

FACULTAD
CIENCIAS EMPRESARIALES

FACIE



2024

4to.
Boletín
Ciencias
Empresariales

ISBN: 978-9942-772-52-7



9789942772527

APORTE DE LA UNIVERSIDAD DE OTAVALO
AL SECTOR PRODUCTIVO DEL PAÍS A TRAVÉS DE
TRABAJOS DE TITULACIÓN

Facultad de Ciencias Empresariales
2024

© **Universidad de Otavalo**
Facultad de Ciencias Empresariales

CUARTO BOLETÍN DE CIENCIAS EMPRESARIALES
APOORTE DE LA UNIVERSIDAD DE OTAVALO AL SECTOR PRODUCTIVO DEL PAÍS, A TRAVÉS
DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

PhD. Roberto Hidalgo Flor
Compilador

Comité científico

MBA. Marcelo Valdospinos Balda.
PhD. Roberto Hidalgo Flor
PhD. Santiago Leal Paredes

Primera edición 2024
ISBN: 978-9942-772-52-7

Autoridades Universidad de Otavalo

Plutarco Cisneros Andrade
Fundador y Canciller

Juan Carlos Cisneros Burbano
Vicecanciller

Francisco Becerra Lois
Rector (e)

Diego Jaramillo Acosta
Vicerrector Administrativo y Financiero

Ledys Hernández Chacón
Directora (e) de Investigación

Marcelo Valdospinos Balda
Decano Facultad de Ciencias Empresariales

Diagramación: Tatiana Ballesteros

investigacion@uotavalo.edu.ec

© Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida total o parcialmente, ni registrada ni transmitida por sistemas de recuperación de información de ninguna forma ni por medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, fotocopia o cualquier otro sin el permiso previo por escrito de la institución

CONTENIDO

Presentación	6
Estudio de factibilidad para la creación de una Caja de Ahorro y Crédito en la Florícola Flor Magic, 2023. Damaris Alejandra Cartagena Guerra.....	7
Plan de marketing estratégico para el posicionamiento de la Microempresa Tatora Sisa, Otavalo 2025 Gabriela Nikol Cerón Flores Jenny Johana Hinojosa Cachimuel.....	9
Plan de marketing para el posicionamiento económico de la empresa Paco's Sport Diego Sebastián Cevallos Dávila.....	11
Plan contable para el control financiero, empresa Abuelita Ede Eddy Ramiro Cevallos Torres Kerly Mercedes Vásquez Cabascango.....	13
Diseño de un modelo de negocios e-commerce para la agencia turística Urku Adventure, Otavalo, 2024-2025 Adrián Pacari Conejo Cotacachi.....	16
Diseño de Modelo Scor para la reducción de costos en proceso de logística interna en la empresa Genezi Flowers. Scarlet Pamela Cortez Jumbo Alison Nicole Esparza Andrade	19
Diseño de un modelo de gestión de inventario para la mejora de la rentabilidad, Relojería WI, 2024 Hansel Joaquín Daza Ordoñez	22
Propuesta de modelo de logística inversa para la reducción de residuos textiles en la Empresa Jav Sport, 2024 Lizeth Maricela Guaña Gutiérrez	24
Plan de marketing digital para la mejora del posicionamiento económico de la Empresa Cielo, Atuntaqui 2025 Franklin Marcelo Ibadango Tuapanta.....	27

Diseño de un plan de negocio, para la creación de una empresa de girasoles preservados Cantón Cayambe Alison Emilse Laaz Conlago.....	29
Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de lana de borrego en la ciudad de Guamote provincia de Chimborazo Erick Eduardo López	31
Modelo de gestión de recursos humanos para el logro de la eficiencia operativa en la Finca los 4 hermanos, Esmeraldas, Quinindé. Luis Alfredo Quishpe Jiménez.....	34
Plan de exportación de porta inciensos de madera hacia Pucón - Chile Ghysleine Dayana Segovia Conejo	37
Auditoría de gestión para la reestructuración administrativa, Hospital Al Medical Center, 2022. Jennifer Jhoanna Simbaña González Verónica Maribel Túquerrez	40
Plan de negocios para la creación de una fábrica de producción de derivados de frutas en el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura Luis Abrahan Suárez Campues	42
Control de costos de producción para la mejora de la rentabilidad de la microempresa Tamia Pizzería, Cayambe 2023 Roxy Nicole Terán Granada	44
Estudio de factibilidad para la importación de alimento tetra color desde Colombia para el Acuario Mundo de los peces - Cayambe Cristian Paul Terán Romero	47
Elaboración de un plan de marketing digital para la comercialización de la Empresa Crocanteros, Otavalo Jordán Ismael Villacís Granda	50

PRESENTACIÓN

Complace a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo presentar a la comunidad el Cuarto Boletín de Ciencias Empresariales, que en esta ocasión se denomina *“Aporte de la Universidad de Otavalo al sector productivo del país, a través de trabajos de titulación”*.

El Boletín contiene 18 resúmenes y conclusiones de algunos de los trabajos de titulación que los graduados de las carreras de Administración, Comercio Exterior y Contabilidad y Auditoría han realizado en los años 2023 y 2024, con temáticas que incluyen estudios de factibilidad para la creación de empresas; planes de marketing; diseño de modelos de negocios; planes para control financiero; modelos de gestión administrativa, logística, de recursos humanos y financiera; planes para reducción de costos; planes de exportación; estudios de factibilidad de importaciones. Si bien el ámbito geográfico de mayor influencia de los aportes con los trabajos de titulación de la Facultad es la Sierra Norte del país, incluidos los cantones del norte de la provincia de Pichincha, en la muestra que se presenta en este Boletín constan también trabajos para empresas de las provincias de Chimborazo y Esmeraldas lo que, sumado a que hay actividades de empresas que por sus cadenas productivas abarcan un ámbito e impacto nacional, se ha considerado adecuado referirse en el título como aporte al sector productivo del país.

La selección de los trabajos expuestos ha sido realizada por los docentes de la Facultad que en los dos años indicados tuvieron entre sus responsabilidades la tutoría a los graduandos. Se incluye el resumen elaborado por los graduandos y en las conclusiones se ha abierto la opción de que el tutor respectivo realice precisiones y ajustes en beneficio de los lectores de este boletín. El orden en que constan los trabajos corresponde a priorización según el apellido del estudiante.

PhD. Roberto Hidalgo Flor

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAJA DE AHORRO Y CRÉDITO EN LA FLORÍCOLA FLOR MAGIC, 2023.

Damaris Alejandra Cartagena Guerra
Tutor: PhD. Lidia Inés Díaz Gispert
Año: 2023

Resumen

La presente investigación trata de un estudio de factibilidad para la creación de una caja de ahorro en la florícola FLORES MÁGICAS FLOR MAGIC CIA, LTDA en la ciudad de Cayambe, cuyo objetivo es determinar la viabilidad en el área financiera. Este proyecto brindará al personal de la florícola apoyo social y económico ya que involucra las necesidades de la organización, contemplando datos reales para lograr una proyección futura. Con este estudio se busca dar solución a la problemática financiera de los trabajadores que pertenecen a la empresa. La florícola, tiene en nómina 80 trabajadores; que no tienen acceso a una entidad financiera sin ánimo de lucro y con finalidad social hacía el sector florícola. Se notó que los préstamos pequeños son frecuentemente hacia necesidades básicas, lo cual hace ver problemas económicos en los trabajadores.

