo de sus actividades, con bases de cómo deben actuar sus empleados para el beneficio de todos.

Políticas

Según el autor (Naumov García, 2011) menciona que las políticas:

Son las guías de acción formales y escritas, basadas en las normas, las reglas y los valores que la empresa ha establecido, y que son útiles para facilitar la toma de decisiones, tomar criterios y guardar las relaciones armoniosas entre el personal que labora en la organización y el entorno en que se encuentra. (pág. 357)

Se consideran las bases definidas por cada empresa para instaurar sus normas y reglas que deben seguirse para una mejor toma de decisiones, un adecuado ambiente laboral entre los empleados para un mejor desarrollo de sus actividades.

Organigrama estructural

(Llamas Arjona, 2013)“Representa de forma simple las unidades bajo las que se estructura la organización” (pág. 11).

Manual de funciones

De acuerdo al autor (Gonzalez Sanchez, 2012) afirma que un manual:

Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa. (pág. 1)

Los manuales de funciones son objeto principal en el que se plasman las normas y funciones que deben desarrollar los empleados de una empresa para la realización de sus funciones especificando las actividades detalladas de acuerdo a las capacidades intelectuales que tienen los empleados para realizar las actividades con la definición de funciones.

Procedimientos

Según el autor (Naumov García, 2011) menciona que:

Los procedimientos son los documentos escritos que son la memoria de los conocimientos y experiencias de los mejores talentos de la empresa, de cómo hacer que las cosas funcionen de la manera más eficiente y productiva, también son los que concentran la parte esencial de lo que ésta produce ya sea un producto y/o servicio, basados en su cultura organizacional, para asegurar que siempre será hecho de la misma manera estandarizando la operación, aunque es susceptible de mejora, con la finalidad de cumplir con los requisitos del cliente. (pág. 322)

Son documentos bases en los que se expresan como se deben realizar las actividades y funciones especificando por pasos para aumentar el cumplimiento de las situaciones realizándose para un mejor desempeño laboral, satisfacción de las necesidades de los clientes.

Negociación

(Pelayo González & Rodríguez Laguía, 2015)“Es el proceso por el que las partes interesadas en algo que tienen en común resuelven conflictos, acuerdan líneas de conducta, buscan ventajas individuales o colectivas o procuran obtener resultados que sirvan a sus intereses mutuos” (pág. 144).

Es la acción por la cual las partes interesadas conversan o discuten para llegar a un acuerdo mutuo y beneficioso para cada uno, con el objetivo de obtener resultados de acuerdo a las situaciones que se traten.

Toma racional de decisiones

(Robbins & Coulter, 2014)“Proceso que involucra la elección entre alternativas lógicas, consistentes y que maximizan el valor” (pág. 166).

Es la adecuada y consiente realización de actividades que se involucren para la toma de decisiones adecuadas en beneficio de la empresa para un adecuado y elevado crecimiento empresarial.

Según la Constitución de la República del Ecuador

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 327.- La relación laboral entre personas trabajadoras y empleadoras será bilateral y directa.

Según el Código de Trabajo

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo.- El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 42.- Obligaciones del empleador

A demás dentro de una organización constituida existen códigos, reglamentos, normas de control interno, políticas y manuales de funciones que se direccionan para cada uno de los individuos que forman parte de la misma; en este caso quien esté a cargo de la toma de decisiones denominado gerente se regirá al cumplimiento obligatorio de lo anteriormente mencionado.

En conclusión, la base conceptual y teórica sustenta de manera clara la importancia de la toma de decisiones dentro de una organización, la cual esta direccionada a la óptima realización de procedimiento, actividades y negociaciones que buscan resultados positivos, de tal manera que esta situaciones conlleva al cumplimiento de principios, valores, políticas y cumplimiento de cuerpos legales internos que direccionan a los encargados del desenvolvimiento esta importante función dentro de una organización.

2.1.4. Aporte

La toma de decisiones dentro de una empresa es primordial debido a que su acierto o desacierto trae consigo resultados positivos o negativos en el desarrollo empresarial y económico; de tal manera que quienes se encuentran a cargo de la gerencia y administración de determinada organización tienen el deber de cumplir con sus responsabilidades de manera honesta y anteponiendo la ética profesional, de hecho las acciones que estas personas realicen siempre van a tener dos caminos lo correcto e incorrecto pero depende mucho del criterio y formación profesional de quien esté a cargo de afrontar diversas situaciones dentro de la organización.

En el Ecuador la toma de decisiones se da constantemente por el accionar de empresarios, directivos y gerentes quienes están a cargo de una organización y la cual depende del desarrollo empresarial basado en la toma de decisiones continuas, ya que en una empresa el desarrollo de actividades siempre viene después de una decisión adoptada por algún directivo con el fin de sobrellevar situaciones normales o adversas, de tal manera que tales disposiciones se vean reflejadas en el buen desempeño de los procesos y por ende el progreso continuo de la organización.

Actualmente, las empresas establecidas en el país y la organización interna de las mismas dependen estrictamente de la selección idónea de los empresarios quienes confían en las destrezas, conocimientos y habilidades de las personas que ocuparan los diferentes cargos empresariales; de hecho, los gerentes tienen que cumplir con aspectos relevantes para ocupar dicho nombramiento, además tienen el deber de demostrar a la sociedad valores, principios éticos y profesionales adoptados en el transcurso del tiempo en el cual desempeñan estos cargos gerenciales.

Los aspectos a relucir son los valores éticos gerenciales y el nivel de responsabilidad al momento de desempeñar actividades encomendadas y pertinentes a su cargo, además de lineamientos sobre el proceso administrativo el cual se basa en planificar, organizar, controlar y direccionar, con el fin de lograr un adecuado manejo de toma de decisiones en la organización, es más dentro de una empresa existen manuales de funciones ya establecidos para cada cargo con el fin de direccionar el adecuado comportamiento y desenvolvimiento laboral de sus empleados, pero a pesar de que existen valores establecidos para los encargados de dirigir una empresa existen problemas con la toma de decisiones en el país, debido que el adoptar dichos valores y prácticas se está dando la opción a los profesionales de desempeñar

su cargo de manera correcta e incorrecta, de hecho son valores profesionales que rigen el buen desempeño de sus obligaciones y responsabilidades, lo cual se ve reflejado en el desarrollo de la empresa.

Por tal razón, la toma de decisiones en el país no es acatada en su totalidad, situación que se puede corroborar en el nivel de incumplimiento de algunas empresas con la legalidad competente por ejemplo con la administración tributaria en este caso en el Ecuador el Servicio de Rentas Internas son los encargados de percibir ingresos tributarios por parte de los contribuyentes; siendo esta una obligación relacionada directamente con la toma de decisiones que con el transcurso del tiempo afectarán o beneficiarán al desarrollo empresarial y del país, de hecho los empresarios, gerentes y encargados del área financiera de una empresa específicamente los encargados del área contable tienen en sus manos el poder de decisión ya sea para el cumplimiento legal con lo predispuesto en los deberes y obligaciones de los contribuyentes o la evasión de impuestos con el fin de fingir un buen desempeño empresarial, que a la larga saldrá a relucir afectando no solo a la organización para la cual trabaja sino a su imagen como profesional ante la sociedad.

Es por eso que se concluye que la teoría de toma de decisiones en el contexto ecuatoriano se encuentra adaptada por la legalidad y jurisdicción competente, sin embargo, es cuestión de los directivos empresariales adoptarla y ponerla en marcha con el objetivo de mejorar las prácticas gerenciales y crear conciencia acerca de las consecuencias que trae la buena o mala toma de decisiones en una empresa, ya que las decisiones adoptadas por quien administre una organización siempre se verá reflejado en el desarrollo y bienestar económico y social, cabe recalcar que dentro de una organización se está constantemente tomando decisiones que influyen en el progreso de la misma, y es ahí cuando se refleja el nivel de profesionalismo de quien está a cargo de tan alta responsabilidad dentro de la empresa.

2.2. Teoría del Control de Calidad en Emprendimientos, Empresas y Microempresas

El buen desempeño con el que se realice toda actividad dentro de una empresa en base a procesos, productos o servicios se denomina calidad, la misma que se basa en la satisfacción de los grupos de interés con el objetivo de lograr desarrollo y progreso empresarial y por ende económico, las situaciones de calidad en distintos países están normados por cuerpos legales con el fin de velar por el cumplimiento de los derechos de usuarios, consumidores y de todas

las personas involucradas dentro la sociedad, de la misma manera existen temas que se entrelazan con calidad y con la buena práctica de la misma.

2.2.1. Teoría de la calidad

Según los autores (Gil Estallo & Giner de la Fuente, 2012) afirman que:

La calidad está enfocada en el cliente, en la implicación de nuestros directivos y de nuestro personal, en el proceso, en la gestión basada en los sistemas, en la mejora continua, en hechos, y en una relación estrecha y comprometida con los proveedores y el medio ambiente que conlleva un cambio en el clima y en la cultura de la empresa. (pág. 54)

(Ramírez Cardona & Del Pilar Ramírez, 2016)“La calidad puede definirse como la característica intrínseca de un producto o de un servicio que logra la aceptación y satisfacción de un servicio, cliente o consumidor” (pág. 53).

Es el conjunto de características que se necesita para la adecuada realización de productos y ofrecimiento de servicios que se necesita para competir frente a otras empresas y para satisfacer las necesidades de los clientes.

2.2.2. Teoría de la calidad total

Según el autor (Eggers, 2012), menciona que para los profesores Sashkin y Kiser definieron la Administración de la Calidad Total (ACT) de la siguiente manera:

La ACT significa que la cultura de la organización se define y fundamenta en conseguir constantemente la satisfacción de los clientes, por medio de un sistema integral de instrumentos, técnicas y capacitación. Esto implica la superación constante de los procesos de la organización, la cual deriva en productos y servicios de alta calidad. (pág. 45)

(Ramírez Cardona & Del Pilar Ramírez, 2016)“La calidad total es una expresión que se usa para significar el conjunto de factores que por su adecuación e idoneidad concurren a la producción de un bien o prestación de un servicio” (pág. 53).

Es la excelencia de la complementación de características específicas que necesita un bien o un servicio para una adecuada implementación en el mercado.

Administración de la calidad total

(Jones & George, 2014)“Tiene como objetivo mejorar la calidad de los productos de una organización y recalca que todas las actividades de la cadena de valor deben encauzarse hacia esa meta” (pág. 303).

Es la acción de una empresa relacionada con la implementación de la calidad en los productos o servicios que ofrece para aumentar el valor de los productos y servicios.

Control de calidad

(Pérez Marqués, 2014)“Consiste esencialmente en medir las características de calidad de un producto, compararlas con las especificaciones o requisitos y, cuando existe discrepancia, realizar las correcciones adecuadas” (pág. 113).

Es la manera de controlar las características que debe cumplir un producto, cuando se lo adquiere y se lo elabora debe tener varias consideraciones a seguir.

Sistemas de administración de la calidad

(Evans & Lindsay, 2015)“Puede considerarse un mecanismo para mejorar y mejorar continuamente los procesos medulares a fin de lograr la máxima satisfacción del cliente al precio general más bajo para la organización” (pág. 78).

Manual de calidad

(Evans & Lindsay, 2015)“Sirve como referencia permanente para implementar y mantener el sistema. No es preciso que sea complejo” (pág. 79).

Es una herramienta que se utiliza como base para la implantación de las normas que deben seguirse para el mejoramiento de los bienes y servicios.

Familia de normas ISO 9000

(Evans & Lindsay, 2015)“Son un conjunto de lineamientos y directrices para los sistemas de administración de la calidad que representan un consenso internacional sobre las buenas prácticas en dicha administración” (pág. 79).

La familia de normas ISO son herramientas internacionales que sirven de base para controlar y administrar el cumplimiento de la calidad, con buenas prácticas que deben seguir las empresas para una adecuada aceptación de los productos.

Estrategia de nivel funcional

(Jones & George, 2014)“Plan de acción para mejorar la capacidad de cada una de las funciones o departamentos de una organización, para implementar las actividades específicas de sus labores en formas que agreguen valor a los bienes y servicios que producen” (pág. 295).

Son el conjunto de acciones que realizan las empresas para agregar valor en la realización de sus actividades de acuerdo a las estrategias.

Cadena de valor

(Jones & George, 2014)“Serie o secuencia coordinada de actividades funcionales necesarias para transformar insumos como conceptos de productos nuevos, materias primas, partes o habilidades profesionales en bienes terminados, o bien servicios que los clientes valoren y quieran comprar” (pág. 295).

Proceso

(Pérez Marqués, 2014)“Se puede considerar un proceso como una combinación de máquinas, materiales, métodos, mano de obra, medio ambiente y mantenimiento, que intervienen en la producción” (pág. 113).

Diagramas de control

(Pérez Marqués, 2014)“Son una herramienta contrastada para mejorar la productividad, ya que al reducir el rechazo y la reelaboración los costos disminuyen y la capacidad de la producción aumenta” (pág. 118).

Estrategia

(Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012)“La estrategia de una compañía consiste en las medidas competitivas y los planteamientos comerciales con que los administradores compiten de manera fructífera, mejoran el desempeño y hacen crecer el negocio” (pág. 4).

Planeación estratégica

(Chiavenato & Sapiro, 2011)“La planeación estratégica es el proceso que sirve para formular y ejecutar las estrategias de la organización con la finalidad de insertarla, según su misión, en el contexto en el que se encuentra” (pág. 25).

Dirección estratégica

Según el autor (Sainz, 2015) afirma:

Es el proceso que, mediante las funciones de análisis, planificación, organización, ejecución y control persigue la consecución de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia, a través de la adecuación de los recursos y capacidades de la empresa

y su entorno, a fin de satisfacer los objetivos de los múltiples grupos participantes en la organización. (pág. 45)

Ventaja competitiva

Según el autor (Evans & Lindsay, 2015) afirma que:

La ventaja competitiva denota la capacidad de una empresa para obtener superioridad en el mercado. Una ventaja competitiva sólida proporciona valor al cliente, conduce al éxito financiero y a la sostenibilidad del negocio, y es difícil de copiar por los competidores. (pág. 27)

Es una medida que tienen las empresas para sobresalir entre las demás por medio de la implementación de estrategias que le permiten aumentar sus recursos financieros y crecimiento empresarial.

Innovación

(Hilarión Madariaga, 2014)”La innovación se relaciona con la solución de un problema o necesidad actual o futura de las personas, la cual se realiza de forma novedosa, ingeniosa, rompiendo los parámetros, de las soluciones existentes” (pág. 11).

Es la generación de nuevas ideas, mejorar las existentes para dar soluciones a problemas existentes que ayuden a mejorar y facilitar la calidad de vida de la sociedad.

Creatividad

(Daft, 2015)“La creatividad es la generación de ideas novedosas que pueden satisfacer necesidades percibidas o responder a las oportunidades” (pág. 435).

Microempresa

Según el autor (Chorro, 2010) menciona que:

Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, con un establecimiento fijo o ambulante que tiene un nivel de ventas brutas anuales de hasta \$ 100.000 y hasta 10 trabajadores remunerados.(pág.17)

Es una entidad u organización que se dedica a la comercialización y producción de bienes y servicios en menor escala, con una capacidad máxima de 10 empleados y que se obtiene utilidades menores a los \$100.000 anuales.

Producto

(Villanueva & Toro, 2017) “Un conjunto de atributos (propiedades, funciones, beneficios y usos) que se puede intercambiar o usar y que, por lo general, aúna tanto características tangibles como intangibles” (pág. 98).

Es un bien o servicio que reúne las características necesarias para la satisfacción de las necesidades de las personas.

Emprendedor

(Ramírez Cardona & Del Pilar Ramírez, 2016)“Existen personas creativas que sin pretender ser dueños de una empresa estimulan la creación de entes empresariales impulsan y promueven empresas y son exitosos en el campo de la gerencia de empresas y de negocios” (pág. 21).

Son las personas creadoras de nuevos negocios con ideas innovadoras que permiten desarrollarse en el ámbito comercial y adentrar los productos y servicios a ofertar.

Propiedad industrial

De acuerdo a los autores (Pelayo González & Rodríguez Laguía, 2015) afirman que:

Es un conjunto de derechos que puede tener una persona física (individual) o jurídica (una sociedad civil o mercantil) sobre una invención –patentes y modelos de utilidad-, un diseño industrial o un signo distintivo de una empresa –marca o nombre comercial-. (pág. 182)

Son los derechos que dan a las personas dueñas de una invención para hacerle propietarios adecuados del invento sin permitir que otras personas hagan uso de los mismos.

Patente

Según los autores (Pelayo González & Rodríguez Laguía, 2015) afirman que:

Es un título que reconoce a su titular, el emprendedor, el derecho de explotar en exclusiva algo que ha inventado. Ninguna otra persona o empresa puede fabricar, vender o utilizar esa invención sin su permiso durante un periodo de tiempo determinado. (pág. 183)

Documento emitido por la autoridad pertinente para dar derecho a la persona dueña de un invento la manera de explotar y utilizar su invención para obtener recursos mediante la comercialización por un tiempo limitado.

MYPES

EL Artículo 53 del Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones define a las MYPES (Micro, Pequeñas y Mediana empresa), como persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicio y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría.

Según la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad

Art. 8.- El sistema ecuatoriano de la calidad se encuentra estructurado por:

- a) Comité Interministerial de la Calidad;
- b) El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN;
- c) El Organismo de Acreditación Ecuatoriano, OAE; y,
- d) Las entidades e instituciones públicas que en función de sus competencias, tienen la capacidad de expedir normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad.
- e) Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

Art. 30.- La elaboración y adopción de reglamentos técnicos es aplicable respecto de bienes y servicios, así como de los procesos relacionados con la fabricación de productos, nacionales o importados incluyendo las medidas sanitarias, fitosanitarias e ictiosanitarias que les sean aplicables. Los reglamentos técnicos se regirán por los principios de trato nacional, no discriminación, equivalencia y transparencia, establecidos en los tratados, convenios y acuerdos internacionales vigentes en el país.

Art. 50.- El Estado ecuatoriano propiciará el desarrollo y la promoción de la calidad, de la productividad y el mejoramiento continuo en todas las organizaciones públicas y privadas, creando una conciencia y cultura de los principios y valores de la calidad a través de la educación y la capacitación.

En conclusión existen conceptos complementarios para la mejor comprensión de tema de calidad, debido a que están ligados y son parte de la gestión, organización y administración en una empresa, la cual se basa específicamente en procesos y procedimientos realizados diariamente por parte del personal que conforma dicha organización, es por eso que existe la necesidad de comprender y detallar conceptos claves que permiten una mayor comprensión y aceptación de la teoría a implantarse.

2.2.3. Aporte

El control de calidad en el Ecuador se encuentra supervisado por entes reguladores con el fin de fiscalizar procedimientos realizados por empresas que ofertan ya sean productos o servicios con el objetivo de que prevalezcan los intereses de los clientes; de hecho, el tema de calidad y cliente debe tener un punto clave en el plan estratégico de toda empresa debido a su importancia, conociendo que el plan estratégico es una guía para poner en claro los objetivos que se quiere conseguir y el cómo hacerlo en base a decisiones que son adoptadas por los empresarios.

El Servicio de Acreditación Ecuatoriano creado en el año 2007 es el encargado de controlar mediante principios y normas que rigen la calidad en el país mediante la Ley del Sistema Ecuatoriano de Calidad, en el cual se establecen normas de cumplimiento para emprendimientos, empresas, microempresas que tengan actividades relacionadas con satisfacción de necesidades y la calidad de sus productos o servicios.

El cumplimiento de las normas ISO permiten la obtención de certificados que avalan el desempeño de reglas y normas que permiten establecerse y formar parte de un estándar de calidad; en este caso las ISO 9000, 9001, 9004 y 2000 están enfocados en el sistema de gestión de calidad y procesos.

El control de calidad en el Ecuador tiene bases fuertes, debido a los entes reguladores, leyes, secretarías y ministerios que buscan el cumplimiento por parte de las organizaciones, pero el acatamiento es cumplido y a veces no lo es, las sanciones y clausura temporales o definitivas de negocios, empresas y microempresas han aumentado por tal razón a las faltas ocasionadas lo que conlleva multas pecuniarias como sanción a tal incumplimiento.

La teoría de control de calidad es una herramienta necesaria para el desempeño de actividades dentro de una organización ya sean emprendimientos, empresas y microempresas establecidas, debido a que depende mucho del cumplimiento de la legalidad, normas, reglamentos y procedimientos obligatorios para la obtención de una certificación que de confianza y seguridad a los usuarios y a la sociedad.

2.3. Teoría de Responsabilidad Social y la Generación del Empleo

La responsabilidad social desde un punto de vista de valor y ética profesional en las organizaciones se convierte en una clave para el desarrollo empresarial, además de ser una instancia necesaria para contribuir con el entorno y la sociedad se convierte en una ventaja competitiva, de hecho se lo considera de esta manera debido a los bajos niveles de cumplimiento y a la aceptación que tiene en los empresarios pero quien de verdad valora, aprende y aplica el verdadero significado de responsabilidad social lo seguirá haciendo no como obligación sino como una oportunidad de crecimiento.

Empresario

(Ramírez Cardona & Del Pilar Ramírez, 2016)“Es un emprendedor quien acomete la acción difícil y valerosa de crear y poner en marcha una empresa. Es quien comanda la acción y quien se responsabiliza de ordenar todos los medios para la consecución de los fines” (pág. 20).

La persona que se ingenia una manera de progreso utilizando como herramienta sus cualidades de creatividad e innovación tiene la oportunidad de dirigir su propia empresa; sin embargo, tiene que ser consciente de la responsabilidad que tiene la toma de decisiones en todo este proceso.

Grupos de interés

(Jones & George, 2014)“Personas y grupos que proveen a una compañía de recursos productivos; en consecuencia, tienen un derecho y un interés en ella” (pág. 110).

Las personas tienen intereses y necesidades que tienen que ser satisfechas y son las empresas, emprendimientos los encargados de captar a este conjunto de personas y buscar la solución para combatir con dicho problema, de hecho, entre ello se tendrán un interés en común que ayudara a complementarse.

Ética

(Jones & George, 2014)“Conjunto de principios morales internos que nos sirven de guía, los valores y convicciones con los que analizamos o interpretamos una situación y decidimos cuál es la conducta correcta o apropiada” (pág. 107).

El comportamiento de todas las personas se basa en una colección de buenas acciones denominadas valores quienes resaltan a dichas personas en cualquier ámbito que se desenvuelvan lo que les permite dar una imagen de rectitud, cumplimiento y responsabilidad personal y social.

Código de ética

(Daft, 2015)“Es una declaración formal de los valores de la empresa concernientes a la ética y responsabilidad social; les aclara a los empleados qué representa la empresa y sus expectativas respecto al comportamiento de los empleados” (pág. 414).