“Las Cajas de Ahorro son las organizaciones integradas por miembros de un mismo gremio o institución; por grupos de trabajadores con un empleador común, grupos familiares, barriales; o, por socios de cooperativas distintas a las de ahorro y crédito” (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2014). La idea de la caja de ahorro es una idea colectiva de los trabajadores de la

florícola Flor Magic. Esta investigación dará respuesta a un problema cardinal de la florícola objeto de estudio. Se utilizó el método mixto de investigación, y tanto la entrevista al gerente de la institución florícola como la encuesta a sus trabajadores propició que se desarrollara la propuesta de caja de ahorro y crédito para el personal de la florícola Flor Magic.

Conclusión

Se realiza el estudio de factibilidad y se llega a la conclusión de que implementar una caja de ahorro en FLORES MÁGICAS FLOR MAGIC CIA, LTDA, no solo beneficia a los empleados, sino que también puede resultar en una serie de ventajas para la empresa, creando un entorno laboral más saludable y productivo, además permite a los empleados ahorrar de manera regular, facilitando la gestión de sus finanzas personales, así como la retención de talento humano.

El análisis de las encuestas a los trabajadores y la entrevista al gerente permitió analizar el clima laboral, llegándose a la conclusión de que la existencia de la caja de ahorro mejora la productividad, pues los empleados están más seguros financieramente, y tienden a ser más productivos y menos propensos a ausentarse por preocupaciones económicas, además de contribuir a la responsabilidad social de la empresa, mostrando un compromiso con el bienestar de sus empleados.

Enlace al documento: En proceso de subir al repositorio de la Universidad.

PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA TOTORA SISA, OTAVALO 2025

Gabriela Nikol Cerón Flores
Jenny Johana Hinojosa Cachimuel
Tutor: MSc. Johanna Morocho
Año: 2024

Resumen

La microempresa Tatora Sisa, ubicada en la parroquia San Rafael del cantón Otavalo, provincia de Imbabura, ha forjado su identidad en la elaboración de artesanías únicas y tradicionales a partir de la totora, una planta acuática ancestralmente utilizada en la región. A pesar de su herencia cultural y la calidad de sus productos, se ha enfrentado a desafíos para identificar y comprender a su público objetivo y desarrollar estrategias de marketing que le permitan alcanzar su máximo potencial en un mercado cada vez más competitivo. El presente trabajo, tiene como objetivo diseñar un plan estratégico de marketing que permita a Tatora Sisa mejorar su visibilidad y competitividad en el mercado. La metodología aplicada fue mixta, a través de encuestas y entrevistas, en los resultados se presenta el plan estratégico sólido que permite a la empresa contar con estrategias que fortalezcan la competitividad de la misma, así como un análisis económico para las respectivas proyecciones. Se concluye que en caso de aplicarse este plan la empresa contaría con una hoja de ruta clara y fundamentada para impulsar su crecimiento y consolidar su posición en el mercado.

Conclusiones

Se ha logrado fundamentar el marco teórico necesario para la elaboración del plan estratégico de marketing. La revisión bibliográfica y el análisis de conceptos clave han proporcionado una base sólida para comprender el contexto y los desafíos que enfrenta Totorá Sisa, así como las herramientas y estrategias disponibles para abordar su situación.

Se ha desarrollado una metodología rigurosa y adaptada a las necesidades específicas de Totorá Sisa. La combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos, junto con la triangulación de datos, ha permitido obtener una visión completa y profunda de la situación de la empresa y su entorno competitivo.

Se propuso un plan estratégico de marketing detallado y personalizado para Totorá Sisa. Este plan, basado en los hallazgos de la investigación y en el análisis estratégico, incluye una serie de acciones concretas y medibles que buscan mejorar la visibilidad, el posicionamiento y la competitividad de la empresa en el mercado de artesanías de totora.

Enlace al documento:

<https://repositorio.uotavalo.edu.ec/items/c07b74fd-c08a-4e2b-8ee9-d54b7d839c2f>

PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO ECONÓMICO DE LA EMPRESA PACO'S SPORT

Diego Sebastián Cevallos
Tutor: PhD. Lidia Inés Díaz Gispert
Año: 2023

Resumen

En la actualidad el mercado de ropa deportiva se encuentra en auge debido a la moda fitness, siendo la tendencia en la sociedad moderna en el ámbito del deporte todo lo que representa un beneficio para la salud. Siendo así, existe la posibilidad de penetrar dicho mercado y tener éxito, pues cada día aumentan las personas atraídas por la cultura del deporte que necesitan sentirse en forma y para ello tiene preferencia por la ropa deportiva. También se da el caso de que se compra ropa deportiva para apoyar al equipo favorito. El emprendimiento PACO'S SPORT este encargado de la elaboración de prendas de vestir deportivas con materiales de excelente calidad, con diseños auténticos, que están siendo comercializados en 2 cantones del país. No obstante, se quiere incursionar en un nuevo mercado que no es desconocido pero que es un poco más exigente en cuanto a calidad y diseño, por tal motivo la investigación se centra en estudio de mercado para así conocer las exigencias del público con el que se va a tratar, e introducir el producto con menos riesgo de aceptación, logrando un posicionamiento económico en el mercado. Se utilizó el método mixto de investigación, se realizó el diagnóstico de la empresa y se llegó a la conclusión que Paco's Sport empresa

comercializadora de ropa deportiva necesita un plan de marketing para su posicionamiento económico.

Conclusión

El desarrollo de un plan de marketing efectivo es crucial para el posicionamiento económico de la empresa deportiva Paco's Sport en un mercado altamente competitivo. A través de un análisis exhaustivo de la situación actual, la identificación de oportunidades y el desarrollo de estrategias específicas, se logró obtener conclusiones valiosas que guiarán el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa.

Se analizó la importancia de segmentar el mercado de manera efectiva. Identificar y comprender los diferentes segmentos de consumidores, como deportistas profesionales, aficionados y familias, permite ajustar la oferta de productos y servicios a sus necesidades específicas.

Establecer alianzas estratégicas con atletas, equipos deportivos y organizaciones relevantes emergen como una estrategia efectiva para aumentar la visibilidad de la marca. Los patrocinios y colaboraciones no solo potencian la imagen de la empresa, sino que también permiten acceder a nuevos mercados y audiencias. Estas sinergias pueden resultar en campañas de marketing más impactantes y memorables.

Enlace al documento: En proceso de subir al repositorio de la Universidad.

PLAN CONTABLE PARA EL CONTROL FINANCIERO, EMPRESA ABUELITA EDE

Eddy Ramiro Cevallos Torres
Kerly Mercedes Vásquez Cabascango
Tutor: PhD. Lidia Inés Díaz Gispert
Año: 2023

Resumen

A nivel nacional varias empresas no disponen de un plan contable, siendo este la base para evitar cualquier tipo de inconveniente que sea reflejado mediante la información proporcionada por la contabilidad en las organizaciones, entonces, aquí surge la necesidad de implementar un plan contable para suplir cualquier tipo de falencia en el ámbito contable. Por otro lado, con la emergencia sanitaria que afectó considerablemente al país, la importancia de contar con un plan contable se acrecentó, pues al no manejarlo o usarlo, generó una pérdida y desestabilización económica para las empresas porque se tomaron medidas obligatorias de resguardar a las personas por cuestión de salud, esto provocó una suspensión de las actividades diarias en la sociedad, ocasionando que la economía del país se reduzca. Por lo tanto, esta investigación presenta un análisis de las bases teóricas para un plan contable, en donde se detalla información de la contabilidad, clasificación de las empresas, se indica como es el proceso contable, además se presenta sobre el nuevo régimen RIMPE, después sobre el plan de cuentas su importancia, sus características y finalmente se procede a realizar las conclusiones.

En el capítulo dos, se procede con la metodología de investigación utilizada y

las técnicas e instrumentos de recolección de información que en este caso se usó la entrevista de la cual se analiza las respuestas y se redacta un resumen en donde se indica la necesidad de un diseño de plan contable para la empresa Abuelita Ede.

En el capítulo tres, se ejecuta la propuesta del plan de cuentas en donde se realiza de una forma muy didáctica en forma de manual para que pueda ser comprendida por los administradores del Mini Market y es factible su adaptación, además se ejecuta un ejemplo real de un proceso contable para que se demuestre la aplicación del plan contable y finalmente se procede con las conclusiones.

Conclusiones

Se evidenció la falta de procedimientos para el desarrollo en cuanto a las cuentas y sus procesos, los cuales hacen que la empresa pueda mejorar su gestión financiera y económica, por ello es fundamental conocer el tema y estar al tanto de lo que arrojen los estados financieros, además de la ausencia de conocimiento en relación al plan contable y sus beneficios, motivo por el que se desarrolló el mismo, con el diseño del proceso contable aplicado a la empresa Abuelita Ede, se logrará una mejor comprensión y aplicación factible y de esta manera llevar una contabilidad compatible a este modelo de negocio, sin complicaciones.

La realización del plan de cuentas contiene las cuentas que son necesarias para el correcto control de sus finanzas, esto apegado a lo que requiere la empresa, podrá llevar una mejor administración, que le permita ser mejor ordenada y por ende más eficiente.

Finalmente se muestra un ejemplo del plan contable que ayudará a un mejor entendimiento sobre el uso de las cuentas, con esto puede potenciar su rendimiento, al ser una empresa mixta que realiza la compra-venta y

elaboración de bizcocho, se pueden reducir los costes con un proceso contable más profundo.

Enlace al documento: En proceso de subir al repositorio de la Universidad.

DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIOS E- COMMERCE PARA LA AGENCIA TURÍSTICA URKU ADVENTURE, OTAVALO, 2024

Adrián Pacari Conejo Cotacachi

Tutor: MSc Adrián Manuel Andrade Orbe

Año: 2024

Resumen

La presente investigación se desarrolla mediante tres capítulos. En el primer capítulo, se analizan los diferentes modelos existentes que pueden ser aplicados para fortalecer la competitividad en una agencia turística. Los resultados evidencian que existen modelos con particularidades; sin embargo, no hay un modelo específico que proponga una agencia turística. El capítulo dos consiste en realizar un análisis de los factores con los que opera la empresa para conocer sus fortalezas y debilidades, y así determinar los factores críticos de éxito empresarial. También se procede a realizar un análisis de las oportunidades y amenazas para proponer acciones que permitan aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas. En el tercer capítulo, se presenta un diseño de un modelo compuesto por fases y etapas, aspectos que le permiten contar con una metodología ordenada y planificar actividades para la ejecución del modelo. Finalmente, se establecen conclusiones respecto a la investigación y se generan recomendaciones para que puedan ser analizadas e implementadas.

Modelo de negocios

El modelo de negocios se estructura bajo los siguientes aspectos

- Estructura metodológica
- Componente gráfico
- Desarrollo

Conclusiones:

El estudio teórico, basado en la literatura y en casos de negocios de e-commerce, proporciona una base sólida para entender los principios y prácticas clave del comercio electrónico. Este análisis detallado permitió identificar factores esenciales como parte del modelo de negocios desarrollado, así como la importancia de los elementos clave de la economía circular: confianza y reputación, plataforma, red de distribución y recursos compartidos. Además, se aplicaron los factores fundamentales que proporciona el Business Model Canvas: socios clave, recursos clave, actividades clave, propuesta de valor, relaciones con los clientes, canales, segmentos de clientes, fuentes de ingresos y estructura de costos. Estos factores permitieron enmarcar la teoría y los aspectos prácticos necesarios para el desarrollo de un modelo de negocios e-commerce para la agencia turística Urku Adventure.

El desarrollo de una investigación orientada a evaluar la viabilidad y efectividad del modelo de negocios e-commerce es crucial para garantizar que el modelo propuesto sea práctico y sostenible. La metodología de investigación permitirá realizar un análisis exhaustivo de las necesidades del mercado, identificando el segmento al que se dirigirá el modelo de negocios e-commerce, así como sus preferencias y necesidades. Esto facilitará un análisis detallado de los datos obtenidos para el desarrollo del presente modelo.

El modelo de negocios e-commerce para la agencia turística Urku Adventure, basado en los factores más relevantes hallados en el estudio teórico y en los datos obtenidos de las encuestas, proporcionará una estrategia adaptada a las realidades y expectativas del mercado turístico de Otavalo. Este enfoque integral garantiza que el modelo sea tanto innovador como práctico, incorporando elementos clave para atraer y retener clientes, mejorar la experiencia del usuario y maximizar los ingresos de la agencia. La aplicación de este modelo tiene el potencial de transformar significativamente las operaciones de Urku Adventure y posicionarla competitivamente en el mercado turístico digital.

Enlace al documento: En proceso de subir al repositorio de la Universidad.

DISEÑO DE MODELO SCOR PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS EN PROCESO DE LOGÍSTICA INTERNA EN LA EMPRESA GENEZI FLOWERS

Scarlet Pamela Cortez Jumbo
Alison Nicole Esparza Andrade
Tutor: MSc. Erika Viviana Cabezas Tapia
Año 2024

Resumen

La investigación se enfoca en diseñar un modelo SCOR para reducir costos en la logística interna de Genezi Flowers, utilizando métodos cualitativos y cuantitativos, como entrevistas, observación directa y análisis documental, se identificaron deficiencias en los procesos de planificación (Plan), aprovisionamiento (Source), producción (Make), distribución (Deliver) y devoluciones (Return). El modelo SCOR se estructuró en tres niveles: el primero identifica los procesos principales; el segundo descompone estos procesos en categorías específicas; y el tercero detalla los elementos de cada proceso. Estas estructuras permiten abordar las falencias detectadas, como la automatización de procesos y la mejora en la coordinación con proveedores. El modelo diseñado proporciona a Genezi Flowers una base sólida para optimizar su cadena de suministro, mejorar la eficiencia operativa y reducir costos. En conclusión, esta investigación indica que el modelo SCOR permitirá a la empresa fortalecer su capacidad competitiva y mejorar su gestión logística.