En las organizaciones existen normas que rigen el comportamiento de sus integrantes dentro de los cuales los que salen a relucir son los valores éticos y de sostenibilidad empresarial y con la sociedad.

Ética social

Según el autor (Jones & George, 2014) afirma que:

Comprende las normas que rigen entre los miembros de una sociedad en lo que atañe a equidad, justicia, pobreza y los derechos del individuo. La ética social emana de las leyes, los usos y las costumbres de la sociedad y de los valores y las normas tácticos que influyen en las relaciones entre las personas. (pág. 124)

Todas las personas quienes conforman el mundo están regidas por diversas legalidades que permiten normar el comportamiento del ser humano sin excluir tradiciones y demás hábitos, buscando la imparcialidad, justicia y sobre todo combatir con la desigualdad de recursos económicos con el fin de implantar armonía entre todos.

Ética ocupacional

(Jones & George, 2014) “Comprende las normas que rigen el comportamiento de los miembros de una profesión, arte u oficio cuando realizan sus actividades laborales” (pág. 126).

La realización de acciones dentro de un trabajo por parte de las personas esta normada por estipulaciones de la organización quienes comprometen a sus empleados a tener una conducta adecuada en el transcurso de sus actividades diarias.

Ética organizacional

(Jones & George, 2014)“Está conformada por las prácticas e ideas rectoras a través de las cuales una compañía y sus gerentes contemplan su responsabilidad hacia sus grupos de interés” (pág. 128).

Los valores que poseen los dirigentes de una organización están contemplados como normativa lo cual les permite tener una guía de comportamiento idóneo con la sociedad y los clientes.

Responsabilidad social

(Robbins & Coulter, 2014)“La intención que tiene una empresa, más allá de lo que determinan sus obligaciones legales y económicas, de hacer lo correcto y actuar de forma que la sociedad resulte beneficiada” (pág. 131).

Los deberes de las organizaciones van más allá de legalidad y normativa debido a que tienen que comprometerse socialmente y reflejarlo en la toma de decisiones lo cual favorece directamente a todas las personas y al entorno.

Obligación social

(Robbins & Coulter, 2014)“Es la actitud que asume una empresa cuando se involucra en acciones sociales, debido a que tiene la obligación de cumplir determinadas responsabilidades de índole económica y legal” (pág. 130).

Las organizaciones están involucradas directamente con todo el entorno, de tal manera son quienes tienen el deber de cumplir con la correcta realización de sus actividades de forma responsable en todos los ámbitos sociales y respondiendo correctamente a la jurisdicción competente.

Perspectiva clásica

(Robbins & Coulter, 2014)“Punto de vista según el cual la única responsabilidad social de la administración es maximizar las utilidades” (pág. 130).

Es una creencia de las organizaciones que se basa en que el desarrollo empresarial está en la dirección de sus mandantes con el único deber sindical de incrementar ganancias.

Perspectiva socioeconómica

(Robbins & Coulter, 2014)“Punto de vista según el cual la responsabilidad social de la administración no consiste exclusivamente en generar utilidades, sino también en proteger y mejorar el bienestar de la sociedad” (pág. 131).

Las personas necesitan basarse en una figura social y económica con el fin de aportar responsablemente a la sociedad, lo cual no consiste netamente en forjar ganancias, al contrario, se necesita concientizar en el bien común.

Sensibilidad social

(Robbins & Coulter, 2014)“Actitud que exhibe una empresa cuando se involucra en acciones sociales en respuesta a determinadas necesidades populares” (pág. 131).

Actitudes que toman las personas con otras debido a situaciones que en las cuales se ven inmersos y que son determinadas por necesidades en común.

Sostenible

(Pelayo González & Rodríguez Laguía, 2015)“Implica que el desarrollo derivado de la innovación no comprometa el bienestar de las generaciones futuras mediante el uso de energías renovables, el mantenimiento de la densidad de la población, el respeto al medio ambiente, etcétera” (pág. 180).

Se trata acerca del bienestar de las personas y organizaciones, de cuan amigables son con el medio ambiente, debido a que las acciones adoptadas en el presente no tienen que ser un inconveniente que atente contra el bienestar de las mismas personas o de sus generaciones en un futuro.

Según la Constitución de la República del Ecuador

Art. 278.- Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.
2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

En el Ecuador hay entidades que se dedican a fomentar el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial como es el Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador que se enfoca sobre el perfeccionamiento social a través de un humanismo auténtico y solidario; también se ha creado el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social que se encarga de promover un enfoque corporativo basado en la generación de un valor agregado empresarial, buscando involucrar, sensibilizar y apoyar la dirección de los negocios de manera socialmente responsable.

En definitiva la responsabilidad social respaldada de los conceptos necesarios facilita una mejor comprensión y permite llegar a una lógica de cumplimiento, llegando a la conciencia de quien lo aplica; de hecho las personas quienes apliquen la responsabilidad con la sociedad vista desde un punto legal y de obligatorio cumplimiento podrán darse cuenta de la importancia de implementarlo pero como parte de sus valores y sus principios mas no como una obligación determinada por legalidades ni instituciones de supervisión.

2.3.1. Aporte

La responsabilidad social en el mundo se dio desde la revolución industrial es ahí cuando se forjaron conceptos de cuidado del medio ambiente y de valoración al empleado, de hecho, en la actualidad estos temas de cumplimiento son usados como ventajas competitivas enfocadas al desarrollo empresarial siempre y cuando sea visto desde un punto ético.

De tal manera es posible darse cuenta que la responsabilidad social está enfocada a negocios sostenibles y sustentables, amigables con el medio ambiente y con el personal que conforman la organización por tal razón, los empresarios se direccionan a la toma de decisiones en base a una directriz ya establecida en el mundo con el fin de crecer no solo económicamente sino en competitividad con otras empresas reconociendo como recurso primordial para el desarrollo empresarial al capital humano.

En el Ecuador se está adoptando la responsabilidad social en base al cumplimiento de leyes que permiten el desempeño de las obligaciones de empresarios; de tal forma que se han establecido métodos para la inclusión en el ámbito de empleo a personas con capacidades especiales y ofrecer los mismos beneficios que los demás empleados; de hecho el trato a todos los empleados y trabajadores de las empresas es adecuado y se lo ve reflejado en la implementación de seguridad industrial, capacitaciones, incentivos y demás beneficios que especifica la ley y reglamentos internos de las mismas empresas.

Aun con la existencia de una ley en este caso el Código de Trabajo el cual ampara los derechos y obligaciones tanto de los empleadores como los empleados no todas las empresas acatan las obligaciones, por lo cual el Ministerio de Trabajo vela por los intereses de los empleados y los hace respetar, caso contrario también se aplica sanciones respectivas para asegurar dicho cumplimiento por parte de las empresas u organizaciones que tengan a su cargo personal.

Un claro ejemplo de este tipo de situación en el Ecuador es la existencia de denuncias y sanciones a grandes, pequeñas empresas y negocios por el incumplimiento de sus obligaciones, de esta manera se corrobora que la responsabilidad social en base al empleo en el país es acatado y hay veces que no lo es, debido a que los empresarios aún se fijan solo en intereses propios y no en los intereses de los trabajadores o por lo menos en el cumplimiento de beneficios que la ley establece, además que hay que considerar que no solo se trata del cumplimiento legal sobre empleados y trabajadores sino también ser responsable con el medio ambiente anteponiendo la sostenibilidad empresarial, tema controversial hoy en día por la falta de aplicación por parte de empresarios, de hecho el cuidado del entorno debe ser una base para poner en marcha un negocio direccionando ya sean productos o servicios a beneficio de la sociedad y del entorno asegurándose que las practicas realizadas en el presente no afecten ni perjudiquen al bienestar de generaciones futuras.

Es por eso que un emprendimiento debe tener claro desde su comienzo que la responsabilidad social no es una obligación más, sino que forma parte de los valores empresariales y de la ética de quienes lo administren, de esta manera el cumplimiento de este valor reflejará en sus trabajadores eficiencia y eficacia, además responsabilidad no solo es el tema laboral sino también ser amigable y responsable con el medio ambiente, concientizando en el uso de materias primas y maquinaria y demás implementos necesarios para el desarrollo de actividades relacionados con la razón de ser de la empresa, además de crear e innovar con productos o servicios que no perjudiquen el bienestar de las personas; de tal manera que esta responsabilidad sea una ventaja competitiva ante las demás empresas y que sea atractiva para el consumidor.

En conclusión el fin de esta teoría es concientizar a las personas, empresarios e interesados en el tema de responsabilidad social para que sea adoptado y aceptado de manera voluntaria no como obligación simplemente con un enfoque y pensamiento distinto al común, poniendo como principal objetivo el bienestar interno y seguido el bienestar del entorno, de

esta manera los resultados en favor de la empresa y de la sociedad se verán convertidos en: aceptación, ventajas competitivas, estrategias, valores y por ende en beneficios económicos; de hecho es necesario recordar que los grupos de interés dentro de una organización tienen algo en común con la organización y es la satisfacción de necesidades y que mejor si estas necesidades son subsanadas de manera consiente y responsable con el medio ambiente y la sociedad.

2.4. Teoría del Emprendimiento como Fortalecimiento Económico

La participación de las empresas, microempresas, emprendimientos y demás negocios que contribuyen con el desarrollo social es un aporte al fortalecimiento económico del país; de tal manera que las actividades que cada una de ellos desarrolla son benéficas para la sociedad, de hecho, todo tipo de organización se crean con el fin de satisfacer necesidades y de obtener utilidades, de esa manera consiguen desarrollarse empresarialmente y contribuyen al progreso económico del país con la apertura de nuevas plazas de empleo y la captación de clientes tanto nacionales como extranjeros interesados en la innovación de productos y servicios de los emprendedores del país.

La toma de decisiones es sumamente importante en el fortalecimiento económico del país, el saber sobresalir a distintas dificultades que se pueden presentar en una organización en el transcurso del tiempo ya sean por situaciones internas o externas es una ventaja que permite el desarrollo no solo económico sino también sostenible, de tal manera que quien se encuentre al frente de la organización o en cargos administrativos como lo es la gerencia debe tener en cuenta una serie de estrategias, principios y valores que le permitan el buen desenvolvimiento de sus funciones lo cual se verá reflejado en el progreso continuo de empresa; se menciona a las empresas como entes de fortalecimiento económico del país debido a la afluencia de clientes nacionales y extranjeros además, de los niveles de ingresos y utilidades percibidas en un determinado periodo lo cual está controlado por entes reguladores quienes son los encargados de fiscalizar este tipo de situaciones.

A más de entes reguladores y fiscalizadores en cuanto a situaciones financieras existen entidades encargadas de controlar y certificar situaciones en cuanto a calidad, entre los que se mencionan ministerios, secretarías y certificadoras avaladas, de esta manera estas instituciones están velando por los derechos e intereses de los clientes y usuarios con el fin de que ellos

obtenzan servicios o productos de calidad con estándares nacionales e internacionales como lo son las normas ISO, razón por la cual actualmente existe leyes que rigen el control sobre todo tipo de organizaciones y negocios pero es necesario concientizar a los empresarios para que el cumplimiento de estas leyes sea bajo presión sino por ética profesional y compromiso con la sociedad.

Al mismo tiempo la toma de decisiones y la calidad se encuentran relacionados directamente con la responsabilidad social corporativa debido a que todas estas se entrelazan con el objetivo de desarrollarse empresarialmente y de contribuir a la sociedad con iniciativas de fortalecimiento que subsanen necesidades de las personas y que dejan como resultado réditos económicos en determinados periodos para los empresarios denominados utilidades; la responsabilidad social actualmente se está desarrollando en las empresas como una ventaja competitiva que les permite diferenciarse de las demás organizaciones por ser amigable con el medio ambiente y el trato justo con los empleados bajo su cargo, de hecho el capital humano y el dinero que sea utilizado para subsanar todo tipo de beneficios de los empleados y trabajadores no deben ser considerados como gastos sino como inversión la cual se verá reflejada en el buen desarrollo de las actividades a ellos encomendadas y por ende en el desarrollo empresarial.

La generación de empleo como responsabilidad social corporativa o empresarial es un tema de discusión actualmente en el Ecuador, debido a la inestabilidad que existe en el ámbito laboral ya que no existe conciencia por parte de los empresarios que aun toman al capital humano como un gasto y no como inversión y tienen el pensamiento de que si prolongan el tiempo de un contrato los beneficios a obtener por parte de los empleados será mayor y prefieren tener personal momentáneo, es indispensable mencionar que en la actualidad el Ecuador está atravesando temas de inmigración por gente de los países vecinos tanto de Venezuela y de Colombia, quienes optan por migrar al país por temas de crisis e inestabilidad económica en sus países, es ahí cuando los empresarios ecuatorianos optan por contratar personal de otros países con el fin de no ofrecer beneficios legales y de ver solo por el bien empresarial y no como una contribución a la sociedad debilitando aún más el tema de responsabilidad social en el país.

Es por eso que la teoría del emprendimiento como fortalecimiento económico del país busca reunir características esenciales de la teoría de la toma de decisiones, el control de calidad y la responsabilidad social como complemento para el buen actuar de los emprendimientos,

empresas y microempresas, obteniendo como resultado la concientización en los empresarios, administradores, accionistas en cuanto a los valores y principios no solo con la empresa sino con la sociedad, prevaleciendo el compromiso de cada uno de ellos con la sociedad y el país, recordando que para todo lo anteriormente mencionado existe legalidad vigente la cual está encaminada a un buen desempeño empresarial además existe la continua revisión, supervisión y control por parte de entes reguladores no con el propósito de imponer sino de contribuir a un buen desarrollo empresarial, social y por ende al fortalecimiento económico del país.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

El estudio de mercado se lo realizará en la Ciudad de Otavalo con el fin de conocer el comportamiento de la oferta y la demanda, el precio y algunas estrategias que permitan llegar a una conclusión de aceptación por parte de los potenciales clientes y de la población del Cantón, para determinar lo anteriormente mencionado se utilizará técnicas de investigación tanto primarias como secundarias.

La oferta se analiza con el objetivo de conocer competidores directos establecidos en el mercado, así mismo la demanda se observará para determinar la frecuencia con la que los usuarios adquieren el producto o sus similares, y las preferencias en cuanto a características y diseños.

El análisis de los precios genera una idea clara para proyecciones posteriores en el mercado y para tener la capacidad de competir, sin duda con un porcentaje considerable y adecuado de utilidad para la empresa.

Para ayudar al reconocimiento del producto en el mercado las estrategias planteadas serán clave y fundamentales para poner en marcha el propósito de posicionamiento del producto debido a que de eso depende el nivel de ventas y de ingresos que hagan rentable y sostenible tanto al producto como a la empresa.

3.2. Objetivos de la investigación

3.2.1. Objetivo General

Realizar una investigación de mercados mediante el enfoque cuantitativo con el objetivo de recolectar datos para identificar la demanda potencial y aceptación de los protectores impermeables para pertenencias personales en el cantón Otavalo, así como analizar la oferta disponible.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar la aceptación que tendrán los protectores impermeables por parte de los clientes potenciales.
- Identificar las características de los protectores impermeables que captará a los clientes potenciales.
- Identificar la disposición a pagar de los protectores impermeables por parte de los clientes potenciales.
- Analizar la oferta de productos sustitutos que pueden considerarse como competencia.
- Identificar los canales de comercialización adecuados para la distribución del producto.
- Determinar los medios más utilizados por los clientes potenciales para recibir información y promoción de los protectores impermeables.

3.3. Indicadores

3.3.1. Oferta

- ✓ Identificación de los competidores
- ✓ Cantidad ofertada
- ✓ Materia prima

3.3.2. Demanda

- ✓ Frecuencia de compra
- ✓ Cantidad demandada
- ✓ Colores preferidos

3.3.3 Precios

- ✓ Formas de establecimiento de precio
- ✓ Precio de producción
- ✓ Precio de venta

3.3.4. Estrategias de comercialización

- ✓ Promoción
- ✓ Publicidad
- ✓ Canales de comercialización

3.4. Matriz del estudio de mercado

Tabla 5 Matriz estudio de mercado

Nro.	Objetivos	Variables	Indicadores	Técnica	Fuente	Informantes
1	Determinar la aceptación que tendrán los protectores impermeables por parte de los clientes potenciales.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Frecuencia de compra ✓ Cantidad demandada ✓ Colores preferidos 	Encuesta	Primaria	Población del Cantón Otavalo
2	Identificar las características de los protectores impermeables que captará a los clientes potenciales.	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promoción ✓ Publicidad ✓ Canales de comercialización 	Encuesta	Primaria	Población del Cantón Otavalo
3	Identificar la disposición a pagar de los protectores impermeables por parte de los clientes potenciales.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formas de establecimiento de precio ✓ Costo de producción ✓ Costo de venta 	Encuesta	Primaria	Población del Cantón Otavalo
4	Analizar la oferta de productos sustitutos que pueden considerarse como competencia.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificación de los competidores ✓ Cantidad ofertada ✓ Materia prima 	Observación Directa	Primaria	Población del Cantón Otavalo
5	Identificar los canales de comercialización adecuados para la distribución del producto.	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promoción ✓ Publicidad ✓ Canales de comercialización 	Encuesta	Primaria	Población del Cantón Otavalo
6	Determinar los medios más utilizados por los clientes potenciales para recibir información y promoción de los protectores impermeables.	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promoción ✓ Publicidad ✓ Canales de comercialización 	Encuesta	Primaria	Población del Cantón Otavalo

Elaborado por: Las autoras

3.5. Identificación del Producto

Los protectores impermeables para mochilas y carteras son un producto que vela por la seguridad y confianza de las personas en situaciones adversas del clima, de tal manera se convierte en un producto necesario para las personas que usualmente se enfrentan a este tipo de inconvenientes climáticos de manera imprevista.

3.5.1. Características

- **Proteger** las pertenencias importantes de las personas usuarias ya sean de valor económico o no, ofreciendo seguridad y confianza ante situaciones adversas del clima.
- Considera el aprovechamiento de materias primas que pueden reutilizarse con la finalidad de aplicar criterios de sustentabilidad.
- Tiene alto nivel competitivo pensando en aspectos de responsabilidad social al ser un producto que está a favor de reutilizar y en contra del uso excesivo de plástico.
- Su diseño se basa en la facilidad de transportarlos debido que vienen en presentación de llavero en las carteras y mochilas.

3.5.2. Ventajas y Desventajas

Ventajas

- La materia prima a utilizarse se la consigue fácilmente en el medio local.
- Es un producto novedoso e innovador por su diseño.
- La producción y la mano de obra son de fácil acceso.
- El producto aplica criterio de sustentabilidad debido a que incentiva al no uso de plástico.

Desventajas

- Los protectores impermeables serán utilizados únicamente en situaciones adversas de clima lo cual no asegura la frecuencia de uso.
- La frecuencia de adquisición será de manera ocasional debido a que los usuarios realizarán la compra de este producto una sola vez en el año.

3.6. Segmentación de mercado

En el último censo realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos “la población del cantón Otavalo es de 104.874 entre hombres y mujeres” (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

3.6.1. Mercado Meta

El cantón Otavalo, posee una población total de 4100 jóvenes de la zona urbana, cuya edad va desde 15 a 19 años, debido a que son los principales usuarios de mochilas, bolsos y similares.

3.6.2. Tamaño de la muestra

La muestra es considerada como una parte importante de conocimiento del nicho de mercado lo que ayuda a la realización de un estudio posterior acerca de una población total el cual se lo realiza con la ayuda de encuestas que serán aplicables de manera aleatoria, de los cuales se obtendrá información relevante para el desarrollo del proyecto, con la finalidad de conocer la demanda actual del producto a lanzar en el mercado; de hecho para realizar este estudio se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Tomando en cuenta los siguientes datos:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

P y Q= Probabilidades de ocurrencia

Z= Nivel de confianza del 95% al que corresponde =1.96

□= Error =0,05

El cálculo de la fórmula para determinar el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 4100}{0,05^2(4100 - 1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,50)(0,50)(4100)}{0,0025(4099) + (3,8416)(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{3.937,64}{10,2475 + 0,9604}$$

$$n = \frac{3.937,64}{11,2079}$$

$$n = 351,327189$$

$$n = 351$$

3.6.3. Técnica de muestreo

En la presente investigación se utilizó un método probabilístico, donde todos los elementos de la población tienen igual probabilidad de formar parte de la muestra, adicionalmente se aplicó un muestreo aleatorio simple, debido que la población seleccionada mantiene un estándar de características en cuanto a necesidades que los hacen aptos para formar parte de la muestra.

3.7. Técnicas de Investigación

La siguiente investigación se realiza en base a un enfoque cuantitativo, donde se utilizó datos estadísticos con el objetivo de la obtención de información acerca de los cambios climáticos que se dan en el cantón, además de la determinación de la población de jóvenes de la zona urbana del cantón Otavalo; adicionalmente se recolectaron datos de fuentes primarias como es la encuesta donde se realizó preguntas cerradas dirigidas a los padres de familia de los jóvenes de 15 a 19 años de edad, con el fin de la identificación de la demanda potencial y aceptación de los protectores impermeables para pertenencias personales; además se aplicó la entrevista estructurada donde se elaboró una guía de preguntas por los entrevistadores y se dejó

la iniciativa total del entrevistado, permitiéndole que se manifieste de forma espontánea con el objetivo de obtención de conocimientos técnicos sobre el manejo de materiales y el proceso de producción de los protectores por parte de las personas sastres encargadas de la confección de prendas en relación al protector impermeable.

3.7.1. Información Primaria

Las técnicas de información de fuentes primarias que se utilizaron para el desarrollo de esta investigación son:

- Entrevista: se realizó la técnica de la entrevista estructurada con la elaboración de una guía de preguntas por el entrevistador y se dejó la iniciativa total del entrevistado permitiéndole que se manifieste de forma espontánea. Esta técnica buscó obtener conocimientos técnicos sobre el manejo de materiales y el proceso de producción de los protectores por parte de las personas sastres encargadas de la confección de prendas en relación al protector impermeable.

Esta técnica se aplicó a un sastre del cantón Otavalo, para ello se diseñó un instrumento.

- Observación: Esta técnica sirvió para analizar el comportamiento de los consumidores, la oferta disponible e identificar productos similares a los protectores impermeables que se encuentren en el mercado.
- Encuesta: Se realizó preguntas cerradas y abiertas dirigidas a los padres de familia de los jóvenes de 15 a 19 años de edad, con el fin de la identificación de la demanda potencial y aceptación de los protectores impermeables para pertenencias personales.

3.7.2. Recolección de datos de fuentes secundarias

Dentro de la información que procede de fuentes secundarias, se encuentran datos demográficos, información de tipo meteorológico referente al comportamiento del clima, documentación referente a las tendencias de consumo por parte del segmento en estudio, así como información sobre el mercado. Toda la información mencionada en el acápite anterior, encontrada en internet, misma que se detalla en la sección de bibliografía.