Conclusiones

El análisis de las bases conceptuales y teóricas del modelo SCOR ha sido fundamental para esta investigación, demostrando su relevancia en la optimización de la cadena de suministro, la integración de procesos, métricas y mejores prácticas inherentes al modelo facilita la identificación de ineficiencias y promueve la estandarización, crucial para la mejora de la gestión logística. Esta comprensión teórica proporciona a Genezi Flowers una estructura sólida para optimizar sus operaciones, reducir costos y mejorar la coordinación entre áreas clave como cultivo, postcosecha, ventas y distribución. Al alinear sus procesos con las mejores prácticas de la industria florícola, Genezi Flowers fortalece su competitividad en el mercado global. El modelo SCOR no solo proporciona un marco para la gestión eficiente de la cadena de suministro, sino que también fomenta la mejora continua, contribuyendo a la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo.

La definición del marco metodológico ha sido esencial para la adaptación del modelo SCOR a las necesidades específicas de Genezi Flowers, la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos ha permitido una evaluación integral de la logística interna. Las entrevistas y la observación directa proporcionaron información cualitativa sobre las operaciones y los desafíos logísticos, mientras que el análisis de costos aportó datos cuantitativos para una evaluación precisa de las áreas de mejora. La recolección de datos mediante entrevistas estructuradas, observación in situ y análisis de documentos, aseguró la pertinencia y confiabilidad de la información, garantizando la correcta adaptación del modelo SCOR a la realidad operativa de Genezi Flowers.

El diseño del modelo SCOR, adaptado a Genezi Flowers, ha sido clave para identificar, esquematizar y analizar los procesos logísticos internos con miras a la reducción de costos y la optimización de la cadena de suministro. El modelo, estructurado en tres niveles, ofrece una visión detallada de cada proceso,

desde la planificación hasta la devolución, abarcando el aprovisionamiento, la producción y la gestión de residuos. Esta descomposición facilita la identificación de ineficiencias y la detección de oportunidades de mejora. A través del modelo SCOR, Genezi Flowers puede analizar el uso de recursos, la reducción de costos, la mejora de la calidad del servicio y el aumento de su competitividad. Áreas como la planificación de la producción, la gestión de inventario, la coordinación con proveedores, la eficiencia en el transporte y la gestión de devoluciones, se presentan como puntos clave para la optimización.

El modelo SCOR, adaptable y dinámico, permite a Genezi Flowers evaluar sus procesos en relación con las dinámicas del mercado y las necesidades de sus clientes. Facilita la comunicación y la colaboración interdepartamental, promoviendo una visión holística de la logística y una toma de decisiones más estratégica. El modelo SCOR, como herramienta de análisis, impulsa la evaluación de los procesos y la consideración de mejores prácticas.

Enlace al documento:

<https://repositorio.uotavalo.edu.ec/items/d29aa16b-f4b0-40f6-a555-f8aec7fff9f8/full>

DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN DE INVENTARIO PARA LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD, RELOJERÍA WI, 2024

Hansel Joaquín Daza Ordoñez

Tutor: MSc. Abdón Marcelo Simbaña Villarreal

Año: 2024

Resumen

La presente investigación se realiza con el propósito de diseñar un modelo de gestión de inventario adecuado a la relojería que le permitirá optimizar el nivel de inventario de la empresa, mediante la aplicación de técnicas de pronóstico de la demanda y de gestión de stock, las cuales permitan reducir los costos de almacenamiento y los riesgos de obsolescencia, así como mejorar el servicio al cliente. Además, mejorará el proceso de almacenamiento de los productos, mediante la implementación de un sistema de codificación y etiquetado, el cual facilitará la identificación, localización y control de los productos en el almacén.

La implementación de un nuevo modelo de gestión de inventario también abordará la falta de información actualizada y confiable que dificulta la toma de decisiones estratégicas. Al proporcionar reportes e indicadores más completos y precisos, la empresa podrá evaluar mejor el desempeño de su gestión de inventario y tomar decisiones más informadas. Esto no solo mejorará la eficiencia operativa, sino que también permitirá a la Relojería WI adaptarse más rápidamente a los cambios en la demanda del mercado y las preferencias de los consumidores.

Conclusiones del trabajo de titulación:

La gestión de inventarios es un pilar fundamental para la eficiencia operativa y la rentabilidad empresarial. Los modelos y teorías detallados en este proyecto ofrecen una comprensión profunda de las estrategias para optimizar los niveles de inventario, lo que a su vez permite reducir costos y elevar la calidad del servicio al cliente. Además, la revisión de los principales modelos de gestión de inventarios, incluyendo el análisis ABC y el modelo EOQ, ha demostrado ser de gran utilidad para la mejora continua en la planificación y control de inventarios.

El análisis de la situación actual de la Relojería WI indica significativas áreas de mejora en la administración de inventarios. Es crucial adoptar un sistema de gestión actualizado y normalizado para incrementar la exactitud y eficacia en el proceso de toma de decisiones, lo cual es fundamental para elevar la rentabilidad de la empresa. Este cambio no solo optimizará las operaciones diarias, sino que también permitirá reforzar la posición competitiva de la relojería en el mercado.

Se puede concluir que la propuesta de implementar un modelo de gestión de inventarios en Relojería WI es factible, esta misma destaca por su gran potencial para incrementar la eficiencia en la rotación de inventarios y potenciar la rentabilidad. La integración de este sistema proporcionará a la empresa las herramientas necesarias para una adaptación más ágil a las fluctuaciones del mercado y la optimización de sus procesos operativos.

Enlace al documento: En proceso de subir al repositorio de la Universidad.

PROPUESTA DE MODELO DE LOGÍSTICA INVERSA PARA LA REDUCCIÓN DE RESIDUOS TEXTILES EN LA EMPRESA JAV SPORT, 2024

Lizeth Maricela Guaña Gutiérrez
Tutor: MSc. Karla Amanda Pozo Cevallos
Año: 2024

Resumen

La industria textil es uno de los principales contribuyentes de la generación de desperdicios, en el proceso de producción y por las devoluciones realizadas por el cliente final, produciendo así cantidades significativas de residuos textiles. Siendo una problemática ya que estos residuos tienen un impacto perjudicial en el medio ambiente y tardando mucho tiempo en descomponerse. En este contexto, la empresa Jav Sport que se dedica a la producción, comercialización y distribución de chompas térmicas e impermeables, se enfrenta a la necesidad de implementar estrategias que minimicen la generación de residuos y optimicen el uso de los recursos. En un mundo donde la logística inversa se presenta como una solución viable, permitiendo la gestión efectiva de los recursos, ofreciendo oportunidades de negocio a través de la recuperación y reutilización de materiales, con una correcta planificación, implementación y control del flujo eficiente de productos. Por lo que desarrollar un modelo de logística inversa puede ser una herramienta estratégica para que la empresa Jav Sport alcance todos esos beneficios. La justificación de esta investigación radica en la necesidad de

integrar un modelo de logística inversa que contemple la reducción de residuos textiles y fortalezca la posición competitiva de la empresa en un mercado cada vez más consciente del impacto ambiental. De esta forma el presente proyecto de investigación tiene como objetivo principal proponer un modelo de logística inversa que minimice la generación de residuos textiles dentro de las operaciones de la empresa Jav Sport.