3.7.3. Metodología

La metodología usada en esta investigación con el fin de un análisis de datos fueron gráficos estadísticos que permiten una mejor comprensión de los resultados obtenidos debido a que son gráficos que presentan información de manera ordenada cronológica y secuencial sintetizando los datos obtenidos de la aplicación de una encuesta clara y concisa que permitieron conocer puntos requeridos para el desarrollo de la investigación.

3.8. Tabulación y análisis de la información

Una vez recopilada la información se procede con los análisis de las dos técnicas empleadas, encuesta y entrevista.

Encuesta dirigida a los padres de familia de los jóvenes del cantón Otavalo

Anexo 1. Estructura de la encuesta aplicada

1. ¿Qué tipo de accesorio utiliza para guardar sus pertenencias?

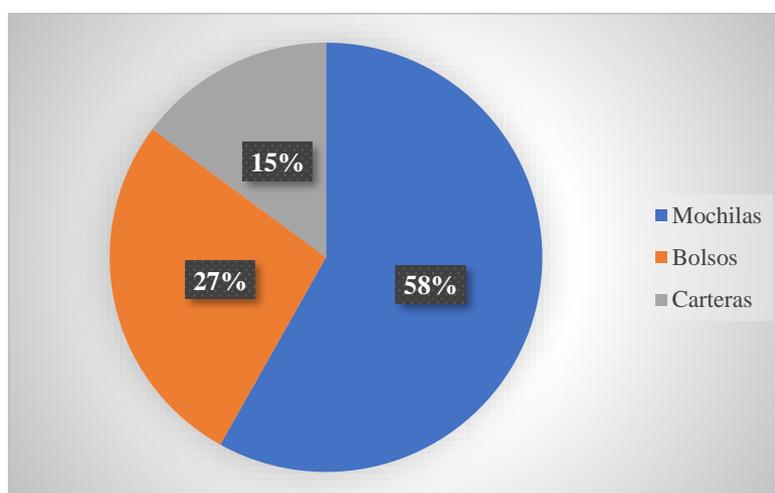
Tabla 6 Accesorios para guardar las pertenencias

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mochilas	204	58%
Bolsos	95	27%
Carteras	52	15%
Otro: (especifique)	0	0%
TOTAL	351	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Figura 7 Accesorios para guardar las pertenencias



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Con base en los resultados obtenidos, se puede ver que un 58% de los jóvenes prefieren usar mochilas para guardar sus pertenencias, este resultado se lo afirma de acuerdo a una

investigación de Edwin Alonso Montes Marín en su revista acerca de: JÓVENES ESTÉTICAS, TENDENCIAS Y CONSUMOS, en la que hace mención de que hace miles de años la mochila solo fue utilizada como un artefacto para transportar cargas pesadas cómodamente. Nunca fue considerada un accesorio útil en el mundo de la moda. Recién en los años 90 comenzó a verse que los jóvenes eran quienes las compraban y pintaban con diseños personales, esto era otra forma de distinguirse ya que existían diferentes tribus urbanas y esto era otra herramienta para demostrar pertenencia (Montes Marín, 2014); por lo que se concluye que las mochilas son tendencia por su comodidad y facilidad a la hora de transportar pertenencias, constituyéndose así en una oportunidad de mercado, ya que al existir una tendencia tan alta en el uso de mochilas, el protector también será de gran acogida como accesorio para las mochilas.

2. ¿Con que frecuencia al año Ud. compra mochilas, bolsos o carteras?

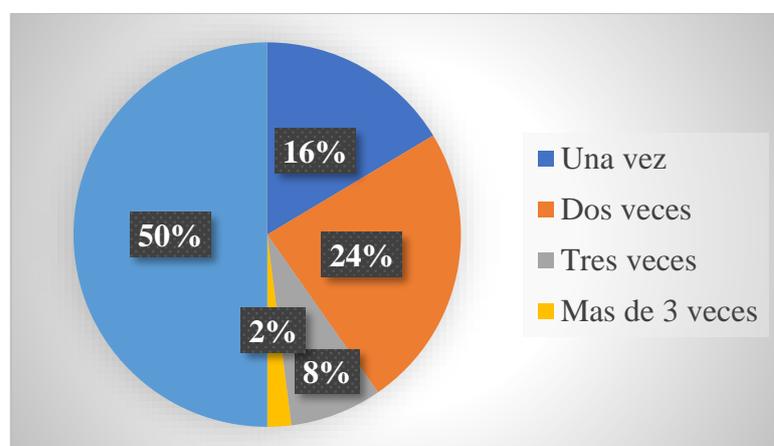
Tabla 7 Frecuencia de compra

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez	115	33%
Dos veces	168	48%
Tres veces	54	15%
Más de 3 veces	14	4%
TOTAL	351	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Figura 8 Frecuencia de compra



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

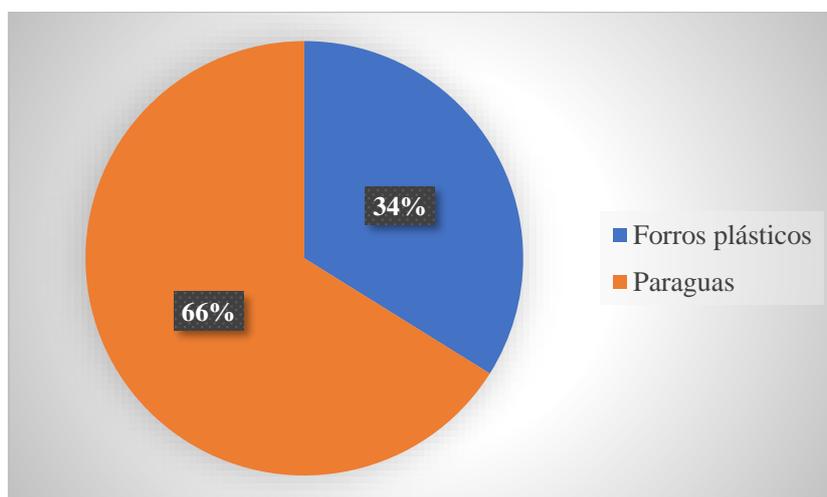
De acuerdo a los datos obtenidos en esta pregunta se puede determinar que el 50% de las personas compran una vez al año las mochilas, carteras y bolsos, a diferencia del 24% que adquiere más de dos veces estos accesorios; por medio de esta observación se puede determinar que esa es la frecuencia de veces que las personas adquirirán los protectores impermeables al año si lo hacen conjuntamente con la adquisición de las mochilas y carteras.

3. ¿Con que instrumento Ud. se protege o cubre de la lluvia?**Tabla 8** *Productos sustitutos*

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Forros plásticos	119	34%
Paraguas	232	66%
Otro: (especifique)	0	0%
TOTAL	351	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Figura 9 *Productos sustitutos*

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

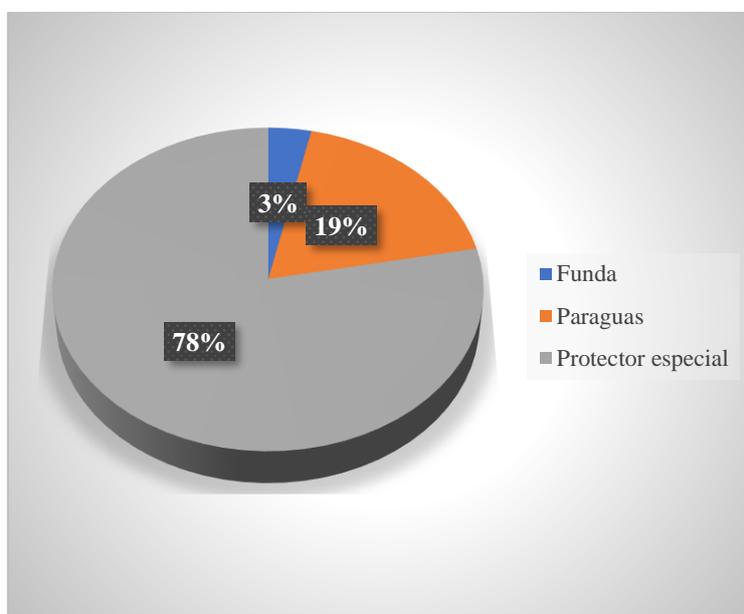
Por medio de la obtención de estos datos se determina que las personas usan otros productos sustitutos para cubrirse de la lluvia, las personas en un 66% optan por usar paraguas y el resto usa forros plásticos que cumple la misma función.

4. ¿Mediante qué mecanismos le gustaría proteger sus accesorios de la lluvia?**Tabla 9** Mecanismos para proteger los accesorios de la lluvia

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Funda	12	3%
Paraguas	65	19%
Protector especial	274	78%
Otro: (especifique)	0	0%
TOTAL	351	100 %

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Figura 10 Mecanismos para proteger los accesorios de la lluvia

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta podemos observar que las personas en su mayoría con un 78% les gustaría proteger sus pertenencias con protectores especiales, información contrastada con el diario EL COMERCIO en una noticia del 27 de noviembre del 2017, que especifica las situaciones climáticas que se está dando actualmente en el país, en especial en la Región Sierra la cual es la más afectada por fuertes lluvias (García, 2017); por lo tanto, se concluye que la mayoría de las personas tienen la necesidad de proteger sus pertenencias debido a los cambios climáticos que se están suscitando actualmente, situación que es favorable para el producto propuesto, debido a que será demandado mayoritariamente debido a las precipitaciones climáticas y a la necesidad de las personas de proteger sus pertenencias de estos cambios.

5. **¿Estaría usted dispuesto a utilizar un protector impermeable exclusivamente diseñado para artículos, como por ejemplo mochilas, bolsos, maletines, carteras, y similares?**

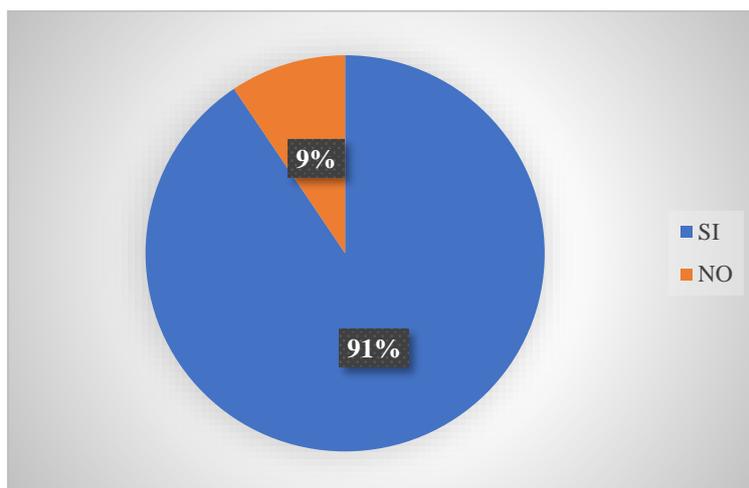
Tabla 10 Utilizar protector impermeable

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	318	91%
NO	33	9%
TOTAL	351	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Figura 11 Utilizar protector impermeable



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta podemos observar que la mayoría de la población, con un 91%, están dispuestos a utilizar un protector especial para proteger sus pertenencias, información contrastada con el diario EL COMERCIO en una noticia del 27 de noviembre del 2017, que especifica las situaciones climáticas que se está dando actualmente en el país, en especial en la Región Sierra la cual es la más afectada por fuertes lluvias (García, 2017); por lo tanto se concluye que la mayoría de las personas tienen la necesidad de proteger sus pertenencias y presentan la predisposición de adquirir protectores especiales, constituyéndose en una oportunidad de mercado para el producto ofertado.

6. ¿Qué aspectos consideraría importantes al momento de adquirir el protector?

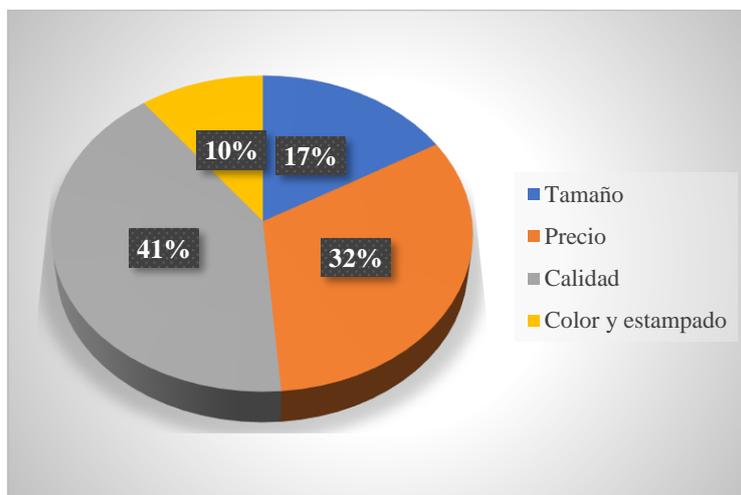
Tabla 11 Aspectos importantes al adquirir un producto

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tamaño	58	17%
Precio	113	32%
Calidad	144	41%
Color y estampado	36	10%
TOTAL	351	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Figura 12 Aspectos importantes al adquirir un producto



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta podemos observar que la mayoría de la población, con un 41%, consideran importante la calidad, al momento de adquirir el protector, información contrastada con un estudio realizado por la Universidad Ecotec en el 2014, donde manifiesta que los aspectos más importantes que el consumidor ecuatoriano toma en cuenta al momento de adquirir un producto son la calidad y el precio (Pincay Alvarado, 2014); por lo tanto se concluye que la mayoría de las personas tienen la necesidad de obtener un producto que tenga estándares de calidad al momento de adquirirlos.

7. ¿Dónde le gustaría poder adquirir el protector?

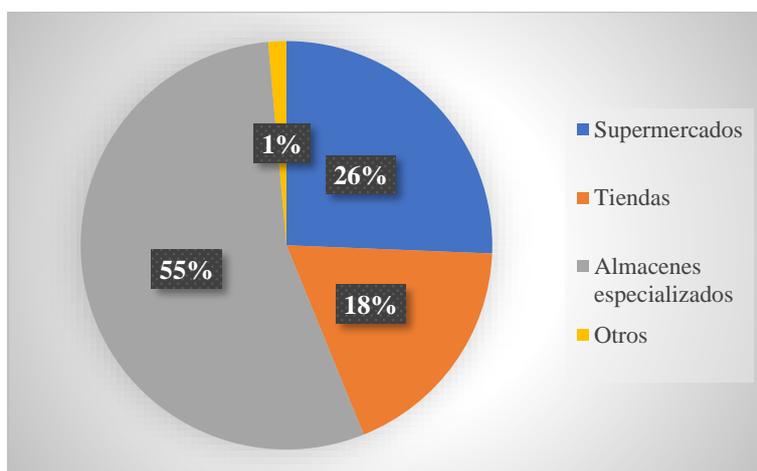
Tabla 12 Lugar donde adquirir los protectores

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercados	90	26%
Tiendas	64	18%
Almacenes especializados	192	55%
Otros: (especifique)	5	1%
TOTAL	351	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Figura 13 Lugar donde adquirir los protectores



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

Con base en los resultados obtenidos en esta pregunta podemos observar que la mayoría de la población, con un 55%, desean adquirir el protector en almacenes especializados, información contrastada con un estudio publicado en la revista EKOS donde se menciona que los hábitos de consumo de personas del estrato económico medio, con un 47.3% acuden mayoritariamente a centros comerciales y almacenes que oferte exclusivamente un producto (Ekos Negocios, 2017, pág. 32); por lo tanto se concluye que la mayoría de las personas tienen la necesidad de adquirir sus productos en almacenes especializados y supermercados dada la dinámica local estos dos canales donde se considera principalmente para la distribución de los productos.

8. ¿En qué colores le gustaría que se presente el protector?

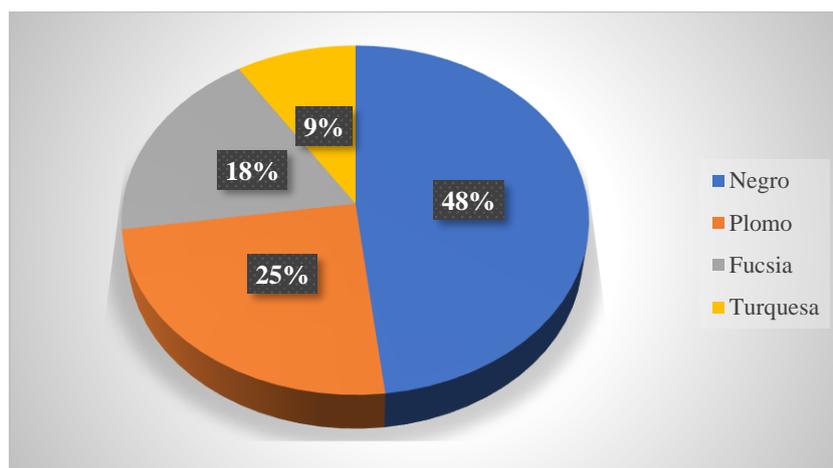
Tabla 13 Colores de los protectores

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Negro	169	48%
Plomo	86	25%
Fucsia	64	18%
Turquesa	32	9%
TOTAL	351	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Figura 14 Colores de los protectores



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta se puede identificar que un 48% de los encuestados, les gustaría adquirir el protector de color negro; información contrastada con una investigación sobre el color como elemento comunicacional, en donde se demuestra que un 96% de los encuestados opinan que su color preferido es el negro porque tienden a mostrarse conservadores, elegantes, discretos, además de que pueden con este color combinar cualquier prenda con otra (Barbero, 2010); por lo tanto se concluye que la mayoría de las personas tienen la necesidad de preferir el color negro para el protector, no obstante, se

ofrecerán también otros colores que de acuerdo a la encuesta, tuvieron puntuación significativo, para dar al usuario una gama de colores.

9. ¿Cuánto sería el valor que Ud. pagaría por un protector de lluvia?

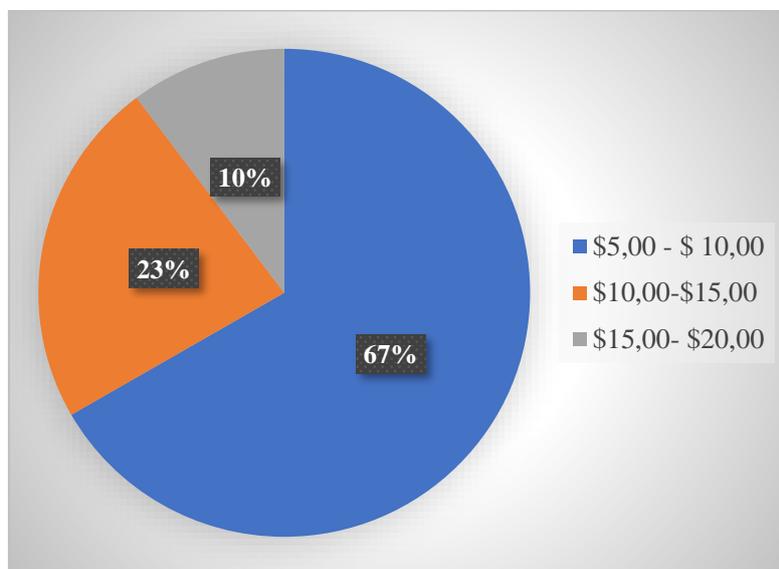
Tabla 14 Valor para adquirir el protector

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$5,00 - \$ 10,00	234	67%
\$10,00-\$15,00	81	23%
\$15,00- \$20,00	36	10%
Otro	0	0%
TOTAL	351	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Figura 15 Valor para adquirir el protector



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos se puede evidenciar que el 67% de las personas están dispuestas a pagar por los protectores por un valor que está entre los \$5,00 - \$ 10,00, información contrarrestada con datos obtenidos de la página DECATHLON que es una tienda

online dedicada a la comercialización de artículos para accesorios de mochilas en donde hay productos similares como fundas de protección para la lluvia para mochilas por un valor de 6,99 – 8,99 euros alrededor (DECATHLON, 2018); por lo que se concluye que el precio que se está ofertando los protectores es accesible para la población a la que está enfocado.

10. ¿Mediante qué medio le gustaría recibir información del producto y sus promociones?

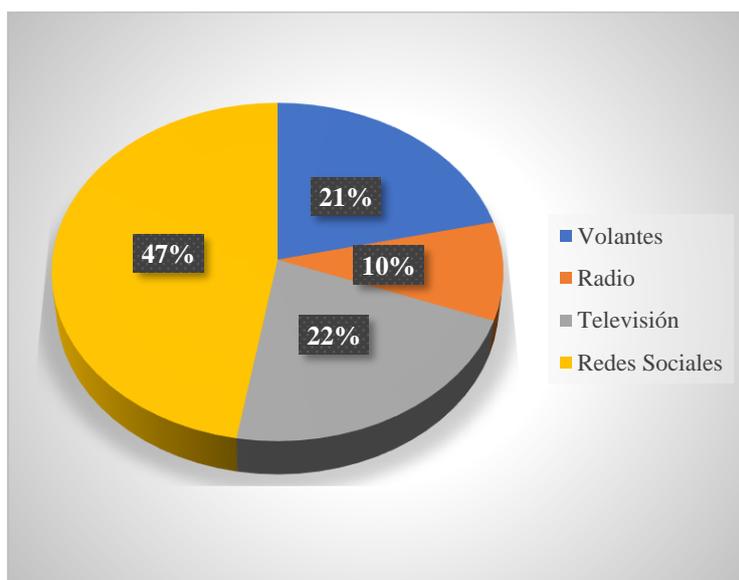
Tabla 15 Medios para adquirir información del producto y promociones

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Volantes	75	21%
Radio	33	10%
Televisión	77	22%
Redes Sociales	166	47%
TOTAL	351	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Figura 16 Medios para adquirir información del producto y promociones



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta se puede identificar que un 47% de los encuestados, les gustaría obtener información del producto y sus promociones a través de las redes sociales; información contrastada con una investigación sobre EL PLAN DE MARKETING EN LAS REDES SOCIALES en donde fundamenta que los medios sociales (Facebook, Twitter, Google Plus entre otros) se han convertido en las nuevas plazas donde los usuarios se reúnen virtualmente para conversar, jugar, hablar de sus intereses y gustos, por lo que las empresas están obligadas a presentarse en estas plazas para adquirir nuevos clientes (CECARM, 2014); por lo que se concluye que las redes sociales son el medio más confiable que los clientes quieren recibir información de los protectores y sus promociones porque por medio de estos medios se ahorra tiempo, recursos y es una manera más rápida de compartir la información.

Entrevista

Anexo 2. Estructura de la entrevista aplicada

ENTREVISTADO: Señor Guillermo Rodrigo Sandoval Bedoya

ENTREVISTADOR: Yessenia Sandoval

FECHA: 07 de enero del 2018

LUGAR: **Sastrería** del entrevistado el cual está ubicado en las calles Abdón Calderón y Morales.

Objetivo: Obtener conocimientos técnicos sobre el manejo de materiales y el proceso de producción de los protectores por parte de una persona sastrero encargada de la confección de prendas en relación al protector impermeable.

Guía de preguntas

- 1. ¿Qué opinión tiene usted acerca de proteger con protectores impermeables las pertenencias personales del clima lluvioso?**

Respuesta entrevistado: El Señor Sandoval menciona que es una buena idea ya que en estos tiempos el clima está muy variable y no es posible predecirlo por lo que si se tendría un protector a la mano en cualquier momento se lo utilizaría de ser necesario.

2. ¿Conoce usted de los beneficios de la tela impermeable puede mencionar algunos?

Respuesta entrevistado: El Señor Sandoval conoce acerca de este material de tela impermeable y sabe los beneficios que trae confeccionar cualquier prenda con este tipo de tela; incluso ha trabajado con este material y conoce de diferentes tipos y precios.

3. ¿Cuál cree usted es el manejo adecuado para su confección de esta tela?

Respuesta entrevistado: El Señor Sastre menciona que es necesario utilizar ciertos instrumentos especiales para que no se afecte a la calidad del producto, por ejemplo: las agujas tienen que ser delgadas para que no dejen marcas en la tela y no traspase el agua, además, el hilo a utilizarse debe ser de material impermeable, así como también los cierres.

4. ¿Considera que la tela impermeable para la confección del protector es costosa y de difícil acceso?

Respuesta entrevistado: El Señor Sandoval comenta que no es tan difícil acceder a este tipo de tela lo que si es necesario es conocer de fábricas productoras de este material por lo que en la provincia de Imbabura tenemos variedad de empresas en especial en Atuntaqui, y menciona que el precio varía entre calidad y los metros que se desee adquirir entre mayor sea la compra menor será el costo y precio de producir.

5. ¿Usted ha trabajado anteriormente con este material puede compartir su experiencia?

Respuesta entrevistado: El profesional de costura afirma haber trabajado con este tipo de tela anteriormente y tiene buena experiencia ya que las prendas confeccionadas han sido de buena calidad y aceptadas por sus clientes, tomando en cuenta que no solo es la tela sino la manera de tratarla.

6. ¿Sabe usted cuál el proceso para confeccionar protectores impermeables para mochilas y carteras?

Respuesta entrevistado: El Señor Sastre menciona que si ha realizado protectores anteriormente pero que han sido variados y no especialmente para mochilas y carteras pero no es un reto para el confeccionarlos.

7. ¿Cree usted que la confección de protectores impermeables demandaría de mucho tiempo?

Respuesta entrevistado: El Señor Sastre comenta que si demanda de tiempo y precisión ya que depende del nivel de complejidad y de modelo que se elija realizar.

8. ¿Cuál sería el precio al que ofertaría el protector?

Respuesta entrevistado: El Señor Sastre opina que no se podría estimar un precio en este momento ya que no conocemos costos de materiales a utilizarse ni de mano de obra eso se lo podría establecer una vez realizada una cotización previa a la confección.

Como aporte a la investigación y como conclusión de la entrevista al especialista en confección se destaca que para la elaboración de los protectores impermeables de mochilas existe los componentes necesarios y su adquisición no será un impedimento a la hora de producirlos además que los costos dependerán del volumen de producción y su confección no será dificultosa ya que la materia prima a utilizarse ha sido ya manejada por el sastre entrevistado y afirma ser un material bastante domable y recomendable para productos como el que se va a realizar.

3.9. Análisis y Proyección de la demanda

3.9.1. Demanda Actual

Para la determinación de la demanda se tomó como referencia las encuestas aplicadas a la población, en el cual se afirmó la aceptación del producto.

Con una población de 4100 estudiantes de los colegios del cantón de Otavalo, se obtuvo los porcentajes de cada respuesta con el número de veces que adquieren los accesorios para conocer las cantidades de consumo anual.

Tabla 16 Cálculo de la demanda en la población

ACEPTACIÓN	MUESTRA	%	REPRESENTACIÓN DE LA ACEPTACIÓN	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL
Una vez	1353	33%	1	1353	16236
Dos veces	1968	48%	2	3936	47232
Tres veces	615	15%	3	1845	22140
Más de 3 veces	164	4%	4	656	7872
TOTAL	4100	100%	10	7790	93480

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

3.9.2. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se utiliza la tasa de crecimiento poblacional para el cantón de Otavalo que es del 1,68% valor otorgado por el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo, 2015), y para el cálculo se utilizó la fórmula de crecimiento exponencial. La fórmula a utilizarse es la siguiente:

$$Q_n = Q_o (1+i)^n$$

En donde:

Q_n =Cantidad proyectada o futura

Q_o = Cantidad inicial o actual

i = Tasa de crecimiento anual promedio

n = Año proyectado

Aplicando la fórmula para los 5 próximos se consigue:

$$Q_n = 93480 (1 + 0,0168)^1$$

$$Q_n = 95050$$

Tabla 17 *Proyección de la demanda*

AÑOS	DEMANDA
1	93.480
2	95.050
3	96.647
4	98.271
5	99.922
6	101.601

Elaborado por: Las autoras

3.10. Análisis y Proyección de la oferta

3.10.1. Oferta Actual

La oferta se determina de acuerdo al consumo de productos sustitutos, que hace referencia a la pregunta 3 de la encuesta que trata sobre los instrumentos que se utiliza para cubrirse de la lluvia por lo que se obtuvo el comportamiento de la población al adquirirlos.

Tabla 18 Cálculo de la oferta en la población

PRODUCTOS SUSTITUTOS	%	MUESTRA	OFERTA ANUAL
Forros plásticos	34%	1394	16728
Paraguas	66%	2706	32472
TOTAL	100%	4100	49200

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

3.10.2. Proyección de la oferta

En este punto se aplican los mismos parámetros utilizados para calcular la demanda con el manejo de la fórmula de crecimiento exponencial y la tasa de crecimiento poblacional para el cantón de Otavalo que es del 1,68% valor otorgado por el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo; para la proyección de la oferta se empleó la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_o (1+i)^n$$

En donde:

Q_n =Cantidad proyectada o futura

Q_o = Cantidad inicial o actual

i = Tasa de crecimiento anual promedio

n = Año proyectado

Aplicando la fórmula para los 5 próximos se consigue:

$$Q_n = 49200 (1 + 0,0168)^1$$

$$Q_n = 49208$$

Tabla 19 *Proyección de la oferta*

AÑOS	OFERTA
1	49.200
2	49.208
3	49.217
4	49.225
5	49.233
6	49.241

Elaborado por: Las autoras

3.11. Balance Oferta Demanda

Para determinar la demanda a satisfacer se resta la oferta de la demanda obteniendo así la demanda insatisfecha.

Tabla 20 *Demanda insatisfecha*

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	PROYECCIÓN DE LA OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
1	93.480	49.200	44.280
2	95.050	49.208	45.842
3	96.647	49.217	47.431
4	98.271	49.225	49.046
5	99.922	49.233	50.689
6	101.601	49.241	52.359

Elaborado por: Las autoras

3.12. Análisis de los precios

Para determinar el precio del protector impermeable, se tomó en cuenta el valor que se obtuvo después de aplicar las encuestas a la población en cuanto al precio que estarían dispuestos a pagar los clientes; y además los costos de producción que influyen en la elaboración del producto.

3.12.1 Proyección del precio

Se tomó de referencia la pregunta 9 de la encuesta aplicada a la población, para determinar cuánto estarían dispuestos a pagar por un protector impermeable, con lo cual se obtuvo un rango de 5 a 10 dólares por parte de los encuestados; en efecto se realizó una proyección para 5 años teniendo en cuenta la inflación anual de 0,15% (Banco Central del Ecuador, 2018), aplicando este cálculo:

$$\text{Proyección de precios} = (5 * 0,15\%) + 5 = 5,01$$

Tabla 21 Proyección de precios

AÑOS	INFLACIÓN	PRECIO PROYECTADO
1	0,15%	5,00
2	0,15%	5,01
3	0,15%	5,02
4	0,15%	5,02
5	0,15%	5,03

Elaborado por: Las autoras

3.12.2. Cálculo del precio

El precio será establecido de acuerdo con los gastos y costos que se incurrirá para el desarrollo del producto, con la finalidad de obtener un precio óptimo y competitivo en el mercado con el fin de ser asequible para el bolsillo de la población.

Tabla 22 Cálculo del precio unitario del producto

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO
MATERIA PRIMA		\$ 1,50
Tela Nylon	½ metro	\$ 1,50
MANO DE OBRA		\$ 1,93
Trabajadores	2	\$ 1,93
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		\$ 2,05
Cierres impermeables	1 unidad	\$ 1,00
Broches	4 pares	\$ 0,50
Elástico	½ metro	\$ 0,55
COSTOS FIJOS		\$ 0,25
Luz	1 protector	\$ 0,25
COSTOS VARIABLES		\$ 0,45
Maquinaria	2	\$ 0,45
TOTAL, COSTO DE 1 UNIDAD		\$ 6,18
UTILIDAD 30%		\$ 1,24
TOTAL COSTO DE VENTA		\$ 7,41

Elaborado por: Las autoras

3.13. Análisis de la comercialización del producto

Para la comercialización se toma en cuenta las actividades que la empresa realizará, para ofrecer y vender el nuevo producto en el mercado.

3.13.1. Producto

Los protectores impermeables pueden ser llevados como un llavero en las carteras y mochilas, siendo un accesorio de fácil transportación.

Son elaborados a base de una gabardina con un alto grado de impermeabilidad que está hecha de material plastificado en una combinación con el Nylon que es una tela de fibra textil elástica y resistente a la que no le ataca la polilla y no requiere ser planchada.

Además, el producto considera el aprovechamiento de materias primas que pueden reutilizarse con la finalidad de aplicar criterios de sustentabilidad.

Figura 17 Protectores de mochilas y carteras



Elaborado por: Las autoras

3.13.2. Plaza o distribución

El canal que se empleará para la distribución del producto es el Canal Directo o Canal 1 (del Productor o Fabricante a los consumidores). Se realizará la venta directa a través del punto de venta que va estar ubicado en el centro de Otavalo el cual tendrá acogida porque está ubicado en el centro de la ciudad el cual es un punto visitado por muchas personas de distintos lugares; además el consumidor podrá hacer pedidos por teléfono al Nro. 0980153205 o a través de las página de “RAIN Covers” o Twitter “@rain_covers”, por el cual se realizarán las entregas a su domicilio. La empresa se encargará de la comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario.

3.13.3. Promoción y Publicidad

Se realizarán promociones en épocas de ingresos a clases, descuentos y toda la información necesaria será comunicada por medio de las redes sociales de la empresa, volantes y cuñas diarias por la radio.

3.14. Conclusiones del estudio de mercado

Una vez finalizada la investigación se obtiene como resultados de todo el proceso realizado gracias a la recopilación de información primaria mediante encuestas a una muestra de la población ya establecida, el cual permitió evidenciar que el lanzamiento del protector impermeable para mochilas en el mercado será acogido y demandado afirmativamente por jóvenes entre cierta edad en temporadas de lluvia, debido a la seguridad que este producto ofrece a sus consumidores al proteger pertenencias por cambios bruscos de clima además de la comodidad de poderlos trasladar de un lugar a otro debido a su tamaño y peso el cual no influye e incómoda a quien lo use.

Además, los resultados obtenidos en la entrevista al especialista en confección, permitieron saber el grado de confiabilidad en cuanto a la adquisición de materia prima y el nivel de complejidad que tendrá producirlos, por lo que se concluye que la elaboración, precios de materia prima, de mano de obra (CIF) no serán impedimento en el momento de la confección.

Por tal razón como resultado final de la investigación se puede afirmar que presenta resultados positivos para el lanzamiento al mercado de este nuevo producto y promete traer beneficios a los productores y a consumidores, ya sean estos beneficios económicos para quien lo produzca y beneficios de uso al cliente que lo utilice.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Presentación

Están dadas de acuerdo a una cotización de todos lo que conlleva la creación de una empresa, y de los implementos necesarios tanto para el área de producción como para la comercialización del producto, de esta manera se puede conocer datos proyectados en cuanto a costos y gastos.

4.2. Objetivo General

Determinar mediante el estudio técnico el tamaño del proyecto, localización, procesos productivos, talento humano, presupuesto e inversión que necesitará la empresa para implantarla y poner en marcha el proyecto.

4.3. Objetivos Específicos

- Especificar la ubicación donde estará situada la empresa
- Definir el tamaño del proyecto
- Establecer el presupuesto que se utilizará en cada área
- Identificar la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto

4.4. Localización del Proyecto

4.4.1. Macro localización

El proyecto se ubicará en la provincia de Imbabura, Cantón Otavalo

Figura 18 Mapa de Otavalo



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Las autoras

4.4.2. Micro localización

La microempresa donde se producirá el producto está ubicada en el centro de la ciudad de Otavalo calles Modesto Jaramillo y Piedrahita, porque es donde hay más movimiento comercial y afluencia de personas.

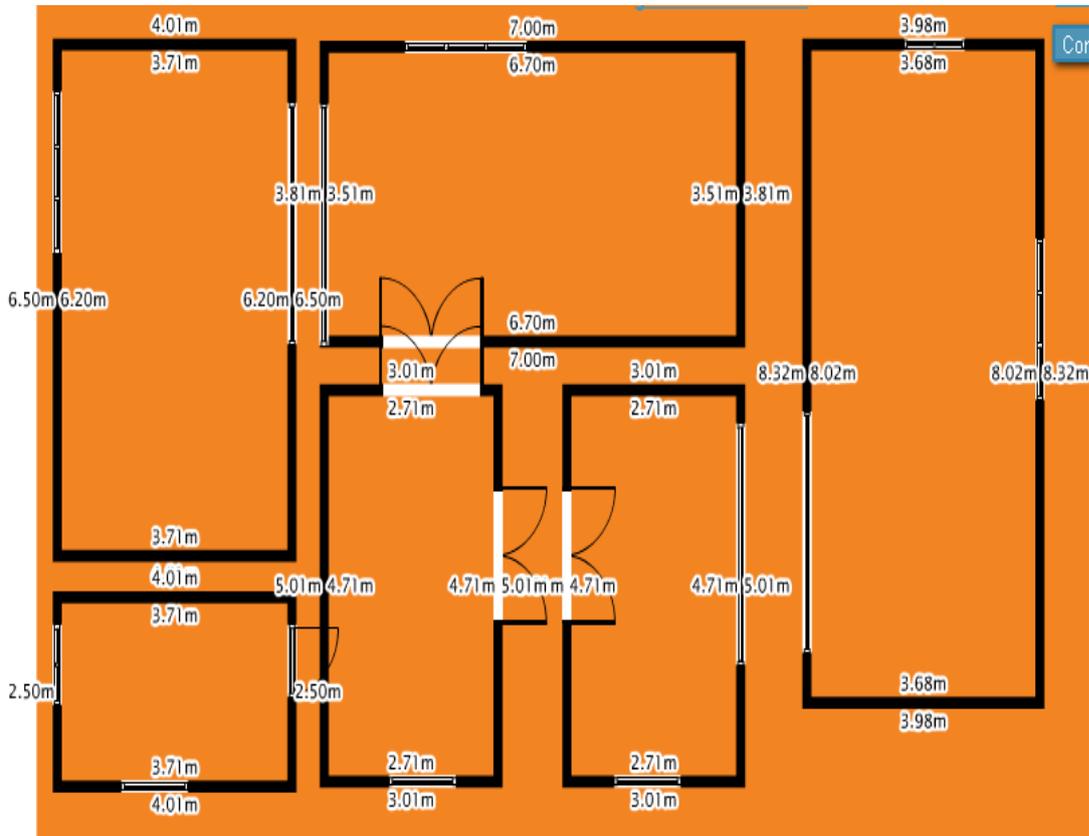
Figura 19 Mapa del centro de Otavalo



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Las autoras

4.4.3. Obras Civiles

Figura 20 Diseño de las instalaciones



Elaborado por: Las autoras

El diseño de la planta de producción, al ser el lugar en donde se llevará a cabo la elaboración del producto, debe planificar cuidadosamente, buscando la comodidad de las personas que prestarán sus servicios en la planta, observando los criterios de seguridad laboral, ambiente de trabajo y equidad para todos los empleados.

La planta de producción, considerando el volumen de producción deseado, la cantidad de materias primas a utilizarse y el número, tanto de máquinas como de operarios que se necesitará, tendría las siguientes dimensiones, procurando la satisfacción y comodidad de los empleados.

- Una bodega de 6.5x4 metros, destinada a guardar las materias primas que se utilizarán para la confección de los protectores, dividida en secciones de 1.5 metros, con estantes que permitan la ubicación más fácil de los materiales.
- Un departamento de corte, de 7x3.5 metros, con cuatro máquinas cortadoras que permitan optimizar tiempo y al mismo tiempo maximizar el nivel de producción de la planta. Cada

máquina será operada por una persona con los conocimientos necesarios para desempeñar bien su labor.

- Un departamento de ensamblado o de cosido de 5x3 metros, con 6 costureras que se encargarán de unir las partes provenientes del departamento de corte para dar la forma ya, de lo que será el producto final, con la más alta calidad en la elaboración del mismo.
- Un departamento de acabado, de las mismas dimensiones del antes ya mencionado, con 4 operarios, los mismos que se encargarán de colocar los últimos detalles al producto, como cierres, broches, elásticos, entre otros elementos que realcen la presentación del producto.
- Un departamento de Contabilidad de 4X3 metros de diámetro, donde trabajará un contador, que se encargará del manejo de los recursos financieros de la entidad, así como del manejo contable de los inventarios que se usan dentro de la planta de producción.
- Una bodega de 8 x 4 metros, en la cual se depositarán los productos terminados ya, que están listos para la venta. De la bodega se realiza el expendio a los centros de distribución ubicados a lo largo de la ciudad.

4.5. Proceso de Producción

El proceso de producción realizado para la obtención del producto final se conforma con los siguientes pasos:

1. Buscar los mejores proveedores observando que cumplan con los requerimientos necesarios en cuanto a precios y calidad.
2. Comprar los materiales a emplearse para el proceso de productivo los cuales son: tela, cierres, broches de plásticos, broches de metal, elásticos, hilos y llaveros; conociendo que la tela necesaria para el producto es la tela Nylon anti fluidos.
3. Buscar al asesor técnico que ayude a la elaboración del producto; encontrando las características necesarias que debe cumplir la persona para poder fabricar un producto de calidad con procedimientos adecuados.
4. Seleccionar al Sr. Rodrigo Sandoval como asesor técnico el cual colaboró con el proceso de producción por lo que permite cumplir con el objetivo de eficiencia y eficacia.
5. El señor Rodrigo S. cumplió con un proceso de producción para la elaboración del producto final que se detalla a continuación:

- Realizó la medición de las mochilas, carteras y bolsos para los cuales están destinados los protectores para la lluvia, acoplándose a una medida estándar que cumpla con los requerimientos de los productos antes mencionados.
- Procedió a cortar las medidas obtenidas y trazadas en la tela al igual que el trazado del accesorio adicional (mini-llavero) que vienen incluido en el producto.
- Procedió a coser las piezas obtenidas en el proceso anterior; de la misma manera cosió el cierre lo que permitió observar un producto casi terminado.
- Por último implemento los accesorios los cuales fueron elástico, broches y llaveros siendo esté la característica esencial del producto.

4.5.1 Flujograma

Figura 21 Áreas de producción



Elaborado por: Las autoras

4.6. Tamaño del proyecto

Es la capacidad instalada para cubrir la cantidad de demanda en un determinado periodo, tomando en cuenta varios aspectos como la inversión y costos, tecnologías, recursos propios y financiados por parte de instituciones financieras; además del personal necesario para que desempeñe sus funciones en la micro empresa.

4.6.1. Disponibilidad de Recursos Financieros

El proyecto será financiado con capital propio por parte de las propietarias, sin embargo, al no ser lo suficiente se requerirá de financiamiento por parte de una institución financiera, siendo específicos por la Cooperativa Financiera Atuntaqui ubicada en el Cantón Otavalo a una tasa de interés anual de **22%**.

4.6.2 Disponibilidad de Tecnología e Insumos

Los insumos se relacionan directamente con la capacidad instalada y las unidades a producirse, debido a que los materiales necesarios para determinada producción serán los que ayuden al cumplimiento del objetivo en cuanto a producción.

Materia Prima

La materia prima a utilizarse es de fácil acceso debido a que se la puede encontrar dentro del Cantón y de la Provincia sin mayores inconvenientes a la hora de adquirirlos.

Tabla 23 Principal Proveedor

PROVEEDORES	PRODUCTO	DIRECCIÓN
INDUTEXMA	Tela Nylon	Otavalo, entrada al Barrio Punyaro

Fuente: Proveedores del Cuadro

Elaborado por: Las autoras

Maquinaria e insumos

Se detalla las maquinarias necesarias para la elaboración del producto al igual de los insumos para dar los acabados.

Tabla 24 *Maquinaria e insumos para el proyecto*

DETALLE	CANTIDAD
Maquinaria de costura recta	2
Juego de reglas de costura	1
Mesa de corte	1
Tijeras	2
Cinta métrica	2

Fuente: Proveedores del Cuadro

Elaborado por: Las autoras

Empresas Proveedoras de Tecnología

Para determinar la tecnología en cuanto a maquinaria y los insumos se los realizó bajo una variedad de cotizaciones, lo cual permitió la selección adecuada de los mismos, de tal manera que los proveedores seleccionados sean quienes provean de la maquinaria necesaria y los insumos pertinentes para el proceso de producción.

Tabla 25 *Empresas proveedoras de tecnología*

PROVEEDOR	TECNOLOGÍA/INSUMOS	DIRECCIÓN
SERVIMAQ	Maquinaria	Ibarra, Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo
DISTRIBUIDORA NOVEDADES	Insumos	Otavalo, Bolívar y Modesto Jaramillo

Fuente: Proveedores del Cuadro

Elaborado por: Las autoras

4.6.3. Disponibilidad de Talento Humano Requerido

El recurso humano es primordial en el funcionamiento del proyecto debido a que son los encargados de poner en marcha la idea de manera eficiente y eficaz bajo los estándares de calidad, comprometiéndose con el trabajo diario; por lo que son tres áreas que se manejarán el área administrativa, el de producción y comercialización distribuidos como se detalla a continuación:

Tabla 26 *Talento humano requerido*

CARGO	# DE TRABAJADORES	REMUNERACIÓN
Administrador	1	\$ 400,00
Contador	1	\$ 386,00
Vendedor	1	\$ 386,00
Operarios	2	\$ 386,00

Fuente: Proveedores del Cuadro

Elaborado por: Las autoras

4.7. Capacidad Instalada

La capacidad instalada se ve reflejada en la cantidad de productos que se producirán en un determinado tiempo, para lo que se tomará de referencia los tiempos empleados por el Señor Rodrigo Sandoval, sastre y experto en temas de costura y tejidos.