Conclusiones

Los resultados obtenidos demuestran que el modelo de logística inversa propuesto no solo contribuye a la reducción significativa de los residuos textiles, sino que también genera beneficios económicos tangibles para la empresa Jav Sport. Al integrar prácticas sostenibles en la gestión de los desechos, se optimizan los costos asociados a la disposición final de los residuos, se generan nuevas fuentes de ingresos a través de la venta de materiales reciclados y se mejora la imagen de marca de la empresa, posicionándola como una organización comprometida con la sostenibilidad.

El análisis teórico realizado, ha proporcionado un sólido fundamento para el desarrollo del modelo de logística inversa, demostrando que esta práctica es una herramienta estratégica clave para las empresas del sector textil. Al integrar conceptos como la economía circular, la responsabilidad social corporativa y la gestión sostenible de recursos, el modelo propuesto no solo cumple con las regulaciones ambientales vigentes, sino que también contribuye a la creación de valor a largo plazo para la empresa y la sociedad.

La utilización de una metodología rigurosa, que incluyó la recopilación de datos tanto cuantitativos como cualitativos, ha garantizado la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos. Al combinar técnicas como encuestas, focus group, entrevistas y análisis de documentos, se ha logrado obtener una visión integral de la situación actual de la empresa Jav Sport y de las necesidades específicas en materia de gestión de residuos textiles. Esta

información detallada ha sido fundamental para el diseño y la implementación del modelo de logística inversa.

El modelo de logística inversa propuesto se ha demostrado como una solución viable y adaptable a las necesidades específicas de la empresa Jav Sport. La estructura modular del modelo permite su implementación gradual y su adaptación a los cambios en el entorno empresarial. Además, se han identificado las principales barreras y desafíos para la implementación del modelo, así como las estrategias para superarlos. Esto garantiza la sostenibilidad del modelo a largo plazo y su capacidad para generar un impacto positivo en la gestión de los residuos textiles de la empresa.

En conclusión, el modelo de logística inversa propuesto representa una solución innovadora y sostenible para la gestión de los residuos textiles de la empresa Jav Sport. Al integrar prácticas sostenibles, generar beneficios económicos y contribuir a la protección del medio ambiente, este modelo se posiciona como una práctica empresarial responsable y necesaria en el sector textil. La implementación exitosa de este modelo no solo beneficiará a la empresa Jav Sport, sino que también servirá como ejemplo para otras empresas del sector, fomentando la adopción de prácticas circulares y contribuyendo a la comunidad.

Enlace al documento:

<https://repositorio.uotavalo.edu.ec/handle/52000/1299>

PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA MEJORA DEL POSICIONAMIENTO ECONÓMICO DE LA EMPRESA CIELO, ATUNTAQUI 2025

Franklin Marcelo Ibadango Tuapanta
Tutor: MSc. Johanna Elizabeth Morocho Terán
Año: 2024

Resumen

A medida que el panorama digital evoluciona rápidamente, las estrategias tradicionales de marketing pueden volverse insuficientes para llegar al crecimiento esperado por las empresas, enfrentando desafíos para mantener clientes y posicionarse en el mercado digital, por lo que se analizó a la Empresa Cielo, ubicada en Atuntaqui, Ecuador, que ha presentado dificultades para expandir su alcance y captar nuevos clientes a pesar de sus 13 años de experiencia en la manufactura de conjuntos de ropa infantil. El objetivo del estudio fue elaborar un plan de marketing digital que mejore el posicionamiento económico de la Empresa Cielo en Atuntaqui para el año 2025, para ello se utilizó una metodología mixta, utilizando instrumentos como entrevistas y encuestas aplicadas a 234 clientes. En los resultados se presenta el plan de marketing, así como un análisis económico financiero, en donde se proyectan las cifras una vez aplicadas el plan. Se concluye que la propuesta se ha estructurado y adaptado a las necesidades de la empresa, que incluyen estrategias específicas como el fortalecimiento de la presencia en línea, la colaboración con influencers locales, la mejora de la experiencia del usuario en la tienda online, y la implementación de programas de fidelización. Estas

acciones en caso de aplicar el plan permitirán mejorar la visibilidad, aumentar las ventas, y fortalecer la relación con los clientes, lo que contribuirá significativamente a mejorar el posicionamiento económico de la Empresa Cielo en Atuntaqui para el año 2025.

Conclusiones

Tras el análisis de las estrategias teóricas de marketing digital aplicables al sector textil, se concluye que la adaptación de estas estrategias a las características de la Empresa Cielo es crucial para mejorar su posicionamiento económico. Estrategias como el SEO, la publicidad en redes sociales, y el marketing de contenido son altamente efectivas para aumentar la visibilidad y la conexión con los consumidores en un entorno digital competitivo.

La metodología de investigación aplicada ha permitido identificar las herramientas y estrategias de marketing digital más efectivas para la Empresa Cielo. Los resultados de las encuestas y entrevistas indican que los clientes valoran altamente la calidad del producto y la experiencia de usuario, lo que sugiere que una mejora en estos aspectos a través de estrategias digitales podría incrementar la satisfacción y fidelización de los clientes, impactando positivamente en el crecimiento económico de la empresa.

El plan de marketing digital propuesto, que incluye el fortalecimiento de la presencia en línea, la colaboración con influencers locales, la mejora de la experiencia del usuario en la tienda en línea, y la implementación de programas de fidelización, está alineado con las necesidades y características específicas de la Empresa Cielo. La implementación de este plan permitirá a la empresa mejorar su posicionamiento económico en Atuntaqui para el año 2025.

Enlace al documento: En proceso de subir al repositorio de la Universidad.

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO, PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE GIRASOLES PRESERVADOS, CANTÓN CAYAMBE

Alison Emilse Laaz Conlago
Tutor: MSc. Johanna Elizabeth Morocho Terán
Año: 2024

Resumen

El mercado de flores preservadas ha tenido un crecimiento considerable en los últimos años a nivel nacional e internacional, existiendo una demanda creciente por estos productos para decoración de eventos, regalos comercializados, entre otros. Los girasoles son muy apreciados por su belleza y resistencia, lo que las convierte en una opción atractiva para los consumidores al tener una vida más útil que las flores frescas. El presente trabajo tiene como objetivo diseñar un plan de negocio para la creación de una empresa de girasoles preservados del Cantón Cayambe, la metodología utilizada fue una investigación mixta apoyándose con encuestas a 396 personas y entrevistas a personas claves. Los resultados encontrados presentaron una ruta sólida para atraer inversión y expansión para la empresa mediante estrategias innovadoras de marketing, plan operativo eficiente, con un respaldo financiero completo. Se concluye que la aplicación del plan de negocios permitirá a la empresa atraer inversión y crecimiento para la empresa.

Conclusiones

El marco teórico es fundamental para el éxito del negocio, ya que, al estudiar conceptos de planificación empresarial y estrategias competitivas específicas para el mercado de girasoles preservados en Cayambe, se establece una base sólida de conocimiento, lo cual permite tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias auténticas para la nueva empresa.

La investigación mixta, que combina métodos cuantitativos y cualitativos, será clave para entender a profundidad el mercado objetivo. Al analizar datos numéricos sobre el mercado, la competencia y las preferencias de los consumidores, la empresa podrá obtener una visión completa del sector de flores preservadas.

Con este plan de negocios sólido y sustentado, la empresa podrá atraer la inversión necesaria para su implementación y crecimiento.

Al desarrollar un plan de negocios que incluya estrategias de marketing efectivas, un plan operativo detallado y proyecciones financieras realistas, la empresa podrá atraer la inversión necesaria para su implementación y crecimiento.

Enlace al documento: En proceso de subir al repositorio de la Universidad.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LANA DE BORREGO EN LA CIUDAD DE GUAMOTE

Erick Eduardo López
Tutor: MSc. María José Vásquez
Año: 2024

Resumen

En el país la crianza de ovinos representa un importante aporte económico y social ya que “esta actividad se encuentra en el sector campesino marginal pobre del Ecuador, considerando al ovino un componente de ahorro a largo plazo, como resultado la poca rentabilidad a causa de los sistemas de explotación empleados en esta actividad pecuaria a nivel de la provincia” (Beltrán, 2022, p. 17). El sector de la lana de borrego en Ecuador enfrenta una serie de desafíos que limitan su desarrollo y potencial económico. La producción y comercialización de lana cruda, es decir, sin procesamiento adicional, presentan problemas específicos que deben ser abordados para mejorar la viabilidad y rentabilidad de los productores locales. En Guamote, una región con una tradición significativa en la producción de lana de borrego, los pequeños productores dominan la industria. Sin embargo, esta dominación viene acompañada de una serie de limitaciones que afectan negativamente la cadena de valor. La falta de infraestructura adecuada es uno de los principales problemas. Muchas empresas carecen de centros de acopio y almacenamiento eficientes, lo que impide manejar grandes volúmenes de lana cruda y afecta la calidad del producto. La dependencia de métodos tradicionales de esquila y procesamiento resulta en una baja eficiencia y

calidad inconsistente de los productos. Además, la infraestructura de transporte y logística es deficiente, incrementando los costos operativos y reduciendo la eficiencia de la comercialización.

Conclusiones

La industria de la lana de borrego en Ecuador enfrenta importantes desafíos, desde la fragmentación de la cadena de valor hasta la falta de infraestructura adecuada y el uso predominante de métodos tradicionales de esquila. Estas limitaciones afectan la calidad y la competitividad de los productos en un mercado nacional en crecimiento, impulsado por la demanda de fibras naturales y sostenibles.

Un estudio de factibilidad realizado en Guamote, una región clave en la producción de lana, concluye que la creación de una empresa productora y comercializadora de lana de borrego cruda representa una solución estratégica. Esta propuesta no solo busca optimizar la calidad del producto, sino también consolidar la posición del sector en el mercado nacional mediante prácticas sostenibles y modernas.

La investigación identificó factores clave para el éxito de esta iniciativa. En primer lugar, garantizar un suministro constante y de alta calidad es esencial para satisfacer las expectativas de los consumidores. Esto incluye la implementación de estándares de calidad y certificaciones que mejoren la percepción del producto en el mercado. Además, se enfatiza la necesidad de adoptar tecnologías avanzadas en la producción para mejorar la eficiencia y reducir costos operativos.

En términos de comercialización, el estudio destacó que la mayoría de los compradores potenciales valoran el precio, la calidad y las prácticas sostenibles como factores determinantes para elegir un proveedor. Por lo tanto, la empresa propuesta debe desarrollar estrategias de marketing que

resalten estas ventajas competitivas, incluyendo promociones atractivas y programas de fidelización.

Además de los beneficios económicos, la creación de esta empresa tendría un impacto social significativo. Al proporcionar empleo directo e indirecto, se fortalecería la economía local y se mejorarían las condiciones de vida de las comunidades involucradas. Asimismo, la empresa podría actuar como un catalizador para el desarrollo de prácticas sostenibles en la industria, contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

En conclusión, este estudio demuestra que con una estructura empresarial bien planificada y alineada con las demandas del mercado, es posible transformar los desafíos actuales en oportunidades para el crecimiento y la sostenibilidad del sector de la lana de borrego en Ecuador.

Enlace al documento:

<https://repositorio.uotavalo.edu.ec/handle/52000/1323>

MODELO DE GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS PARA EL LOGRO DE LA EFICIENCIA OPERATIVA EN LA FINCA LOS 4 HERMANOS, ESMERALDAS, QUININDÉ

Luis Alfredo Quishpe Jiménez
Tutor: MSc. Erika Viviana Cabezas Tapia
Año: 2024

Resumen

El presente trabajo de titulación tiene como propósito diseñar un modelo de gestión de recursos humanos (RRHH) que permita mejorar la eficiencia operativa en la Finca Los 4 Hermanos, ubicada en Quinindé, Esmeraldas, se exploraron los fundamentos teóricos y conceptuales que relacionan la gestión de RRHH con la eficiencia operativa. El modelo diseñado se adapta a las características específicas de la finca y se enfoca en la optimización de los procesos de RRHH para incrementar la productividad y satisfacción del personal. A través de una metodología mixta, se recopilaron datos mediante entrevistas y análisis documental, identificando áreas clave de mejora dentro de la finca. Se propone un modelo de gestión de RRHH basado en el modelo de Michael Beer enfocado en la integración de sistemas de trabajo, recompensas, flujo de recursos humanos e influencia de los empleados, buscando mejorar la eficiencia operativa de la finca, proyectando incrementos en la producción y mejoras en la satisfacción y retención del personal. Se concluye que el diseño del modelo puede generar un impacto positivo en el desempeño global de la finca.

Conclusiones

El análisis de los fundamentos teóricos de la gestión de RRHH, a través de la revisión de modelos como los de Chiavenato, Martha Alles, Werther & Davis, Harper & Lynch, y Michael Beer, permitió identificar el modelo de Beer, con su enfoque centrado en las personas, como el más apropiado para el contexto de la finca. Este modelo, al priorizar la participación de los empleados y la alineación de sus necesidades con los objetivos organizacionales, se presenta como una herramienta idónea para abordar los desafíos identificados, particularmente la alta rotación de personal y la falta de capacitación. La incorporación de la teoría de sistemas, la teoría de la contingencia y el enfoque de competencias al modelo de Beer refuerza su pertinencia en el ámbito agrícola, facilitando la motivación, la capacitación, la comunicación efectiva y el fomento de un ambiente laboral positivo, factores determinantes para la optimización de la eficiencia operativa en este sector.