Tabla 27 *Tiempo empleado*

PROCESO	TIEMPO
Trazado	10 min
Cortado	5 min
Costura	5 min
Cierre	10 min
Broches	5 min
Elástico	5 min
TOTAL	40 min

Fuente: Sr. Rodrigo Sandoval

Elaborado por: Las autoras

4.8. Capacidad de Producción

La capacidad de producción de la empresa será el 90,90 % para lo que se considera la maquinaria, los insumos y el talento humano empleado en el mismo; de tal manera que se ha

tomado un porcentaje considerable del 80% de demanda insatisfecha con productos similares. De tal manera que la producción anual será de 4800 unidades con prospección a crecer.

Tabla 28 Resumen de la capacidad de producción

DESCRIPCIÓN	SEMANTAL	MENSUAL	ANUAL	OPERARIOS	TOTAL ANUAL
Protector de mochilas	50	200	2400	1	2400
Protector de carteras	50	200	2400	1	2400
Total	100	400	4800	2	4800

Fuente: Proveedores del Cuadro

Elaborado por: Las autoras

Tabla 29 Producción anual

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Protector de mochilas	2400	2404	2407	2411	2414
Protector de carteras	2400	2404	2407	2411	2414

Fuente: Proveedores del Cuadro

Elaborado por: Las autoras

Para el cálculo de la proyección anual se tomó en cuenta el 0,15 % de la inflación anual, información obtenida de (Banco Central del Ecuador, 2018).

4.9. Presupuesto técnico

4.9.1. Inversión Fija

La inversión fija para el proyecto comprende a los bienes necesarios para iniciar las actividades de funcionamiento de la micro empresa, estos bienes sirven para las áreas de producción y administración tales como: maquinaria, muebles y enseres y equipo de computación.

Maquinaria

La maquinaria a utilizarse son máquinas de costura recta que serán utilizadas en todos los procesos de costura para la realización del producto.

Tabla 30 Maquinaria

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Maquinaria de costura recta SERVIMAQ	2	\$ 400,00	\$ 800,00
TOTAL		\$ 400,00	\$ 800,00

Fuente: Proveedores del Cuadro

Elaborado por: Las autoras

Muebles y enseres

Los muebles y enseres son muy necesarios para el buen funcionamiento del negocio y para brindar una buena atención al cliente.

Tabla 31 Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Área Administrativa			
Escritorio	1	\$ 130	\$ 130
Archivadores	1	\$ 120	\$ 120
Sillas	1	\$ 60	\$ 60
Área de Producción			
Mesa de corte	1	\$ 200	\$ 200
Sillas	1	\$ 50	\$ 50
Estanterías para insumos y materiales	1	\$ 100	\$ 100
Perchero para protectores	1	\$ 30	\$ 30
TOTAL		\$ 690	\$ 690

Fuente: Proveedores del Cuadro

Elaborado por: Las autoras

Equipo de Computación

Esta herramienta tecnológica es de suma importancia dentro del desenvolvimiento de actividades administrativas y de ventas, debido a su necesidad a la hora de poner en marcha el proyecto.

Tabla 32 Equipo de computación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Computador todo en uno HP AIO	1	\$ 650	\$ 650
Impresora multifunciones Epson L375	1	\$ 290	\$ 290
TOTAL		\$ 940	\$ 940

Fuente: Proforma**Elaborado por:** Las autoras**Tabla 33** Resumen inversión fija

DETALLE	VALOR
Maquinaria	\$ 800
Muebles y enseres	\$ 690
Equipo de computación	\$ 940
TOTAL	\$ 2430

Elaborado por: Las autoras

4.9.2. Costos

Costos de Producción

Dentro de los costos encontramos los costos de producción los cuales son necesarios determinar para obtener la fabricación de los protectores terminados y que estén listos para el proceso de comercialización. Estos costos pueden ser directos e indirectos.

Materia prima

En el proyecto es necesario detallar la materia prima que servirá para conseguir el objetivo del proyecto el cual se basa en la producción de los protectores impermeables.

Tabla 34 Precios de la materia prima

TEXTURAS	PRECIOS DEL METRO DE TELA
Nylon impermeable	\$ 3,00

Fuente: Proveedores del Cuadro**Elaborado por:** Las autoras

Mano de obra

Dentro del proyecto a realizarse las proyecciones de sueldos y salarios son tomados como base principal debido a que infieren de manera directa dentro del proceso de producción, para lo cual se tomó de referencia los sueldos básicos unificados de seis años anteriores para obtener una tasa promedio de crecimiento la que será aplicada para la obtención de sueldos futuros.

Tabla 35 Tasa de incremento del Sueldo Básico Unificado-SBU

AÑOS	SBU	CRECIMIENTO EN TASA
1	\$ 318,00	
2	\$ 340,00	6,47 %
3	\$ 354,00	3,95 %
4	\$ 366,00	3,28 %
5	\$ 375,00	2,40 %
6	\$ 386,00	2,85 %
TOTAL		18,95 %
PROMEDIO		3,79 %

Fuente: Ministerio de relaciones laborales

Elaborado por: Las autoras

Tabla 36 Proyecciones del SBU

AÑOS	SBU
1	\$ 386,00
2	\$ 400,63
3	\$ 415,82
4	\$ 431,58
5	\$ 447,94
6	\$ 464,92
7	\$ 482,55

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo a las proyecciones realizadas el porcentaje de crecimiento es de 3,79%, valor que será multiplicado por el SBU del 2018 que es de \$ 386 para posteriormente

incrementar al SBU teniendo como resultado el nuevo SBU para el 2019, en modo de ejemplo sería el SBU \$ 386 * 3,79% obteniendo un incremento de \$14,63 valor que será incrementado para el próximo año 2019 siendo el SBU \$400,63.

La mano de obra directa (MOD) necesaria para la puesta en marcha del proyecto son dos operarios, por lo que las proyecciones de salarios y remuneraciones y demás beneficios serán realizadas en base a la legalidad pertinente en este caso de acuerdo al Código de Trabajo vigente, además se tomará en cuenta la tasa de crecimiento 3,79% obtenida anteriormente.

Tabla 37 Proyecciones de salarios y beneficios de MOD

CARGO	SALARIO	APORTE PATRONAL 12,15%	DÉCIMO TERCERO 12 ava	DÉCIMO CUARTO SBU	FONDOS DE RESERVA 8,33%	VACACIONES	TOTAL, MENSUAL
Operario 1	\$386	\$46,90	\$32,17	\$32,17	-	\$ 16	\$ 513,32
Operario 2	\$386	\$46,90	\$32,17	\$32,17	-	\$ 16	\$ 513,32
TOTAL MENSUAL							\$ 1.026,63
TOTAL ANUAL							\$ 12.319,58

Fuente: Código sectorial y código de trabajo

Elaborado por: Las autoras

Costos Indirectos de Fabricación

Materia Prima Indirecta

La materia prima indirecta son los que no influyen directamente en la fabricación de los protectores, pero también son necesarios para la fabricación de los mismos, de hecho, son parte esencial para el proceso de producción y se los detalla a continuación:

Tabla 38 Materia prima indirecta

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Agujas de máquina	Caja	12	\$ 5,00	\$ 60,00
Cierres	Unidad	4800	\$ 1,00	\$ 4.800,00
Hilo	Tubos	24	\$ 3,00	\$ 72,00
Broches	Unidad	2400	\$ 0,30	\$ 720,00
Elástico	Pieza	600	\$ 1,50	\$ 900,00
TOTAL ANUAL				\$ 6.552
TOTAL MENSUAL				\$ 546,00

Fuente: Proveedores

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo a la tabla anterior de materia prima indirecta el valor anual será de \$ 6552,00 y el mensual es de \$ 546,00; mismo que será considerado para establecer el capital de trabajo.

Energía eléctrica

Dentro del proceso de producción la energía eléctrica es necesaria para el funcionamiento de la maquinaria, de esta manera se puede dar inicio a la confección de los protectores.

Tabla 39 Servicio de energía eléctrica

DETALLE	COSTO KWH	SUB TOTAL
Kwh 300/400	0,083 - 0,099	\$ 24,90 – \$ 39,60
Total kwh		\$ 64,50
Alcantarillado		\$ 1,41
Alumbrado publico		\$ 6,60
Basura		\$5,60
Bomberos		\$10,14
TOTAL, OTROS SERVICIOS		\$ 23,75
TOTAL, MENSUAL		\$ 88,25
TOTAL, ANUAL		\$ 1059,00

Fuente: Funcionario de la empresa eléctrica

Elaborado por: Las autoras

Materiales de confección

En el proceso de producción es necesario la utilización de materiales de confección que se detalla a continuación:

Tabla 40 *Materiales para la fabricación de protectores*

DETALLE	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Juego de reglas	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Tijera pequeña	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Cinta métrica	1	\$ 1,00	\$ 1,00
TOTAL			\$ 18,00

Fuente: Proveedores

Elaborado por: Las autoras

Mantenimiento de la maquinaria

Este dato se lo determinará de acuerdo a los conocimientos del Señor Rodrigo Sandoval debido a su trayectoria laboral en corte y confección. El costo de mantenimiento de maquinaria es de \$50 dólares.

Tabla 41 *Mantenimiento de maquinaria*

DETALLE	TIEMPO	VALOR	MÁQUINAS/CANT.	SEMESTRAL	TOTAL ANUAL
Maquinaria	semestral	\$ 10,00	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Enaceitada	semestral	\$ 5,00	1	\$ 5,00	\$ 10,00
TOTAL					\$ 50,00

Fuente: Sr. Rodrigo Sandoval

Elaborado por: Las autoras

Tabla 42 *Resumen de los CIF*

CIF	MENSUAL
Materia prima indirecta	\$ 546,00
Energía eléctrica	\$ 88,25
Herramienta de confección	\$ 18,00
TOTAL	\$ 652,25

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: Las autoras

4.9.3. Gastos

Gastos administrativos

Dentro de los gastos administrativos se encuentran los pagos al personal del área administrativa de la empresa tomando en cuenta también los pagos de los beneficios que estipula la ley.

Además, en este rubro se incluyen los desembolsos de dinero por cuestiones de compra de suministros necesarios para el desarrollo de actividades del personal del área administrativa como son: compra de materiales de oficina, pago de servicios básicos (luz, internet, teléfono) así como gastos en cuando a equipo de cómputo.

Sueldos administrativos

En este rubro se desglosa pagos al personal administrativo de la empresa, es decir, a las personas encargadas de coordinar, dirigir y cumplir con la planificación de actividades empresariales.

Tabla 43 Sueldos y beneficios del personal administrativo

CARGO	SALARIO MENSUAL	APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Administrador	\$ 400	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 32,17	-	\$ 16,67	\$ 530,77	\$ 6369,20
Contador	\$ 386	\$ 46,90	\$ 32,17	\$ 32,17	-	\$ 16,08	\$ 513,32	\$ 6159,79
TOTAL							\$ 1044,08	\$ 12528,99

Fuente: Código sectorial y Código de trabajo

Elaborado por: Las autoras

Materiales de oficina

A continuación, se detalla los suministros de oficina necesarios para poner en marcha el negocio y para el desempeño de actividades de la parte administrativa de la empresa:

Tabla 44 Materiales de oficina

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tinta para impresora	Unidad	6	\$ 20	\$ 120
Papel bond A4	Resmas	10	\$ 5	\$ 50
Archivadores	Unidad	5	\$ 4	\$ 20
Carpetas de cartón	Unidad	12	\$ 0,5	\$ 6
Grapadoras	Unidad	2	\$ 2	\$ 4
Grapas	Cajas	2	\$ 1,5	\$ 3
Esferos	Unidad	12	\$ 0,3	\$ 3,6
Lápices	Unidad	12	\$ 0,25	\$ 3
Borradores	Unidad	12	\$ 0,15	\$ 1,8
Clips	Caja	1	\$ 0,9	\$ 0,9
TOTAL ANUAL				\$ 212,3
TOTAL MENSUAL				\$ 17,69

Fuente: Papelerías de la ciudad

Elaborado por: Las autoras

Servicios básicos

En la empresa se necesita de los servicios básicos para poner en funcionamiento sus actividades empresariales para lo que necesitarán de energía eléctrica, agua, teléfono e internet que se detalla a continuación:

Tabla 45 Servicios básicos

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía	\$ 20	\$ 240
Agua	\$ 10	\$ 120
Teléfono línea comercial	\$ 10	\$ 120
Internet	\$ 20	\$ 240
TOTAL	\$ 60	\$ 720

Fuente: Empresas Públicas

Elaborado por: Las autoras

Mantenimiento del equipo de computación

Dentro de los cuidados que se tienen que dar a los activos de la empresa está el mantenimiento del equipo de computación el cual se realizará de manera trimestral con un costo mensual y anual siguiente:

Tabla 46 *Mantenimiento del equipo de computación*

DETALLE	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Computadora	\$ 20	\$ 80
Impresora	\$ 10	\$ 40
TOTAL	\$ 30	\$ 120

Fuente: Ing. Juan Carlos Suarez

Elaborado por: Las autoras

Gastos de Constitución

Estos gastos comprenden trámites y documentos necesarios para poner en marcha el proyecto de acuerdo a la jurisdicción competente en este caso a la legalidad del Cantón Otavalo.

Tabla 47 *Gastos de Constitución*

DETALLE	COSTO
Honorario Notario	\$ 300
Permisos de construcción interna	\$ 200
Patentes	\$ 60
TOTAL	\$ 560

Fuente: Funcionarios GAD-O

Elaborado por: Las autoras

Materiales de aseo

Dentro del proyecto es necesario tener implementos de aseo los cuales serán necesarios para el buen desenvolvimiento del personal.

Tabla 48 Materiales de aseo

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escobas	Unidad	2	\$ 2,5	\$ 5,00
Recogedor	Unidad	4	\$ 1,5	\$ 3,00
Basureros	Unidad	3	\$ 5	\$ 15,00
Trapeador	Unidad	2	\$ 3	\$ 6,00
Guantes	Unidad	3	\$ 2,7	\$ 8,10
Fundas de basura	Paquete	3	\$ 2	\$ 6,00
Desinfectante		3	\$ 4,5	\$ 13,50
TOTAL				\$ 56,6
TOTAL MENSUAL				\$ 4,72

Fuente: funcionarios GAD-O

Elaborado por: Las autoras

Sueldo del personal de ventas

El sueldo del personal en ventas es considerado como mano de obra la cual se utiliza para la comercialización del producto.

Tabla 49 Sueldo del personal de ventas

CARGO	SALARIO MENSUAL	APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Vendedor	\$ 386	\$ 46,90	\$ 32,17	\$ 32,17	-	\$ 16,08	\$ 513,32	\$ 6159,79

Fuente: Código sectorial y Código de trabajo

Elaborado por: Las autoras

Gasto Arriendo

Este es un gasto necesario para poner en marcha el proyecto y la empresa debido a que será el lugar destinado para el surgimiento de la empresa.

Tabla 50 Arriendo

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	\$ 200	\$ 2400

Fuente: Propietario del local que se pretende arrendar

Elaborado por: Las autoras

Gasto Transporte

Para la transferencia de materia prima y de mercadería terminada es necesario tener rubros en cuanto a un transporte que facilite su traslado.

Tabla 51 Transporte

DETALLE	VIAJES MENSUAL	VIAJES ANUAL	VALOR DEL FLETE	TOTAL
Fletes	\$ 3	\$ 36	\$ 20	\$ 720

Elaborado por: Las autoras

4.9.4. Capital de Trabajo

En el proyecto el capital de trabajo necesario para poner en funcionamiento el proyecto el cual tiene como objetivo que la empresa funcione correctamente y con una buena rentabilidad.

Tabla 52 Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Costos de Producción		\$ 2278,89
Materia Prima	\$ 600	
Mano de Obra	\$ 1026,64	
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 652,25	
Gastos Administrativos		\$ 1696,49
Sueldos Administrativos	\$ 1044,08	
Servicios Básicos	\$ 60,00	
Suministros de Oficina	\$ 17,69	
Materiales de Aseo	\$ 4,72	
Mantenimiento Equipo de Computación	\$ 10,00	
Gastos de Constitución	\$ 560,00	
Gastos de Venta		\$ 773,32
Salarios de Ventas	\$ 513,32	
Arriendo	\$ 200,00	
Transporte	\$ 60,00	
Sub Total		\$ 4748,70
Imprevistos 2%		\$ 94,97
TOTAL		\$ 4843,68

Elaborado por: Las autoras

Tabla 53 Estructura de la inversión

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Fija	\$ 2430	33,41 %
Capital de Trabajo	\$ 4843,68	66,59 %
TOTAL	\$ 7273,68	100,00 %

Elaborado por: Las autoras

4.9.5. Financiamiento

El financiamiento para la puesta en marcha de la micro empresa esta conformado por un 17,51% de capital propio de parte de las socias y un 82,49% que será financiado por la Cooperativa Financiera Atuntaqui.

Tabla 54 *Financiamiento del Proyecto*

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Capital propio	\$ 1273,68	17,51 %
Financiada	\$ 6000,00	82,49 %
TOTAL	\$ 7273,68	100 %

Elaborado por: Las autoras

En este capítulo se determina la localización en donde se va a situar la sociedad al igual todos los recursos que se van a necesitar, como es la inversión, insumos propios y tecnológicos, costos y gastos, además del financiamiento que se va a necesitar por parte de una institución financiera.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Estudio Financiero

En el proyecto se necesita la aplicación de un estudio financiero con la finalidad de mostrar la capacidad financiera lo que hará que el proyecto sea sostenible y perdure en el tiempo.

5.1.1. Ingresos

Se entiende como ingresos a la entrada de dinero a una empresa mediante el desarrollo de las actividades las cuales son la razón de ser de la misma.

Ingresos Proyectados

Para la proyección de ingresos se realizó la multiplicación del precio de venta por la cantidad de protectores impermeables que la empresa planea producir.

Tabla 55 Proyecciones de los ingresos

Detalle	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Cant.	P.U	Total, Anual												
Protectores mochilas	2400	\$ 7,41	\$ 17784	2404	\$ 7,42	\$ 17835,91	2407	\$ 7,43	\$ 17887,97	2407	\$ 7,44	\$ 17914,05	2411	\$ 7,45	\$ 17966,34
Protectores carteras	2400	\$ 7,41	\$17784	2404	\$ 7,42	\$ 17835,91	2407	\$ 7,43	\$ 17887,97	2407	\$ 7,43	\$ 17887,97	2411	\$ 7,44	\$ 17940,18
TOTAL	4800		\$ 35568,00	4807		\$ 35671,82	4814		\$ 35775,93	4814		\$ 35802,02	4821		\$ 35906,52

Elaborado: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018)

Para el cálculo del precio unitario se tomó en cuenta información de los cálculos realizados en la tabla Nro.22

Tabla 56 Resumen de ingresos

AÑOS PROYECTADOS	INGRESOS POR VENTA DE PROTECTORES
Año 1	\$ 35568,00
Año 2	\$ 35671,82
Año 3	\$ 35775,93
Año 4	\$ 35802,02
Año 5	\$ 35906,52

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018)

5.1.2. Egresos

Son salidas de dinero que realiza la empresa con el fin de cubrir actividades que tienen que ver con la razón de ser de la empresa.

Determinación de los egresos

Las salidas de dinero o también llamados desembolsos son destinados para cubrir valores de inversión fija, gastos de constitución de la empresa, y el capital de trabajo que cubren gastos de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación valores que servirán para poner en marcha la empresa.

Tabla 57 Estructura de la inversión

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Fija	\$ 2430	33,41 %
Capital de Trabajo	\$ 4843,68	66,59 %
TOTAL	\$ 7273,68	100 %

Elaborado por: Las autoras

Proyección de costos y gastos

En el proyecto es necesario la proyección de costos y gastos lo que nos ayudaran a conocer la vida útil del proyecto el cual consta de costos de producción mismos que contienen materia prima, mano de obra, gastos ya sean de producción, administrativos, de organización, de ventas y financieros.

5.1.3. Costos de Producción

Los costos de producción están dados en base a los tres elementos del costo como son: MPD, MOD y CIF, los cuales son de suma importancia para el proceso de producción y de producto terminados que están aptos para la comercialización.

Materia Prima directa

La materia prima directa a utilizarse en el proyecto es la tela Nylon impermeable para lo que proyectamos gastos a continuación.

Tabla 58 Proyección de materia prima

Detalle	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Cant.	P.U	Total, Anual												
Tela Nylon impermeable	2400 Metros	\$ 3,00	\$ 7.200,00	2404 metros	\$ 3,00	\$ 7.221,02	2407 metros	\$ 3,01	\$ 7.242,09	2407 Metros	\$ 3,01	\$ 7.252,65	2411 metros	\$ 3,02	\$ 7.273,82

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

El valor del precio unitario es el valor de la materia prima el cual se encuentra en la tabla Nro. 34

Tabla 59 Resumen de materia prima

AÑOS PROYECTADOS	EGRESOS POR COMPRA DE MP
Año 1	\$ 7.200,00
Año2	\$ 7.221,02
Año 3	\$ 7.242,09
Año 4	\$ 7.252,65
Año 5	\$ 7.273,82

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Mano de Obra Directa MOD

La mano de obra directa se basa en la capacidad instalada, misma que constituye el valor de sueldos de los operarios quienes son los encargados de producir los protectores impermeables para mochilas y carteras.

Proyección de MOD

La mano de obra directa en este caso la mano de obra de los operarios encargados de la producción de los protectores se proyectará con valores de acuerdo al lapso de 5 años.

Tabla 60 Proyección de salarios de MOD

CARGO	SALARIO	NUMERO DE OPERARIOS	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL
Operarios	\$ 386,00	2	\$ 772,00	\$ 9264,00

Fuente: Código Sectorial y Código de Trabajo

Elaborado por: Las autoras

Tabla 61 Proyecciones de beneficios sociales

Detalle	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario		\$9.264,00	\$9.277,90	\$9.291,81	\$9.305,75	\$9.319,71
Aporte Patronal	12,15%	\$1.125,58	\$1.127,26	\$1.128,96	\$1.130,65	\$1.132,34
Décimo Tercero	12 ava	\$772,00	\$773,16	\$774,32	\$775,48	\$776,64
Décimo Cuarto	SBU	\$ 772,00	\$ 773,16	\$774,32	\$775,48	\$776,64
Fondos de Reserva	8,33%	-	\$ 772,85	\$ 774,01	\$ 775,17	\$776,33
Vacaciones	24 ava	\$ 386,00	\$ 443,90	\$ 444,57	\$ 445,23	\$ 445,90
TOTAL		\$ 12.319,58	\$ 13.168,23	\$ 13.187,98	\$ 13.207,76	\$ 13.227,57

Fuente: Código de Trabajo

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Costos Indirectos de Fabricación

Los CIF son todos los costos y gastos que influyen en el proceso de producción, y que son difíciles de incluir en la elaboración de los protectores.

Materiales indirectos

Los materiales indirectos se consideran a los que están dentro el proceso de producción los cuales son necesarios para la elaboración de los protectores.

Tabla 62 Materiales indirectos

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agujas de maquina	\$60,00	\$60,09	\$60,18	\$60,27	\$60,36
Sierres	\$300	\$300,45	\$300,90	\$301,35	\$301,80
Hilo	\$72	\$72,11	\$72,22	\$72,32	\$72,43
Broches	\$300	\$300,45	\$300,90	\$301,35	\$301,80
Elástico	\$90	\$90,14	\$90,27	\$90,41	\$90,54
TOTAL	\$822,00	\$823,23	\$824,47	\$825,70	\$826,94

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Energía Eléctrica

Se debe calcular valores estimados que estarán dentro del proceso de producción en cuanto a energía eléctrica.

Tabla 63 Servicio de energía eléctrica

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	\$25,00	\$ 300,00

Fuente: Funcionario de la empresa eléctrica

Elaborado por: Las autoras

Tabla 64 Proyección del servicio de energía eléctrica

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	\$ 300,00	\$300,45	\$300,90	\$301,35	\$301,80

Fuente: Funcionario de la empresa eléctrica

Elaborado por: Las autoras

Materiales de fabricación de protectores

Estos datos son necesarios debido a que son de suma importancia dentro del proceso de producción. Para lo que se consideró una tasa promedio de inflación del 0,15%.

Tabla 65 Materiales para la fabricación de protectores

DETALLE	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
Juego de reglas	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Tijera pequeña	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Cinta métrica	1	\$ 1,00	\$ 1,00
TOTAL			\$ 18,00

Fuente: Proveedores de la ciudad

Elaborado por: Las autoras

Tabla 66 Proyecciones de los materiales para la fabricación de protectores

DETALLE	Año 1	Año 3	Año 5
Juego de reglas	\$ 5,00	\$ 5,01	\$ 5,02
Tijera pequeña	\$ 12,00	\$ 12,02	\$ 12,04
Cinta métrica	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
TOTAL	\$ 18,00	\$ 18,03	\$ 18,05

Fuente: Proveedores de la ciudad

Elaborado por: Las autoras

Para la proyección de los materiales involucrados en el proceso de producción se tomó en cuenta solo 3 años debido a que son materiales que, perduran en el tiempo, de esta manera se justifica la proyección para el año 1, año 3 y año 6.

Mantenimiento de maquinaria

De acuerdo a la opinión del Señor Rodrigo Sandoval, se determinó que la maquinaria necesitará de un mantenimiento semestral.

Tabla 67 Mantenimiento de maquinaria

DETALLE	TIEMPO	VALOR	CANTIDAD MÁQUINAS	SEMESTRAL	TOTAL ANUAL
Maquinaria	Semestral	\$ 10,00	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Enaceitada	Semestral	\$ 5,00	1	\$ 5,00	\$ 10,00
TOTAL					\$ 50,00

Elaborado por: Las autoras

Tabla 68 Proyección mantenimiento maquinaria

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria	\$ 40,00	\$ 40,06	\$ 40,12	\$ 40,18	\$ 40,24
Enaceitada	\$ 10,00	\$ 10,02	\$ 10,03	\$ 10,05	\$ 10,06
TOTAL	\$ 50,00	\$ 50,08	\$ 50,15	\$ 50,23	\$ 50,30

Fuente: Sr. Rodrigo Sandoval

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Resumen de los Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 69 Resumen de CIF

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales indirectos	\$822,00	\$823,23	\$824,47	\$825,70	\$826,94
Energía eléctrica	\$ 300,00	\$300,45	\$300,90	\$301,35	\$301,80
Materiales para la fabricación de protectores	\$ 18,00	–	\$18,05	–	\$18,03
Mantenimiento maquinaria	\$ 50,00	\$50,08	\$50,15	\$50,23	\$50,30
TOTAL CIF	\$1.190,00	\$1.173,76	\$1.193,57	\$1.177,28	\$1.197,07

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Resumen de los costos de producción

Tabla 70 Resumen de los costos de producción

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	\$ 7.200,00	\$ 7.221,02	\$ 7.242,09	\$ 7.252,65	\$ 7.273,82
Mano de Obra	\$ 12.319,58	\$ 13.168,23	\$ 13.187,98	\$ 13.207,76	\$ 13.227,57
CIF	\$ 1.190,00	\$ 1.173,76	\$ 1.193,57	\$ 1.177,28	\$ 1.197,07
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 20.709,58	\$ 21.563,01	\$ 21.623,64	\$ 21.637,69	\$ 21.698,46

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

5.1.4. Gastos Administrativos

Se detallan los gastos estimados con relación la dirección y control de la empresa, que vienen a ser sueldos administrativos, materiales de oficina y aseo, servicios básicos, mantenimiento del equipo de computación, gastos de constitución, amortizaciones y depreciaciones.

Sueldos Administrativos

Se establecen los sueldos que se les atribuirá al Administrador y Contador de la empresa.

Tabla 71 Sueldos Administrativos

CARGO	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL
Administrador	\$ 400	\$ 4800
Contador	\$ 386	\$ 4632
TOTAL	\$ 786	\$ 9432

Fuente: Cuadros Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

Tabla 72 Proyección de Sueldos

DETALLE	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario		\$ 9432,00	\$ 9446,15	\$ 9460,32	\$ 9474,51	\$ 9488,72
Aporte Patronal	12,15%	\$ 1145,99	\$ 1147,71	\$ 1149,43	\$ 1151,15	\$ 1152,88
Décimo Tercero	12ava parte	\$ 787,18	\$ 788,36	\$ 789,54	\$ 790,73	\$ 791,91
Décimo Cuarto	SBU	\$ 772,00	\$ 773,16	\$ 774,32	\$ 775,48	\$ 776,64
Fondos de Reserva	8,33%	-	\$ 786,86	\$ 788,04	\$ 789,23	\$ 790,41
Vacaciones	24ava parte	\$ 393,00	\$ 393,59	\$ 394,18	\$ 394,77	\$ 395,36
TOTAL		\$ 12530,17	\$ 13335,83	\$ 13355,83	\$ 13375,86	\$ 13395,93

Fuente: Cuadros Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Materiales de Oficina

Los materiales que se utilizarán en el inicio de la empresa se detallan en el capítulo 4.

Tabla 73 Materiales de Oficina

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materiales de Oficina	\$ 17,69	\$ 212,30

Fuente: Cuadros Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

Tabla 74 *Proyección de los Materiales de Oficina*

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales de Oficina	\$ 212,30	\$ 212,62	\$ 212,94	\$ 213,26	\$ 213,58

Elaborado por: Las autoras

Materiales de Aseo

Se debe hacer uso de algunos materiales para dar mantenimiento y tener una buena imagen del local de la empresa.

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Tabla 75 *Materiales de aseo*

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materiales de Aseo	\$ 4,72	\$ 56,60

Fuente: Cuadros Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

Tabla 76 *Proyección de los Materiales de aseo*

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales de Aseo	\$ 56,6	\$ 56,68	\$ 56,77	\$ 56,86	\$ 56,94

Fuente: Cuadros Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Servicios Básicos

Se realizará la proyección de servicios básicos como son energía eléctrica, agua, teléfono e internet.

Tabla 77 Servicios básicos

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicios básicos	\$ 60	\$ 720

Fuente: Cuadros Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

Tabla 78 Proyección de los Servicios básicos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios básicos	\$ 720	\$ 721,08	\$ 722,16	\$ 723,24	\$ 724,33

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Mantenimiento del Equipo de Computación

Se debe realizar un mantenimiento del equipo de computación trimestralmente para tener un adecuado funcionamiento de los equipos a utilizarse.

Tabla 79 Mantenimiento del Equipo de Computación

DETALLE	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Computadora	\$ 20	\$ 80
Impresora	\$ 10	\$ 40
TOTAL	\$ 30	\$ 120

Fuente: Cuadros Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

Tabla 80 Proyección del Mantenimiento del Equipo de Computación

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Computadora	\$ 80	\$ 80,12	% 80,24	\$ 80,36	\$ 80,48
Impresora	\$ 40	\$ 40,06	\$ 40,12	\$ 40,18	\$ 40,24
TOTAL	\$ 120	\$ 120,18	\$ 120,36	\$ 120, 54	\$ 120,72

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Depreciaciones

Se realizaron a los activos fijos de la empresa.

Tabla 81 Proyección de las Depreciaciones

DETALLE	VALOR	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	DEP. ACUM.	VALOR EN LIBROS
Maquinaria	\$ 800	10%	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 400	\$ 400
Muebles y enseres	\$ 690	10%	\$ 69	\$ 69	\$ 69	\$ 69	\$ 69	\$ 345	\$ 345
Equipo de Computación	\$ 940	33%	\$ 310,2	\$ 310,2	\$ 310,2	\$ 9,40	-	\$ 940	\$ 0
TOTAL	\$ 2430		\$ 459,2	\$ 459,2	\$ 459,2	\$ 158,4	\$ 149	\$ 1685	\$ 745

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Resumen de gastos administrativos

Se detallan las proyecciones realizadas en los gastos administrativos

Tabla 82 Resumen de gastos administrativos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	\$ 12530,17	\$ 13335,83	\$ 13355,83	\$ 13375,86	\$ 13395,93
Materiales de oficina	\$ 212,30	\$ 212,62	\$ 212,94	\$ 213,26	\$ 213,58
Materiales de aseo	\$ 56,6	\$ 56,68	\$ 56,77	\$ 56,86	\$ 56,94
Servicios básicos	\$ 720	\$ 721,08	\$ 722,16	\$ 723,24	\$ 724,33
Mantenimiento del Equipo de Cómputo	\$ 120	\$ 120,18	\$ 120,36	\$ 120,54	\$ 120,72
Depreciaciones	\$ 459,2	\$ 459,2	\$ 459,2	\$ 158,4	\$ 149,00
TOTAL	\$ 14098,27	\$ 14905,59	\$ 14927,26	\$ 14648,16	\$ 14660,50

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

5.1.5. Gastos de venta

Se determinan los valores de los sueldos del personal, arriendo y transporte relacionados con las ventas.

Sueldos del personal de ventas

Son los valores que se detallan en relación con el personal de ventas que se dedica atender el local.

Tabla 83 Sueldos del personal de ventas

CARGO	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL
Vendedor	\$ 386,00	\$ 4632,00

Fuente: Cuadros Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

Tabla 84 Proyección de los Sueldos de Ventas

DETALLE	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario		\$ 4632,00	\$ 4638,95	\$ 4645,91	\$ 4652,88	\$ 4659,85
Aporte Patronal	12,15%	\$ 562,79	\$ 563,63	\$ 564,48	\$ 565,32	\$ 566,17
Décimo Tercero	12ava parte	\$ 386,00	\$ 386,58	\$ 387,16	\$ 387,74	\$ 388,32
Décimo Cuarto	SBU	\$ 386,00	\$ 386,58	\$ 387,16	\$ 387,74	\$ 388,32
Fondos de Reserva	8,33%	-	\$ 386,42	\$ 387,00	\$ 387,58	\$ 388,17
Vacaciones	24ava parte	\$ 193,00	\$ 193,29	\$ 193,58	\$ 193,87	\$ 194,16
TOTAL		\$ 6159,79	\$ 6555,45	\$ 6565,29	\$ 6575,13	\$ 6585,00

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Gasto arriendo

El arriendo de la empresa se realizará en el centro de la ciudad de Otavalo con un valor mensual de 200 dólares.

Tabla 85 Arriendo

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	\$ 200,00	\$ 2400,00

Fuente: Cuadros Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

Tabla 86 Proyección del Arriendo

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	\$ 2400	\$ 2403,6	\$ 2407,21	\$ 2410,82	\$ 2414,43

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Gasto Transporte

Se utilizará para el transporte de la materia prima desde donde se la obtendrá hasta el lugar donde se localiza la micro empresa.

Tabla 87 Transporte

DETALLE	VIAJES MENSUAL	VIAJES ANUAL	VALOR DEL FLETE	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Fletes	\$ 3,00	\$ 36,00	\$ 20,00	\$ 60,00	\$ 720,00

Fuente: Cuadros Estudio Técnico

Elaborado por: Las autoras

Tabla 88 Proyección del Transporte

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Fletes	\$ 720,00	\$ 721,08	\$ 722,16	\$ 723,24	\$ 724,33

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Resumen de Gasto de Ventas

Se detallan las proyecciones que se realizaron en los gastos de ventas.

Tabla 89 Resumen de Gasto de Ventas

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	\$ 6159,79	\$ 6555,45	\$ 6565,29	\$ 6575,13	\$ 6585,00
Gastos de arriendo	\$ 2400	\$ 2403,6	\$ 2407,21	\$ 2410,82	\$ 2414,43
Gasto transporte	\$ 720	\$ 721,08	\$ 722,16	\$ 723,24	\$ 724,33
TOTAL	\$ 9279,79	\$ 9680,13	\$ 9694,65	\$ 9709,19	\$ 9723,76

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

5.1.6. Gastos Financieros

Se detallan los valores que se necesitarán por medio de un crédito otorgado por la Cooperativa Financiera Atuntaqui quien ofrece una tasa del 22% anual.

Tabla 90 Datos del préstamo

DETALLE	VALOR
Monto	\$ 6000,00
Pagos al año	\$ 3,00
Número de cuotas	\$ 36,00
Tasa de interés anual	22%
Tasa periódica	\$ 0,01833333
Cuota	\$ 229,14

Elaborado por: Las autoras

Tabla 91 *Tabla de amortización*

NÚMERO DE CUOTA	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA DE AMORTIZACIÓN	AMORTIZACIÓN	ANUALIDAD
1	\$ 6.000,00	\$ 110,00	\$ 229,14	\$ 119,14	\$ 5.880,86
2	\$ 5.880,86	\$ 107,82	\$ 229,14	\$ 121,33	\$ 5.759,53
3	\$ 5.759,53	\$ 105,59	\$ 229,14	\$ 123,55	\$ 5.635,98
4	\$ 5.635,98	\$ 103,33	\$ 229,14	\$ 125,82	\$ 5.510,16
5	\$ 5.510,16	\$ 101,02	\$ 229,14	\$ 128,12	\$ 5.382,04
6	\$ 5.382,04	\$ 98,67	\$ 229,14	\$ 130,47	\$ 5.251,57
7	\$ 5.251,57	\$ 96,28	\$ 229,14	\$ 132,86	\$ 5.118,70
8	\$ 5.118,70	\$ 93,84	\$ 229,14	\$ 135,30	\$ 4.983,40
9	\$ 4.983,40	\$ 91,36	\$ 229,14	\$ 137,78	\$ 4.845,62
10	\$ 4.845,62	\$ 88,84	\$ 229,14	\$ 140,31	\$ 4.705,32
11	\$ 4.705,32	\$ 86,26	\$ 229,14	\$ 142,88	\$ 4.562,44
12	\$ 4.562,44	\$ 83,64	\$ 229,14	\$ 145,50	\$ 4.416,94
13	\$ 4.416,94	\$ 80,98	\$ 229,14	\$ 148,17	\$ 4.268,77
14	\$ 4.268,77	\$ 78,26	\$ 229,14	\$ 150,88	\$ 4.117,89
15	\$ 4.117,89	\$ 75,49	\$ 229,14	\$ 153,65	\$ 3.964,25
16	\$ 3.964,25	\$ 72,68	\$ 229,14	\$ 156,46	\$ 3.807,78
17	\$ 3.807,78	\$ 69,81	\$ 229,14	\$ 159,33	\$ 3.648,45
18	\$ 3.648,45	\$ 66,89	\$ 229,14	\$ 162,25	\$ 3.486,19
19	\$ 3.486,19	\$ 63,91	\$ 229,14	\$ 165,23	\$ 3.320,96
20	\$ 3.320,96	\$ 60,88	\$ 229,14	\$ 168,26	\$ 3.152,70
21	\$ 3.152,70	\$ 57,80	\$ 229,14	\$ 171,34	\$ 2.981,36
22	\$ 2.981,36	\$ 54,66	\$ 229,14	\$ 174,48	\$ 2.806,88
23	\$ 2.806,88	\$ 51,46	\$ 229,14	\$ 177,68	\$ 2.629,19
24	\$ 2.629,19	\$ 48,20	\$ 229,14	\$ 180,94	\$ 2.448,25
25	\$ 2.448,25	\$ 44,88	\$ 229,14	\$ 184,26	\$ 2.263,99
26	\$ 2.263,99	\$ 41,51	\$ 229,14	\$ 187,64	\$ 2.076,36
27	\$ 2.076,36	\$ 38,07	\$ 229,14	\$ 191,08	\$ 1.885,28
28	\$ 1.885,28	\$ 34,56	\$ 229,14	\$ 194,58	\$ 1.690,70
29	\$ 1.690,70	\$ 31,00	\$ 229,14	\$ 198,15	\$ 1.492,56
30	\$ 1.492,56	\$ 27,36	\$ 229,14	\$ 201,78	\$ 1.290,78
31	\$ 1.290,78	\$ 23,66	\$ 229,14	\$ 205,48	\$ 1.085,30
32	\$ 1.085,30	\$ 19,90	\$ 229,14	\$ 209,25	\$ 876,05
33	\$ 876,05	\$ 16,06	\$ 229,14	\$ 213,08	\$ 662,97
34	\$ 662,97	\$ 12,15	\$ 229,14	\$ 216,99	\$ 445,98
35	\$ 445,98	\$ 8,18	\$ 229,14	\$ 220,97	\$ 225,02
36	\$ 225,02	\$ 4,13	\$ 229,14	\$ 225,02	\$ -
TOTAL	\$122.680,25	\$ 2.249,14	\$ 8.249,14	\$ 6.000,00	\$116.680,25

Elaborado por: Las autoras

Tabla 92 Gastos financieros

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Interés por pagar	\$ 1166,65	\$ 781,03	\$ 301,46

Elaborado por: Las autoras

Resumen de Costos y Gastos

Tabla 93 Resumen costos y gastos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de Producción	\$ 20.709,58	\$ 21.563,01	\$ 21.623,64	\$ 21.637,69	\$ 21.698,46
Gastos Administrativos	\$ 14.098,27	\$ 14.905,59	\$ 14.927,26	\$ 14.648,16	\$ 14.660,50
Gastos de venta	\$ 9.279,79	\$ 9.680,13	\$ 9.694,65	\$ 9.709,19	\$ 9.723,76
Gastos Financieros	\$ 1.166,65	\$ 781,03	\$ 301,46	-	-
TOTAL	\$ 45.254,28	\$ 46.929,76	\$ 46.547,01	\$ 45.995,04	\$ 46.082,72

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

5.1.7. Estados Financieros

Estado de situación financiera presupuestado

En este estado se presentan los activos, pasivos y patrimonio que tiene la micro empresa.

Tabla 94 Estado de situación financiera presupuestado**ACTIVOS****ACTIVOS CORRIENTE**

Capital de Trabajo	\$ 4843,68
Total activo corriente	\$ 4843,68

ACTIVOS NO CORRIENTES**Propiedad, Planta y Equipo**

Maquinaria y Equipo de Producción	\$ 800,00
Muebles y Enseres	\$ 690,00
Equipo de computación	\$ 940,00
Total activos no corrientes	\$ 2430,00

TOTAL ACTIVO	\$ 7273,68
---------------------	-------------------

PASIVOS**PASIVOS A LARGO PLAZO**

Deuda a largo plazo	\$ 6000,00
TOTAL PASIVOS	\$ 6000,00

PATRIMONIO

Aporte propio	\$ 1273,68
TOTAL PATRIMONIO	\$ 1273,68

TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 7273,68
-----------------------------------	-------------------

Fuente: Cuadros Estudio Financiero

Elaborado por: Las autoras

Estado de resultados proyectado

Por medio de este estado se da a conocer los movimientos que tiene la micro empresa en efecto si obtuvo ganancia o pérdida.

Tabla 95 Estado de resultados proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 35.568,00	\$ 35.671,82	\$ 35.775,93	\$ 35.802,02	\$ 35.906,52
(-) Costo de Ventas	\$ 20.709,58	\$ 21.563,01	\$ 21.623,64	\$ 21.637,69	\$ 21.698,46
Utilidad Bruta proyectada	\$ 14.858,42	\$ 14.108,81	\$ 14.152,30	\$ 14.164,33	\$ 14.208,06
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	\$ 14.098,27	\$ 14.905,59	\$ 14.927,26	\$ 14.648,16	\$ 14.660,50
Gasto de Ventas	\$ 9.279,79	\$ 9.680,13	\$ 9.694,65	\$ 9.709,19	\$ 9.723,76
Gastos Financieros	\$ 1.166,65	\$ 781,03	\$ 301,46	-	-
Gasto de Depreciación	\$ 459,20	\$ 459,20	\$ 459,20	\$ 158,40	\$ 149,00
Total Egresos operacionales	\$ 25.003,91	\$ 25.825,95	\$ 25.382,57	\$ 24.515,75	\$ 24.533,25
Utilidad Operativa	\$ (10.145,48)	\$ (11.717,14)	\$ (11.230,27)	\$ (10.351,42)	\$ (10.325,20)
15% Participación Trabajadores	\$ (1.521,82)	\$ (1.757,57)	\$ (1.684,54)	\$ (1.552,71)	\$ (1.548,78)
Utilidad antes de impuestos	\$ (8.623,66)	\$ (9.959,57)	\$ (9.545,73)	\$ (8.798,71)	\$ (8.776,42)
Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-
Utilidad Neta Proyectada	\$ (8.623,66)	\$ (9.959,57)	\$ (9.545,73)	\$ (8.798,71)	\$ (8.776,42)

Fuente: Cuadros Estudio Financiero

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Flujo de caja proyectado

Es un estado que muestra las entradas y salidas de dinero.

Tabla 96 Flujo de caja proyectado

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Inicial	\$ (7.273,68)					
Ingresos						
Utilidad Neta Proyectada		\$ (8.623,66)	\$ (9.959,57)	\$ (9.545,73)	\$ (8.798,71)	\$ (8.776,42)
Depreciación Activos Fijos		\$ 459,20	\$ 459,20	\$ 459,20	\$ 158,40	\$ 149,00
Reinversión						
Valor de Rescate						
Total Ingresos		\$ (8.164,46)	\$ (9.500,37)	\$ (9.086,53)	\$ (8.640,31)	\$ (8.627,42)
Egresos						
Pago de la deuda		\$ 1.583,06	\$ 1.968,69	\$ 2.448,25	-	-
Total Egresos		\$ 1.583,06	\$ 1.968,69	\$ 2.448,25	-	-
FLUJO NETO DE CAJA		\$ (9.747,52)	\$(11.469,06)	\$(11.534,79)	\$ (8.640,31)	\$ (8.627,42)

Fuente: Cuadros Estudio Financiero

Elaborado por: Las autoras

Para las proyecciones realizadas se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación que es el 0,15% obtenida del Banco Central del Ecuador en sus indicadores económicos. (Banco Central del Ecuador, 2018).