La metodología mixta empleada, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas, posibilitó una comprensión integral de la situación actual de la Finca Los 4 Hermanos, las entrevistas semiestructuradas aplicadas a los propietarios y trabajadores permitieron explorar sus percepciones y experiencias respecto a la gestión de RRHH, revelando la necesidad de formalizar la estructura organizativa, implementar un sistema de recompensas equitativo y establecer canales de comunicación más fluidos. El análisis documental de los registros financieros aportó una perspectiva cuantitativa del desempeño económico de la finca, facilitando la identificación de áreas de mejora en la gestión de costos y la optimización de recursos, la convergencia de ambos enfoques metodológicos proporcionó una visión holística de la situación, constituyendo la base para el diseño de un modelo de gestión de RRHH eficaz y sostenible.

El modelo de gestión de RRHH resultante, basado en el enfoque de Beer, se articula en cuatro componentes interdependientes: Sistema de Trabajo, Sistema de Recompensas, Flujo de Recursos Humanos e Influencia de los

Empleados. Este modelo persigue el fortalecimiento de la estructura organizativa de la finca, clarificando roles y responsabilidades para los trabajadores, tanto permanentes como eventuales. El Sistema de Recompensas, compuesto por salarios competitivos, beneficios adicionales e incentivos por desempeño, tiene como propósito atraer, motivar y retener el talento humano. El componente de Flujo de Recursos Humanos se orienta a la planificación estratégica de la fuerza laboral, abarcando la selección, capacitación y desarrollo del personal. El componente de Influencia de los Empleados fomenta la participación activa de los trabajadores en la toma de decisiones, promoviendo un ambiente laboral colaborativo y participativo. Se prevé que la implementación de este modelo integral contribuya a la mejora de la eficiencia operativa de la Finca Los 4 Hermanos, favoreciendo su sostenibilidad a largo plazo.

Enlace al documento:

<https://repositorio.uotavalo.edu.ec/items/8e7fa1ec-2b3e-4b6d-a05b-80928d17da47/full>

PLAN DE EXPORTACIÓN DE PORTA INCIENSOS DE MADERA HACIA PUCÓN - CHILE

Ghysleine Dayana Segovia Conejo
Tutor: MSc. Karla Amanda Pozo Cevallos
Año: 2024

Resumen

Al hablar de importaciones y exportaciones, también se hace referencia al comercio exterior, mismo que se puede definir como el intercambio de bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Esta actividad permite a empresas de carácter nacional evolucionar a uno internacional, es decir posicionar productos locales en mercados extranjeros. El plan de exportación de porta inciensos de madera diseñado para la empresa Villota Artesanías, tiene el objetivo de proporcionar tanto al exportador como al importador una guía en donde se detallen los procedimientos y procesos necesarios para llevar a cabo con éxito la introducción del producto a un nuevo mercado. Considerando el análisis del mercado tanto nacional como internacional, requerimientos legales, costos, demanda y preferencias del consumidor final.

Dentro del análisis del mercado interno se conoce a la empresa exportadora, el entorno en el que se desenvuelve, la competencia y su diferenciador ante ella, sus costos de producción, márgenes de utilidad, capacidad productiva, entre otras.

En cuanto al mercado externo, se detalla información sobre el destino final de las mercancías, competencia, demanda del producto, canales de distribución, costos de exportación y el precio del producto en el mercado final. Así también, se presentan consideraciones legales, es decir, documentos que intervienen dentro del procesos de exportación, mismos que son requeridos no solo en origen, sino solicitados por la aduana en el país de destino para nacionalizar las mercancías. El trabajo de titulación proporciona una guía para la implementación de estrategias de exportación, a fin de minimizar riesgos y maximizar el éxito en la comercialización de los portainciensos de madera en mercados internacionales.

Conclusiones

El presente estudio ha proporcionado una base sólida para el desarrollo de un plan de exportación de porta inciensos de madera desde Ecuador a Chile. A través del análisis FODA, se identificó que la empresa cuenta con una sólida capacidad productiva y diseños atractivos, lo cual representa una ventaja competitiva en el mercado chileno. Sin embargo, es necesario fortalecer la presencia de marca y establecer relaciones comerciales estratégicas con distribuidores locales.

El estudio de mercado reveló una creciente demanda de productos artesanales y ecológicos en Chile, lo que representa una oportunidad para los porta inciensos de madera ecuatorianos. La competencia en este segmento es relativamente baja, lo que permite una rápida penetración del mercado. Sin embargo, es fundamental diferenciar el producto a través de su origen ecuatoriano y su enfoque en la sostenibilidad.

El plan de exportación propuesto contempla una estrategia de distribución multicanal, combinando la venta en línea con la presencia en ferias y eventos especializados. Además, se han identificado los requisitos legales y sanitarios necesarios para la exportación, así como los costos asociados a la logística y el transporte.

La implementación exitosa de este plan de exportación no solo contribuirá al crecimiento de la empresa, sino que también generará oportunidades de empleo y fomentará la exportación de otros productos artesanales ecuatorianos. A largo plazo, se plantea la posibilidad de expandir las operaciones a otros mercados de América Latina, aprovechando las tendencias globales hacia el consumo de productos sostenibles y artesanales.

En conclusión, el presente estudio ha demostrado la viabilidad de exportar porta inciensos de madera desde Ecuador a Chile. La empresa cuenta con las capacidades necesarias para competir en este mercado, y el plan de exportación desarrollado proporciona una hoja de ruta clara para alcanzar los objetivos comerciales. Sin embargo, es fundamental continuar invirtiendo en la mejora de la marca y en el desarrollo de nuevos productos para mantener la competitividad. Además, se recomienda establecer alianzas estratégicas con organizaciones locales para promover el comercio justo y la sostenibilidad. La exportación de porta inciensos de madera no solo representa una oportunidad de crecimiento para la empresa, sino también una contribución al desarrollo económico y social de Ecuador.

Enlace al documento:

<https://repositorio.uotavalo.edu.ec/handle/52000/1303>

AUDITORÍA DE GESTIÓN PARA LA REESTRUCTURACIÓN ADMINISTRATIVA, HOSPITAL AL MEDICAL CENTER, 2022

Jennifer Jhoanna Simbaña González
Verónica Maribel Túquerrez
tutor: MSc. Lizandro Manuel Perugachi Limaico
Año: 2023

Resumen

La constante evolución y los desafíos inherentes al sector de la atención médica han convertido la eficiente gestión administrativa en un elemento esencial para brindar servicios de salud de calidad y sostenibles. En este contexto, la auditoría de gestión emerge como un recurso crucial para optimizar los procesos internos y fortalecer el funcionamiento de los centros médicos. Este proyecto de investigación se adentra en el ámbito de la auditoría de gestión aplicada a la reestructuración administrativa, centrándose específicamente en el caso del Hospital AL Medical Center en el año 2022. A lo largo de las siguientes páginas, se explorará exhaustivamente el diseño y la aplicación de una auditoría de gestión personalizada con el fin de potenciar la reestructuración administrativa en el Hospital AL Medical Center. Este proceso no solo se sustenta en la teoría y la metodología de la auditoría de gestión, sino que también se ajusta a las particularidades y desafíos de un centro médico en constante evolución.