5.1.8. Evaluación de la inversión

Es una manera de determinar la factibilidad que tendrá la microempresa mediante el análisis de los siguientes indicadores financieros:

Costo de oportunidad

Este indicador permite dar a conocer el rendimiento que tendrá el proyecto para ser aceptado. Por tal razón, se utilizó la tasa activa del 22% que corresponde al préstamo por parte

de la Cooperativa Financiera Atuntaqui, la tasa pasiva del 5% y la tasa promedio de inflación que es el 0,15% según el Banco Central del Ecuador.

Tabla 97 Cálculo de Costo de oportunidad

DESCRIPCIÓN	MONTO	PORCENTAJE	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	\$ 1273,68	17,51%	5%	1%
Inversión Financiada	\$ 6000,00	82,49%	22%	18%
TOTAL	\$ 7273,68			19%

Fuente: Cuadros Estudio Financiero

Elaborado por: Las autoras

El costo de oportunidad del proyecto es del 19% que servirá para calcular la tasa de rendimiento medio.

Tasa de Rendimiento Medio TRM

Tabla 98 Datos para cálculo de TRM

Costo de Oportunidad	19%
Inflación	0,15%

Elaborado por: Las autoras

Para el cálculo se utilizará la siguiente fórmula:

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

Donde:

TRM= Tasa de Rendimiento Medio

CK= Costo de Capital

Inf= Inflación

Por lo tanto:

$$\text{TRM} = (1 + 0,1910) (1 + 0,15) - 1$$

$$\text{TRM} = 0,1927$$

De acuerdo a los datos obtenidos se determinó que el rendimiento esperado del proyecto es del 19% que significa que se tendrá una rentabilidad considerada para el proyecto sea factible.

Valor Actual Neto VAN

El VAN ayuda a determinar si genera los flujos de caja positivos para cubrir la inversión con ayuda de la tasa de rendimiento medio. El cálculo se lo realiza con la siguiente fórmula:

$$VAN = (II) + \frac{\sum FCN}{(1 + TRM)^n}$$

Donde:

VAN= Valor Actual Neto

II= Inversión Inicial

$\sum FCN$ = Sumatoria de flujos de caja netos

TRM= Tasa de rendimiento medio

n= tiempo de vida del proyecto

Tabla 99 Cálculo del VAN

AÑOS	FLUJOS DE CAJA NETOS	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS
0	\$ (7.273,68)		
1	\$ (9.747,52)	1,19	\$ (8.183,69)
2	\$ (11.469,06)	1,42	\$ (8.084,22)
3	\$ (11.534,79)	1,70	\$ (6.826,14)
4	\$ (8.640,31)	2,02	\$ (4.292,89)
5	\$ (8.627,42)	2,41	\$ (3.598,79)
TOTAL			\$ (30.985,74)
VAN			\$ (38.259,41)

Fuente: Cuadros Estudio Financiero

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo a los datos obtenidos se obtuvo un VAN de \$ **(38.259,41)** dólares lo que demuestra que la inversión no va a ser recuperada en el tiempo establecido.

Tasa Interna de Retorno TIR

Este indicador financiero tiene como objetivo dar a conocer el nivel de rentabilidad que se espera obtener en la inversión, conociendo que mientras la tasa interna de retorno sea más alta, más llamativo será el proyecto a realizarse, para esto es necesario la visualización de porcentajes para una mayor comprensión

Tabla 100 Cálculo del TIR

AÑOS	FLUJOS DE CAJA NETOS	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS
0	\$ (7.273,68)		
1	\$ (9.747,52)	1,30	\$ (7.498,09)
2	\$ (11.469,06)	1,69	\$ (6.786,42)
3	\$ (11.534,79)	2,20	\$ (5.250,24)
4	\$ (8.640,31)	2,86	\$ (3.025,21)
5	\$ (8.627,42)	3,71	\$ (2.323,61)
		TOTAL	\$ (24.883,58)
		VAN	\$ (32.157,26)

Fuente: Cuadros Estudio Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla 101 Resumen para el cálculo de TIR

DETALLE	VALOR
TASA INFERIOR	19%
TASA SUPERIOR	30%
VAN TASA INFERIOR	\$ (38.259,41)
VAN TASA SUPERIOR	\$ (32.157,26)

Elaborado por: Las autoras

Fórmula para calcular la Tasa Interna de Retorno

$$\text{TIR} = \text{Tasa Inf} + (\text{Tasa Sup} - \text{Tasa Inf}) \left(\frac{\text{VAN Tasa Inf}}{\text{VAN Tasa Inf} - \text{VAN Tasa Sup}} \right)$$

Debido al VAN obtenido anteriormente se determina la no probabilidad del cálculo del TIR por tener resultados negativos; tomando en cuenta que para calcular esta tasa debería existir un valor actual neto positivo que demuestre rentabilidad.

Periodo de recuperación de la Inversión

Para conocer el tiempo en el que se va a recuperar la inversión de proyecto es necesario realizar un estudio donde se suman los flujos de cada año hasta llegar al tiempo en años donde se verá reflejado la inversión realizada en sus inicios.

Por medio de este indicador se puede determinar el tiempo en el cual se recuperará la inversión.

Tabla 102 Cálculo para el tiempo de recuperación de la Inversión

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo Neto de Fondos	\$ (7.273,68)	\$ (9.747,52)	\$ (11.469,06)	\$ (11.534,79)	\$ (8.640,31)	\$ (8.627,42)
Factor de descuento	1,00	0,84	0,70	0,59	0,50	0,42
Flujo Neto Actualizado	\$ (7.273,68)	\$ (8.183,69)	\$ (8.084,22)	\$ (6.826,14)	\$ (4.292,89)	\$ (3.598,79)
Flujo Neto Acumulado	\$ (7.273,68)	\$ (15.457,37)	\$ (23.541,59)	\$ (30.367,73)	\$ (34.660,62)	\$ (38.259,41)

Fuente: Cuadros Estudio Financiero

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo a los cálculos de los indicadores anteriormente realizados se determina que no existirá recuperación de la inversión por lo tanto se comprueba la no factibilidad del proyecto a realizarse.

Relación Costo – Beneficio

La relación costo beneficio es un análisis de rentabilidad que facilita la comprensión de la analogía que existe entre costos e ingresos del proyecto, esto haciendo referencia al beneficio a recibir por cada dólar invertido en el mismo.

Para el cálculo se utilizará esta fórmula:

Costo – Beneficio= Sumatoria Flujos Netos / Inversión

Costo – Beneficio= \$ -30.985,74 / \$ 7.273,68

Costo – Beneficio= - 4,26

Por medio de este análisis se determinó que el inversionista no obtendrá ganancia por cada dólar invertido en el proyecto.

Punto de Equilibrio

Para conocer un número determinado de unidades producidas y comercializadas del proyecto se debe buscar un punto de equilibrio que demostrará un valor en unidades de protectores que se deberá vender para que no exista ni pérdida ni ganancia y que si se sobrepasa se verá reflejado en utilidad o ganancia para el proyecto.

Tabla 103 Cálculo de costos fijos y variables totales

COSTO FIJO TOTAL		COSTO VARIABLE TOTAL	
Gastos de Administración	\$ 14.098,27	Materia Prima Directa	\$ 7.200,00
Gastos de ventas	\$ 9.279,79	Mano de obra directa	\$ 11.933,58
Gastos Financieros	\$ 1.166,65	CIF	\$ 1.190,00
Gastos de depreciación	\$ 459,20		
TOTAL	\$ 24.417,91	TOTAL	\$ 20.323,58

Fuente: Cuadros Estudio |Financiero

Elaborado por: Las autoras

Tabla 104 Resumen costos

DETALLE	VALOR
Precio Unitario	\$ 7,41
Costo Fijo Total	\$ 24.417,91
Costo Variable Total	\$ 20.323,58
Cantidad	\$ 4.800,00
Costo Variable Unitario	\$ 4,23

Elaborado por: Las autoras

Cálculo del punto de equilibrio en dólares:

$$PE\$ = \text{Costos Fijos} / 1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})$$

$$PE\$ = \$ 24417,91 / 1 - (\$ 20323,58 / \$ 35568,00)$$

$$PE\$ = \$ 56971,39$$

Cálculo del punto de equilibrio en unidades:

$$PE = \text{Costos Fijos} / 1 - (\text{Precio de venta unitario} / \text{Costo de ventas unitario})$$

$$PE = \$ 24417,91 / 1 - (\$ 7,41 - \$ 4,23)$$

$$PE = 7688$$

Se realizó el análisis del punto de equilibrio en dólares y en unidades para determinar en qué momento la empresa no obtendrá utilidad ni pérdida, se obtuvo que debe producir 7688 unidades al igual que las ventas deben ser de \$ 56971,39 dólares para de esa manera igualar sus costos y gastos generados.

De acuerdo con los datos obtenidos después de aplicar el estudio financiero se determinó que no es factible la puesta en marcha de la sociedad, debido a que su materia prima indirecta tiene un costo elevado para la cantidad de producción que se va a realizar; y por tal motivo sus gastos superan a sus ingresos lo que se refleja en el estudio de resultados obteniendo pérdida, y por tal efecto el flujo de caja también refleja datos negativos al igual que los indicadores financieros.

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1. Objetivo general

Dentro de la estructura organizacional es necesario que exista la misión, visión, organigrama tanto estructural como funcional con el fin de garantizar una buena organización del proyecto y de la empresa.

6.2. Objetivos estratégicos

- Colocar en el mercado local el producto en el menor tiempo posible con el fin de obtener rentabilidad.
- Lograr un nivel de ventas alto para optimizar costos y tiempo.
- Realizar un adecuado manejo los recursos financieros y humanos para un mejor desarrollo de actividades ordinarias de la empresa.
- Ofertar a todos los posibles clientes protectores impermeables de mochilas y carteras acordes a sus necesidades.

6.3. Presentación de la micro empresa

La creación de la micro empresa se encuentra dentro del sector industrial debido a que se transformará la materia prima en un producto terminado el cual será expendido en la sociedad.

6.4. Nombre y razón social

El nombre de la micro empresa será RAINCOVERS S.A ya que describe la función que realizarán los protectores impermeables para quienes lo adquieran.

La palabra RAINCOVERS se encuentra en inglés y tiene el significado de cobertores de lluvia; lo cual representa la razón de ser del producto.

6.5. Eslogan

El eslogan seleccionado por las autoras es de “Prevenir antes que lamentar” lo cual representa lo que se quiere lograr con el producto a la hora de un percance con el clima en este caso la lluvia.

6.6. Logotipo

En el logotipo se plasma y se simboliza lo que se quiere hacer ver a los clientes, el nivel de protección que ofrece el producto y la garantía de la seguridad que tiene; ya que las ranas simbolizan impermeabilidad debido a su piel.

Figura 22 Logotipo



Elaborado por: Las autoras

6.7. Misión

Somos una micro empresa dedicada a la elaboración y comercialización de protectores impermeables para toda clase de mochilas y carteras. Nuestros productos están elaborados de materiales de la más alta calidad, cumpliendo los criterios de sostenibilidad y sustentabilidad

que hacen distinguirlos de la competencia con acabados de primera, garantizado de esta manera la satisfacción de nuestros clientes.

6.8. Visión

“RAINCOVERS”, en el año 2023, será una micro empresa líder y reconocida en el país por la producción y comercialización de protectores impermeables para mochilas y carteras, siendo un producto de calidad y creativo con un estilo único llamativo a la vista de sus clientes.

6.9. Valores estratégicos

- **Responsabilidad social:** el cual se verá reflejado en el producto debido a que es un producto reutilizable y evita la contaminación al medio ambiente con productos sustitutos que pueden cubrir pertenencias como lo son las bolsas plásticas.
- **Honestidad:** es un valor que se tendrá tanto con empleados como con clientes ya que se promoverá con la finalidad de tener una buena relación de compañerismo y credibilidad.
- **Transparencia empresarial:** se realizará toda acción y actividad comercial y financiera con transparencia con el fin de mantener una buena relación interpersonal con todos quienes conforman una empresa.
- **Calidad:** el producto a ofertarse cuenta con los niveles de calidad adecuados los cuales serán corroborados por quienes lo utilicen para satisfacer sus necesidades.
- **Respeto:** un valor fundamental entre todos los miembros que conforman la empresa, el que no permitirá que se violenten los derechos de cada persona.
- **Lealtad:** valor con el cual deberán contar todos quienes formen parte de la empresa al momento de realizar sus actividades diarias tanto fuera como dentro de la organización.
- **Puntualidad:** primordial en personal administrativo, empleados y demás personas que se encuentren laborando dentro de la empresa, para que exista un eficiente desarrollo de actividades y por ende el desarrollo empresarial.

6.10. Principios

Como reglas generales que deberán ser acatados por todos los integrantes de la empresa con el fin de ayudar a la convivencia con la sociedad se detallan siguientes principios:

- **Honradez:** el hablar siempre con la verdad, sin omitir detalles que pudieran perjudicar a la empresa y a las decisiones que dentro de ella se toman a diario.
- **Buen servicio al cliente:** la atención brindada al cliente deberá ser óptima y oportuna lo que permitirá una buena comunicación a la hora de adquirir el producto.
- **Eficiencia:** cumplir con las actividades planificadas de manera positiva, optimizando los recursos con el fin de alcanzar objetivos de la empresa.
- **Eficacia:** cumplir con los objetivos planteados por la empresa en el menor tiempo posible, logrando el desarrollo empresarial.
- **Trabajo en equipo:** necesario a la hora de cumplir con las labores encomendadas fomentando la buena relación laboral entre el personal de la empresa.

6.11. Políticas empresariales

Estas políticas son reglas que se establecen para el correcto funcionamiento de la empresa.

6.11.1. Clientes

- El cliente podrá ver y probar el producto siempre y cuando lo mantenga tal cual lo recibe sin daños, caso contrario deberá cancelar el valor predestinado para el producto.
- Podrá separar el producto por 15 días con un 10 % del precio destinado para el producto el cual será considerado como valor de reservación, si no retirare el producto en el tiempo establecido saldrá nuevamente a la venta.
- Una vez vendido el producto no existirá devoluciones.
- Al momento de cancelar el valor del producto deberá exigir factura con datos por el valor cancelado.

6.11.2. Proveedores

- Deberán entregar la materia prima en buenas condiciones y en el tiempo acordado.
- La entrega de los pedidos deberá realizarse en las instalaciones de la empresa.

6.11.3. Entidad

- Atención oportuna a los clientes en cuando a pedidos y entregas.
- Tendrán que realizarse convenios con los proveedores de materia prima e insumos para garantizar calidad.
- Cumplir con las obligaciones para con los trabajadores de acuerdo a lo establecido en la ley.

6.11.4. Personal

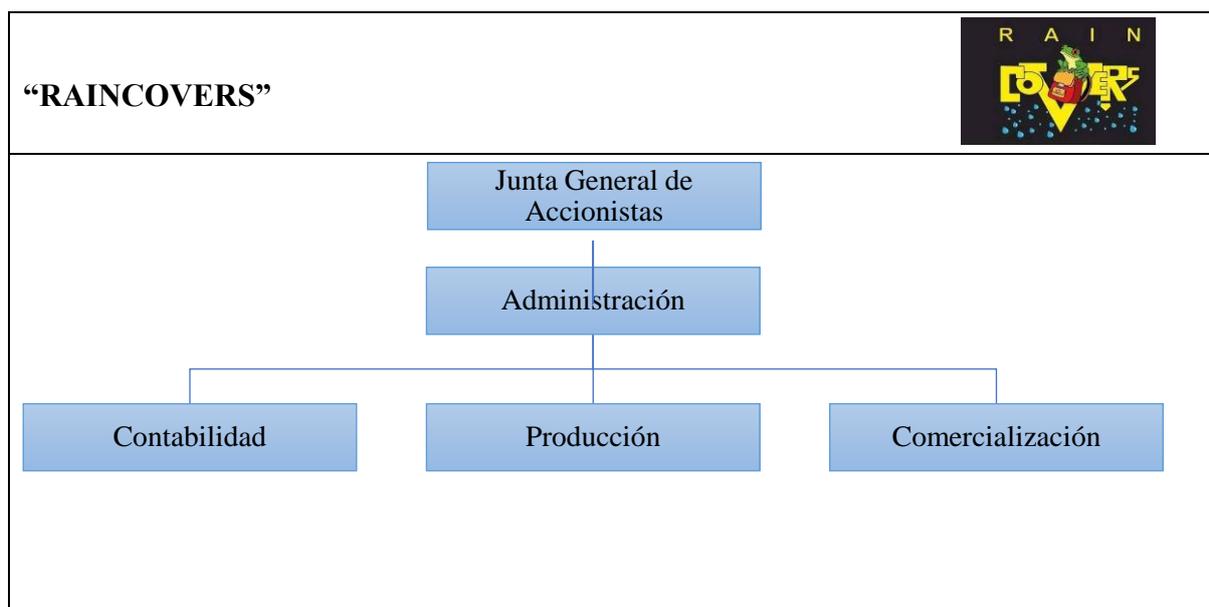
- Utilizar los instrumentos necesarios para la producción de los protectores y cuidarlos.
- Optimizar recursos y tratar de optimizar desperdicios de materia prima.
- De acuerdo a su cargo dentro de la empresa será la remuneración con beneficios de ley.
- Es de obligatoriedad el cumplimiento de valores, principios y políticas de la empresa.
- Los empleados deberán llegar con 10 minutos de anticipación a su puesto de trabajo caso contrario se considera como atraso.

6.12. Estructura administrativa

6.12.1. Organigrama estructural

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura organizacional de una empresa, que permite saber los niveles jerárquicos que existen dentro de la misma.

Figura 23 Organigrama estructural



Elaborado por: Las autoras

6.13. Estructura funcional

Este organigrama permite conocer los niveles organizacionales que tiene la empresa, está formado verticalmente desde la parte menor hasta la parte superior.

6.13.1. Nivel directivo

En el nivel directivo se encuentra la junta general de accionistas quienes son los fundadores, además son quienes encabezan por orden jerárquica el organigrama estructural de la sociedad, y su principal función es la supervisión de las actividades del nivel ejecutivo.

6.13.2. Nivel ejecutivo

En este nivel se encuentra a cargo del administrador propietario de la empresa, quien es el encargado de supervisar y controlar las áreas existentes en la empresa en este caso el área de producción, comercialización y de ventas; además es quien toma las decisiones encaminadas al cumplimiento de objetivos y al cumplimiento de la ley.

6.13.3. Nivel de apoyo

En este nivel se encuentra el apoyo ya sea como secretaria general o como auxiliar contable quien está a cargo de la información de proveedores, y demás asuntos netamente contables con el fin de detallar información relevante para la toma de decisiones.

6.13.4. Nivel operativo

Se encuentran los operarios quienes están a cargo de la producción de los protectores impermeables tanto de sus acabados y del control de calidad, además serán los responsables de la maquinaria y de su cuidado.

Ventas

Los vendedores también se encuentran dentro del nivel operativo debido a que son los responsables de la comercialización de los protectores y de la atención oportuna al cliente poniendo en ato el nombre de la empresa.

Tabla 106 Manual de funciones Contador

<p>“RAINCOVERS”</p>	
<p>Identificación del cargo</p> <p>Cargo: Contador Área: Administrativa</p> <p>Nivel: Apoyo</p> <p>Reporta a: Administrador</p> <p>Supervisa a: Operarios</p>	
<p>Perfil Profesional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en contabilidad • Experiencia mínima de 1 año en cargos similares • Disponibilidad de tiempo completo <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar con los proveedores • Registrar y archivar correctamente de manera sistemática los documentos de la empresa. • Realizar las nóminas y su cancelación • Realizar el pago a los proveedores. • Realizar informes y reposición de Caja chica • Realizar la toma de inventarios de los bienes de la empresa. • Despachar y receptar la materia prima e insumos. • Despachar y receptar las prendas y atender a los clientes <p>Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Iniciativa propia ✓ Acostumbrado a trabajar bajo presión. ✓ Trabajo en equipo 	

Elaborado por: Las autoras

Tabla 107 Manual de funciones operarios

<p>“RAINCOVERS”</p>	
<p>Identificación del cargo</p> <p>Cargo: Operarios</p> <p>Área: Producción</p> <p>Nivel: Operario</p> <p>Reporta a: Administrador</p>	
<p>Perfil Profesional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título en la rama de corte y confección • Experiencia mínima de 2 años en la elaboración de prendas de vestir. • Disponibilidad de tiempo • Conocimiento en maquinaria industrial. <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar de los protectores impermeables • Realizar el pedido de materia prima e insumos cuando requiera de ellos. • Controlar el stock de materia prima e insumos. • Examinar que los acabados sean de calidad. • Almacenar del producto terminado. <p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo en equipo ✓ Responsabilidad ✓ Creatividad ✓ Iniciativa personal 	

Elaborado por: Las autoras

Tabla 108 Manual de funciones Vendedores

“RAINCOVERS”	
Identificación del cargo	
Cargo: Vendedores	
Área: Ventas	
Nivel: Operativo	
Reporta a: Administrador	
Perfil Profesional:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller • Experiencia mínima de 2 años en ventas. • Disponibilidad de tiempo • Conocimientos básicos en computación. 	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Vender los protectores impermeables • Mostrar amabilidad y cordialidad en la atención al cliente. • Ejecutar campañas de publicidad para la comercialización del producto. • Realizar el registro de las ventas • Reportar en un informe las ventas diarias que realiza. • Realizar el pedido del producto a la empresa. • Abastecer al área de producción de materia prima e insumos. 	
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Actitud positiva en el trabajo. ✓ Responsabilidad en el manejo de efectivo ✓ Capacidad de convencimiento ✓ Iniciativa personal 	

Elaborado por: Las autoras

6.15. Aspectos legales

6.15.1. Base legal

Es una micro empresa con fines de lucro conformada por dos personas que se asocian para financiar el proyecto.

6.15.2. Objeto

El objeto de la creación de la micro empresa es satisfacer las necesidades de las personas que se encuentren en situaciones adversas del clima como lo es la lluvia, de esta manera se cubre la demanda de personas insatisfechas por la inexistencia de un producto especial para proteger pertenencias que se encuentran dentro de una mochila o cartera de las lluvias.

6.16. Requisitos para el funcionamiento

Existen requisitos necesarios y de cumplimiento para el funcionamiento de la empresa los cuales son:

6.16.1. Registro Único de Contribuyentes RUC

Para la obtención se necesita los siguientes requisitos:

- Original y copia de la cedula y papeleta de votación
- Copia de la planilla de luz o agua
- En caso de ser arrendatario llevar la copia del contrato de arriendo.

6.16.2. Patente Municipal

- Original y copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación
- Original y copia del RUC.
- Recibo del último pago del impuesto predial.
- En caso de ser arrendatario llevar el formulario de uso de suelo

6.16.3. Permiso de bomberos

- Original y Copia de la cedula de ciudadanía
- Original de la papeleta de votación
- Copia de la planilla de luz, agua o teléfono del lugar de la actividad económica.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. Presentación

Es de relevancia conocer los posibles efectos positivos o negativos que el proyecto generará en el transcurso de su ejecución, por lo que se elaborará una matriz de impactos para cada uno de ellos.

7.2. Herramientas de validación

Para esta evaluación se establecerán parámetros con los que se conocerá el puntaje asignado el que se muestra a continuación:

Tabla 109 Escala de medición de impactos

EVALUACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
Impacto alto Negativo	3
Impacto medio Negativo	2
Impacto bajo Negativo	1
No hay impacto	1
Impacto bajo Negativo	-1
Impacto medio Negativo	-2
Impacto alto Negativo	-3

Elaborado por: Las autoras

Para la obtención de los niveles de impactos se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{valor de Indicadores}}{\text{Nro. total de Indicadores}}$$

Se considera que los niveles de 1 a 3 son positivos favorables y de -1 a -3 son negativos desfavorables y si fuese el caso de 0 es indiferente ni favorece ni desfavorece el proyecto.

7.3. Aspectos considerados importantes en el proyecto

Los impactos importantes dentro del proyecto y en la elaboración de los protectores impermeables son:

- Impacto social
- Impacto económico
- Impacto comercial

7.3.1. Impacto Social

Tabla 110 Impacto Social

FACTORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Atención al cliente de manera personalizada							X	3
Trabajo en equipo							X	3
Mejoramiento de la calidad de vida						X		2
Estabilidad laboral						X		2
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{valor de Indicadores}}{\text{Nro. total de Indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,2$$

Este nivel en el proyecto será de 2,2 que es medio positivo a causa de que el estudio plantea ofrecer plazas de trabajo y con ello estabilidad laboral que dará un mejoramiento de calidad de vida, otro factor relevante es el trabajo en equipo para el fortalecimiento de la empresa.

Atención al cliente de manera personalizada: es un factor importante debido a que el cliente es la razón de ser de los ingresos que percibirá la empresa y al poder satisfacer sus necesidades en cuanto atención, gustos y preferencias; además de la cordialidad y amabilidad

con la que sea atendido llegará a su mentalidad de manera positiva al momento de realizar la compra.

Trabajo en equipo: la valoración asignada es de 3 por que se encuentra como principio de la empresa y todos quienes conformen la misma tendrán la obligación de cumplir sus actividades de manera eficiente y eficaz.

Mejoramiento de calidad de vida: en este ítem la valoración ha sido de 2 debido a que para tener una vida de calidad no solo depende del factor dinero o trabajo sino de muchos más factores que conllevan a la sociedad, pero al ser la económica también importante ayudará a las personas que se encuentran laborando dentro de la empresa a conseguir una mejor calidad de vida.

Estabilidad laboral: se ha dado el valor de 2 a este factor debido a que la estabilidad laboral no solo depende de la empresa sino también de sus colaboradores, pero por parte de la empresa existe el compromiso de ofrecer estabilidad a quienes laboran en la empresa.

7.3.2. Impacto económico

Tabla 111 Impacto económico

FACTORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Ventas directas							X	3
Clientes satisfechos							X	3
Precios accesibles							X	3
Creación de nuevas plazas de trabajo						X		2
TOTAL						2	9	11

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{valor de Indicadores}}{\text{Nro. total de Indicadores}} = \frac{11}{4} = 2,75$$

El impacto económico generará un 2,75 siendo positivo dentro del proyecto y el desenvolvimiento de la empresa, debido a que los ingresos generados serán también de aporte a las nuevas plazas de trabajo y por ende a los ingresos familiares, es decir, se estaría contribuyendo con el desarrollo económico de la sociedad.

Ventas directas: Se valoró con 3 positivo debido a que las ventas serán de manera directa al cliente satisfaciendo las necesidades de los mismos.

Clientes satisfechos: en este factor a valoración asignada ha sido de 3 ya que al ser un producto inexistente en el mercado y ser los primeros en ofertarlos los clientes tendrán un nivel de satisfacción aceptable tanto con la empresa como con el producto.

Precios accesibles: los precios que se ofertarán a los posibles clientes son asequibles para quienes demanden del producto.

Creación de nuevas plazas de trabajo: en este aspecto la valoración es de 2 siendo positivo para el proyecto ya que existirá plazas de trabajo.

7.3.3. Impacto comercial

Tabla 112 Impacto comercial

FACTORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Productos de calidad							X	3
Atención al cliente							X	3
Innovación en el producto							X	3
TOTAL							9	9

Elaborado por: Las autoras

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{\sum\ valor\ de\ Indicadores}{Nro.\ total\ de\ Indicadores} = \frac{9}{3} = 3$$

El impacto comercial se encuentra valorado con 3, siendo positivo para el proyecto y para la empresa ya que al ofertar un producto novedoso que cumple con las necesidades de las personas será llamativo y se espera captar la atención de los clientes.

Productos de calidad: fue valorado con 3 positivamente debido a que cumple con los estándares de calidad permitidos en el mercado local.

Atención al cliente: la valoración es de 3 por la atención personalizada que se entregará a los clientes al momento de ofertar el producto.

Innovación en el producto: Se valoró con 3, siendo positivo debido a su diseño y originalidad.

7.3.4. Impacto general

Tabla 113 Impacto general

FACTORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto social						X		2
Impacto económico						X		2
Impacto comercial							x	3
TOTAL						4	3	7

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{valor de Indicadores}}{\text{Nro. total de Indicadores}} = \frac{7}{3} = 2,33$$

Una vez finalizado el análisis de los impactos que se efectuarán dentro del proyecto y en la implementación, se puede observar que tiene una incidencia positiva muy favorable para la empresa, la afectación que se ocasionaría en el estudio tendría que ver más con el tema financiero y la rentabilidad del proyecto una vez puesto en marcha.

CONCLUSIONES

Se concluye:

Que el diagnóstico permitió el análisis oportuno del micro y macro entorno, facilitando información relevante para la puesta en marcha del proyecto, debido a que la información obtenida reflejó que en el Cantón no existe competencia directa sino solo la existencia de productos sustitutos, lo que facilitaría la entrada al mercado y a la industria textil.

El aporte de teorías con temas relacionados con la creación de micro empresas, emprendimientos, responsabilidad social y calidad en el Ecuador son necesarios para el desenvolvimiento del proyecto debido a que son sustento teórico de lo que se pretende poner en marcha.

El estudio de mercado mediante la aplicación de herramientas de recolección de información primaria como la encuesta permitió determinar el posible nivel de aceptación del producto en la ciudad de Otavalo por parte de sus potenciales clientes y la entrevista ayudó al conocimiento de proceso de producción, tiempos y facilidad de acceso a los materiales necesarios para producir.

En el estudio técnico se concluye que permitió determinar la localización en donde se va a situar la sociedad al igual todos los recursos que se van a necesitar, como es la inversión, insumos propios y tecnológicos, costos y gastos, además del financiamiento que se va a necesitar por parte de una institución financiera.

A demás en el estudio financiero se determinó que el proyecto no es factible, debido a la baja probabilidad de recuperación de la inversión en el tiempo estimado, ya que después de haber proyectado ingresos, costos y gastos se determinó que no existirá utilidad en el primer año de funcionamiento de la microempresa.

De la misma manera los indicadores financieros demuestran la baja rentabilidad de invertir, ya que los propietarios tendrían que buscar financiamiento constante lo que ocasionaría un sobre endeudamiento perjudicial para ellos y para la microempresa, de hecho, al no existir ganancias los propietarios tendrán que asumir el pago del financiamiento inicial por su cuenta.

En la estructura organizativa se detalla aspectos de administración los que permiten y rigen a la sociedad y a quienes lo conforman, de tal manera se detalló valores, principios, y un

organigrama estructural de acuerdo al respectivo nivel jerárquico, así como también, manuales de funciones en los que se establece actividades y requisitos necesarios para cada cargo.

Y por último el capítulo de impactos permitió conocer los niveles de impactos que tendrá el producto y la empresa tomando como ejes fundamentales lo social, económico y comercial teniendo una incidencia favorable para la empresa.

RECOMENDACIONES

Se recomienda:

Con la determinación de la situación del micro y macro entorno se recomienda aprovechar todas las oportunidades que tiene las micro empresas y emprendimientos a realizarse para un mayor crecimiento empresarial en la zona.

Se aconseja utilizar fuentes reales y confiables para la una mejor comprensión de los términos siendo estos los más adecuados y relacionados al momento de utilizarse en el desarrollo del estudio teniendo en cuenta el ámbito y jurisdicción competente en este caso con el Ecuador.

Se recomienda que la investigación de mercado sea realizada con herramientas que permitan conocer información lo más real posible, de tal manera, los resultados sean verídicos y claros a la hora de evaluarlos y permita conocer el nivel de aceptación del producto y el nivel de satisfacción que este producto dará a los posibles clientes quienes serán los usuarios del mismo.

Para el estudio técnico se debe aprovechar la capacidad productiva de la planta de producción, al igual de los procesos que se necesitan para llevar a cabo el producto final, con el fin de optimizar recursos dar buen uso a la maquinaria y evitar desperdicios de materia prima para evitar costos innecesarios.

En el estudio financiero se recomienda que el uso de indicadores financieros sea una herramienta para conocer niveles de aceptación, rentabilidad, factibilidad de la sociedad al momento de poner en marcha las actividades de producción y comercialización.

De acuerdo a la estructura organizativa se recomienda que se utilice las herramientas administrativas como: organigramas, manuales, diseño de la misión, visión y objetivos organizacionales para una mayor determinación de las funciones de todas las personas que conforman la empresa para un mejor desempeño laboral.

Para los impactos se recomienda tener compromiso y responsabilidad por parte de todos quienes conforman el equipo laboral de la empresa para que se mantenga en un margen positivo.

BIBLIOGRAFÍA

- Chiavenato, I. (2014). *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN* (Octava ed.). México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores S.A. doi:978-607-15-0980-2
- Chiavenato, I., & Sapiro, A. (2011). *PLANEACION ESTRATEGICA. Fundamentos y Aplicaciones* (Segunda Edicion ed.). México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores. doi:978-970-10-6877-9
- Chorro, M. (2010). *Financiamiento a la inversion de las pequenas y medianas empresas*. Santiago de Chile: CEPAL. doi:978-92-1-323430-3
- Daft, R. (2015). *Teoría y diseño organizacional* (Undécima ed.). México: Cengage Learning Editores. doi:978-607-519-764-7
- Eggers, M. (2012). *Teoría de las organizaciones*. Buenos Aires : Editorial Maipue. doi:3199975
- Evans, J., & Lindsay, W. (2015). *Administración y control de la calidad* (Novena ed.). México: Cengage Learning Editores. doi:978-607-519-375-5
- Gil Estallo, M. Á., & Giner de la Fuente, F. (2012). *Cómo crear y hacer funcionar una microempresa* (Octava ed.). (ALFAOMEGA GRUPO EDITOR S.A., Ed.) Madrid: ESIC EDITORIAL. doi:978-607-707-511-0
- Hilarión Madariaga, J. E. (2014). *EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. Diseña y Plantea Tu Negocio* (Primera ed.). México : CENGAGE Learning Editores. doi:978-607-519-120-1
- Hitt, M., Ireland, D., & Hoskisson, R. (2015). *ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA. Competitividad y globalización: conceptos y casos* (Onceava ed.). México, México: Cenage Learning Editores. doi:978-607-519-508-7
- Jones, G., & George, J. (2014). *Administración contemporánea* (Octava ed.). México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A. doi:978-1-4562-2385-4
- Joyanes Aguilar , L., Ureña Juyanes , R., & Morales Jareño, I. (2003). *TEORIAS DE LA ORGANIZACIÓN. Un Enfoque Estrategico* (SEXTA ed.). Madrid: PEARSON Prentice Hall. doi:978-84-205-3894-5

- Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2012). *ADMINISTRACIÓN UNA PERSPECTIVA GLOBAL Y EMPRESARIAL* (Décimocuarta ed.). México: Mc Graw-Hil Interamericana Editores S.A. doi:978-607-15-0759-4
- Llamas Arjona, C. (2013). *GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS*. Madrid, España: Liber Factory. doi:978-84-936992-0-8
- Munch, L., & Garcia Martinez, J. G. (2014). *Fundamentos de Administración* (Décima ed.). México: Editorial Trillas. doi:978-607-17-1909-6
- Naumov García, S. L. (2011). *Organización total* (Primera ed.). México, México: McGraw-Hill/Interamericana Editores. doi:978-607-15-0355-8
- Palacios Acero, L. C. (2015). *ESTRATEGIAS DE CREACIÓN EMPRESARIAL* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. doi:978-958-771-273-5
- Pelayo González, J., & Rodríguez Laguía, F. J. (2015). *Iniciación a la ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y EMPRESARIAL*. Madrid, España: Ediciones PARAINFO. doi:978-84-283-3811-0
- Pérez Marqués, M. (2014). *Control de calidad. Técnicas y herramientas*. Madrid, España: RC Libros. doi:978-84-941801-9-4
- Ramírez Cardona, C., & Del Pilar Ramírez, M. (2016). *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN* (Cuarta ed.). Bogotá: ECOE EDICIONES. doi:978-958-771-372-5
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración* (Decimosegunda ed.). México: PEARSON. doi:978-607-32-2767-4
- Rodríguez, F. G., & Alcover de la Hera, C. M. (2014). *Introducción a la Psicología de las Organizaciones*. Madrid, España: Alianza Editorial. doi:978-84-206-8814-5
- Sainz, J. M. (2015). *El plan estratégico en la práctica* (Cuarta ed.). Madrid, España: ESIC EDITORIAL. doi:978-84-15986-92-8
- Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., & Strickland, A. (2012). *Administración estratégica* (Décimo octava ed.). México: Mc Graw-Hill. doi:978-607-15-0757-0
- Torres, Z. (2014). *Teoría general de la Administración* (Segunda ed.). México. doi:978-607-438-853-4

Villanueva, J., & Toro, J. M. (2017). *Marketing estratégico* (Primera ed.). España: Universidad de Navarra, S.A. (EUNSA). doi:978-84-313-3167-2

LINKOGRAFÍA

- Banco Central del Ecuador. (30 de Junio de 2018). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 05 de Mayo de 2018, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Barbero, J. d. (2010). *El color como elemento comunicacional*. Recuperado el 15 de enero de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1985797.pdf>
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (31 de Diciembre de 2017). *Camara de Comercio de Guayaquil*. Recuperado el 15 de Mayo de 2018, de <http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2017/03/APE-017-Salario-Basico-2018.pdf>
- CECARM. (Febrero de 2014). *TU PLAN DE MARKETING EN REDES SOCIALES: IMPLANTACIÓN Y ESTRATEGIAS*. Obtenido de <http://www.cecarm.com/tu-plan-de-marketing-en-redes-sociales-implantacion-y-estrategias.pdf-6121>
- DECATHLON. (Enero de 2018). *DECATHLON*. Obtenido de https://www.decathlon.es/cubre-mochila-20-35l--id_8303438.html
- Ekos Negocios. (2017). NUEVA RUTA DE CONSUMO EN ECUADOR. *EKOS NEGOCIOS*, 28 - 55. Recuperado el Enero de 2018, de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/386.pdf>
- El Comercio. (02 de 04 de 2018). Recuperado el 29 de 04 de 2018, de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/medidas-plan-economico-leninmoreno-ecuador.html>
- GAD DE OTAVALO. (26 de 04 de 2018). Obtenido de GAD DE OTAVALO: <http://www.otavalo.gob.ec/otavalo/historia-de-otavalo.html>
- García, A. (27 de Diciembre de 2017). El 2017 se despide con lluvias de diferente intensidad en Ecuador, según el Inamhi. *EL COMERCIO*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/lluvias-clima-inamhi-ecuador-niebla.html>
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo. (1 de Marzo de 2015). *Sistema Nacional de Información*. doi:http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000500001_DOCUMENTO%20FINAL%20PDOT%20OTAVALO_15-03-2015_19-55-15.pdf

- Gonzalez Sanchez, G. (2012). *Wordpress.com*. Recuperado el 2018 de 02 de 06, de <https://gilbertogonzalezsanchez.files.wordpress.com/2012/10/trabajo-3-definicic3b3n-del-manual-funciones.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (31 de Marzo de 2018). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 12 de Mayo de 2018, de Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/032018_Presentacion_M_Laboral.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 20 de Febrero de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Montes Marín, E. A. (2014). *JÓVENES ESTÉTICAS, TENDENCIAS Y CONSUMOS*. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/32678_112418.pdf
- Pincay Alvarado, J. (2014). *El consumidor ecuatoriano*. Obtenido de Universidad Ecotec: http://gye.ecomundo.edu.ec/doc_aula_virtual_ecotec/tareas/2014D/MKT353/alum/2014511131_8551_2014D_MKT353_tarea_final_psicologia_del_consumidor.pdf
- Ultimas noticias. (11 de octubre de 2017). *Ultimas noticias*. Recuperado el 29 de 04 de 2018, de <http://www.ultimasnoticias.ec/las-ultimas/medidas-economicas-leninmoreno-consultapopular-paquetazo.html>

ANEXOS

Anexo 1 Modelo de Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PADRES DE FAMILIA DE LOS JÓVENES DEL
 CANTÓN OTAVALO**

OBJETIVO

Conocer los gustos y las preferencias de la ciudadanía de Otavalo, con el fin de determinar la demanda potencial y aceptación de los protectores impermeables para pertenencias personales de jóvenes de 15 a 19 años de edad del cantón Otavalo

INSTRUCCIONES

Lea detenidamente las preguntas antes de contestarlas

NOTA: La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de su respuesta.

CUESTIONARIO:

Edad:

Sexo:

Marque la respuesta correcta o escriba si es necesario:

Marque la respuesta correcta o escriba si es necesario:

1. ¿Qué tipo de accesorio utiliza para guardar sus pertenencias?

Mochila

Bolso

Cartera

Otro: (especifique).....

2. ¿Con que frecuencia al año Ud. compra mochilas, bolsos o carteras?

- Una vez
- Dos veces
- Tres veces
- Más de 3 veces

3. ¿Con que instrumento Ud. se protege o cubre de la lluvia?

- Forros plásticos
- Paraguas
- Otro:(especifique).....

4. ¿Mediante qué mecanismos le gustaría proteger sus accesorios de la lluvia?

- Funda
- Paraguas
- Protector especial
- Otro:(especifique).....

5. ¿Estaría usted dispuesto a utilizar un protector impermeable exclusivamente diseñado para artículos, como por ejemplo mochilas, bolsos, maletines, carteras, y similares?

- Si
- No

6. ¿Qué aspectos consideraría importantes al momento de adquirir el protector?

- Tamaño
- Precio
- Calidad
- Color y estampado
- Otro:(especifique).....

7. ¿Dónde le gustaría poder adquirir el protector?

- Supermercados
- Tiendas
- Almacenes especializados
- Otros:(especifique).....

8. ¿En qué colores le gustaría que se presente el protector?

- Negro
- Plomo
- Fucsia
- Turquesa

9. ¿Cuánto sería el valor que Ud. pagaría por un protector de lluvia?

- \$5,00 - \$10,00
- \$10,00 - \$15,00
- \$15,00- \$20,00
- Otro:(especifique).....

10. ¿Mediante qué medio le gustaría recibir información del producto y sus promociones?

- Volantes
- Radio
- Televisión
- Redes sociales

FIRMA:.....

Gracias por su colaboración

Anexo 2 Modelo de la entrevista

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENTREVISTA DIRIGIDA A SASTRES DEL CANTÓN OTAVALO

ENTREVISTADO:**ENTREVISTADOR:****FECHA:****LUGAR:**

Objetivo: Obtener conocimientos técnicos sobre el manejo de materiales y el proceso de producción de los protectores por parte de una persona sastre encargada de la confección de prendas en relación al protector impermeable.

Guía de preguntas

- 1.- **¿Qué opinión tiene usted acerca de proteger con protectores impermeables las pertenencias personales del clima lluvioso?**
- 2.- **¿Conoce usted de los beneficios de la tela impermeable puede mencionar algunos?**
- 3.- **¿Cuál cree usted es el manejo adecuado para su confección de esta tela?**
- 4.- **¿Considera que la tela impermeable para la confección del protector es costosa y de difícil acceso?**
- 5.- **¿Usted ha trabajado anteriormente con este material puede compartir su experiencia?**
- 6.- **¿Sabe usted cuál el proceso para confeccionar protectores impermeables para mochilas y carteras?**
- 7.- **¿Cree usted que la confección de protectores impermeables demandaría de mucho tiempo?**
- 8.- **¿Cuál sería el precio al que ofertaría el protector?**

Anexo 3 Fotografías

El equipo de investigación estableció lugares estratégicos en el cantón de Otavalo con el fin de recolectar información:

Tabla 114 Detalle de fotografías

FOTOGRAFÍAS	DETALLE
	<p>Lugar: Cantón de Otavalo Encuestada: Sra. Nelly Bustos Encuestadora: Srta. Josselinne Muñoz Fecha: 19 de diciembre de 2017</p> <p>Descripción: Encuesta a madre de familia</p>
	<p>Lugar: Cantón de Otavalo Encuestado: Señor Ricardo Bautista Encuestadora: Srta. Yessenia Sandoval Fecha: 19 de diciembre de 2017</p> <p>Descripción: Encuesta a padre de familia</p>

	<p>Lugar: Cantón de Otavalo Entrevistado: Señor Rodrigo Sandoval Entrevistador: Srta. Yessenia Sandoval Fecha: 20 de diciembre de 2017</p> <p>Descripción: Entrevista a sastre</p>
	<p>Tela impermeable Nylon</p>
	<p>Materiales para elaborar el protector impermeable</p> <ul style="list-style-type: none">Tela NylonCierresElásticoBrochesArgollasHilos

	<p>PROCESO DE PRODUCCIÓN</p> <p>Etapas de medición</p> <p>En esta etapa se procede a tomar las medidas correspondientes para determinar el tamaño que tendrá el protector</p>
	<p>PROCESO DE PRODUCCIÓN</p> <p>Etapas de Costura</p> <p>Luego de obtener el tamaño y realizado los cortes necesarios de tela se realiza la costura para darle forma al protector</p>
	<p>PROCESO DE PRODUCCIÓN</p> <p>Etapas de costura del cierre</p> <p>Una vez terminado la costura, se pega el cierre para una mayor compacto al momento de guardar el producto y sea de fácil transporte</p>



PROCESO DE PRODUCCIÓN

Aplicación de broches y últimos detalles

En esta etapa final se revisa que todas las partes estén bien unidas para la aplicación de broches y la argolla del llavero



Producto terminado

Luego del proceso de producción se obtiene el producto final que son los protectores impermeables de mochilas y carteras

Elaborado por: Las autoras