Conclusiones

Esta investigación ha abordado la importancia de la auditoría de gestión en el fortalecimiento del control interno en centros médicos, con especial enfoque en el caso del Hospital AL Medical Center. Los resultados obtenidos han confirmado la relevancia teórica de la auditoría de gestión como herramienta esencial para garantizar la eficiencia operativa, la transparencia administrativa y una adecuada toma de decisiones. A través de un análisis exhaustivo de diversas fuentes, tanto nacionales como internacionales, se reafirma la necesidad de implementar una auditoría de gestión en el hospital como parte de su proceso de reestructuración administrativa.

Durante la investigación se diagnosticaron los procesos administrativos y los sistemas de control interno del hospital mediante la recolección de datos a través de entrevistas a los departamentos de gerencia general, gerencia técnica, enfermería y contabilidad. Estos datos permitieron determinar la situación actual del hospital y, a través de una matriz FODA, se concluyó que la implementación de una auditoría de gestión es crucial debido al crecimiento empresarial del hospital en los últimos años.

La auditoría de gestión aplicada se basa en la teoría COSO I, que se estructura en cinco componentes clave. Esta metodología incorporó rigurosos métodos de evaluación, incluyendo cuestionarios de control interno que ayudaron a identificar las ineficiencias dentro de la organización. Como resultado se destacó la necesidad de una reestructuración administrativa, debido al crecimiento del hospital. Además, se realizaron recomendaciones y propuestas concretas a través de la hoja de hallazgos, con el objetivo de fortalecer y mejorar indicadores de eficiencia, eficacia y economicidad en los procesos del hospital.

Enlace al documento:

<https://repositorio.uotavalo.edu.ec/items/5d94404a-0c7e-433a-9267-19dc93f1b335>

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE PRODUCCIÓN DE DERIVADOS DE FRUTAS EN EL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA

Luis Abrahan Suárez Campues
Tutor: MSc. Abdón Marcelo Simbaña Villarreal
Año: 2023

Resumen

Un plan de negocios es una forma de planificar de manera anticipada a distintos eventos que sucederán a futuro, realizando una acción estratégica lo cual orienta a las nuevas oportunidades del negocio a ejecutarse, ayuda a la toma de decisiones para alcanzar los objetivos planteados. La investigación a través de un plan permite reducir la incertidumbre, además de los riesgos asociados en el entorno del negocio. La planeación consiste en un proceso de fijar objetivos y poder establecer un camino adecuado para implementar el negocio. Se presenta la idea de crear una fábrica de producción de derivados de frutas denominada AGRÍCOLA SANTA ROSA, lo cual beneficiará a la economía local, además de generar empleo en la comunidad La Victoria que está conformada por 150 familias y beneficiar a mujeres que se dedican a trabajos de corte de caña de azúcar. Esta fábrica se centra en desarrollar un modelo de negocio de comercio justo y políticas enfocadas con la responsabilidad social y ambiental.

Conclusiones

Esta investigación demuestra la importancia de desarrollar un plan de negocios para la creación de una fábrica de producción de derivados de frutas en el cantón Urcuquí.

Para ejecutar el plan de negocios propuesto en la investigación se realizó la sustentación teórica necesaria para estructurar cada etapa del plan. Además, se debe cumplir con las normas y permisos de funcionamiento necesarios que garantizará la competitividad en el sector comercial que se enfoque el negocio.

Finalmente se puede concluir que el plan de negocios es viable para su ejecución ya que demuestra datos positivos de rentabilidad en los análisis financieros, al ser un producto nuevo creado a través de la empresa que se pretende constituir. Se puede evidenciar un interés del 47,89% de consumidores en relación con cambiar su forma de alimentación, consumiendo pulpas de fruta natural congelada.

Enlace al documento: En proceso de subir al repositorio de la Universidad.

CONTROL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD DE LA MICROEMPRESA “TAMIA PIZZERIA”, CAYAMBE 2023

Roxy Nicole Terán Granada
Tutor: MSc. Lizandro Manuel Perugachi Limaico
Año: 2023

Resumen

Control de costos por órdenes de producción para “Tamia Pizzería” ubicada en el Cantón Cayambe provincia de Pichincha. Es un proyecto de investigación enfocado a conocer en primera instancia la situación actual, a determinar los costos reales de producción y la posible reducción de estos para mejora de la rentabilidad. Tamia Pizzería nace en el año del 2005, en el cantón Cayambe, con la unión de dos hermanos que decidieron conformar una sociedad para fundar un negocio familiar, dedicados a la producción y venta de pizzas. Luego de un tiempo por situaciones familiares decidieron disolverse quedando como único dueño el hermano mayor, quién hasta la actualidad sigue con el negocio. Actualmente cuenta con seis empleados, dos meseros, una persona para atención al cliente y cobro, un personal de aseo, dos personas en el área de cocina, también cuenta con un área amplia y cómoda para clientes, su cocina está implementada con maquinaria industrializada.

Conclusiones

La información proporcionada por las diversas fuentes bibliográficas respalda la relevancia de contar con sistemas de control de costos eficientes, los cuales permiten a la gerencia tomar decisiones oportunas y fundamentadas. Estos sistemas son esenciales para mantener una mayor competitividad en el mercado, ya que facilitan la evaluación precisa de los costos involucrados en la producción, lo que a su vez permite ajustar precios de venta y tomar decisiones estratégicas para mejorar la rentabilidad. Sin una adecuada gestión de costos, las empresas corren el riesgo de perder competitividad y eficiencia operativa.

Necesidad de un sistema de órdenes de producción y control de procesos: El análisis realizado a través de las herramientas de investigación ha demostrado la necesidad urgente de implementar un sistema de órdenes de producción dentro de la microempresa. Este sistema es crucial para controlar de manera efectiva el proceso productivo y otros aspectos operativos. En particular, el manejo inadecuado de los Costos Indirectos de Fabricación (CIF) dentro de Tamia Pizzería subraya la falta de herramientas de control, lo que afecta la eficiencia en la utilización de los recursos. Implementar un sistema adecuado de órdenes de producción permitirá optimizar los recursos y reducir costos sin comprometer la calidad del producto.

Carencia de un sistema contable de costos y control de inventarios: Tamia Pizzería enfrenta dificultades significativas debido a la falta de un sistema contable de costos, lo que impide determinar con exactitud los costos de los productos que ofrece. Esto se ve reflejado en el manejo basado en la experiencia de los propietarios para determinar el consumo de materia prima, sin un control adecuado de inventarios. La ausencia de tarjetas Kardex, que son fundamentales para el seguimiento de existencias, provoca un desconocimiento de las cantidades disponibles y contribuye a la ineficiencia en la gestión de los recursos. Es crucial que la pizzería implemente un sistema contable de costos y herramientas de control de inventarios para mejorar la

precisión en la gestión de recursos y garantizar una operación más rentable y eficiente.

Enlace al documento:

<https://repositorio.uotavalo.edu.ec/items/7dcd7aad-efc3-4077-b47c-3837f1bffe42>

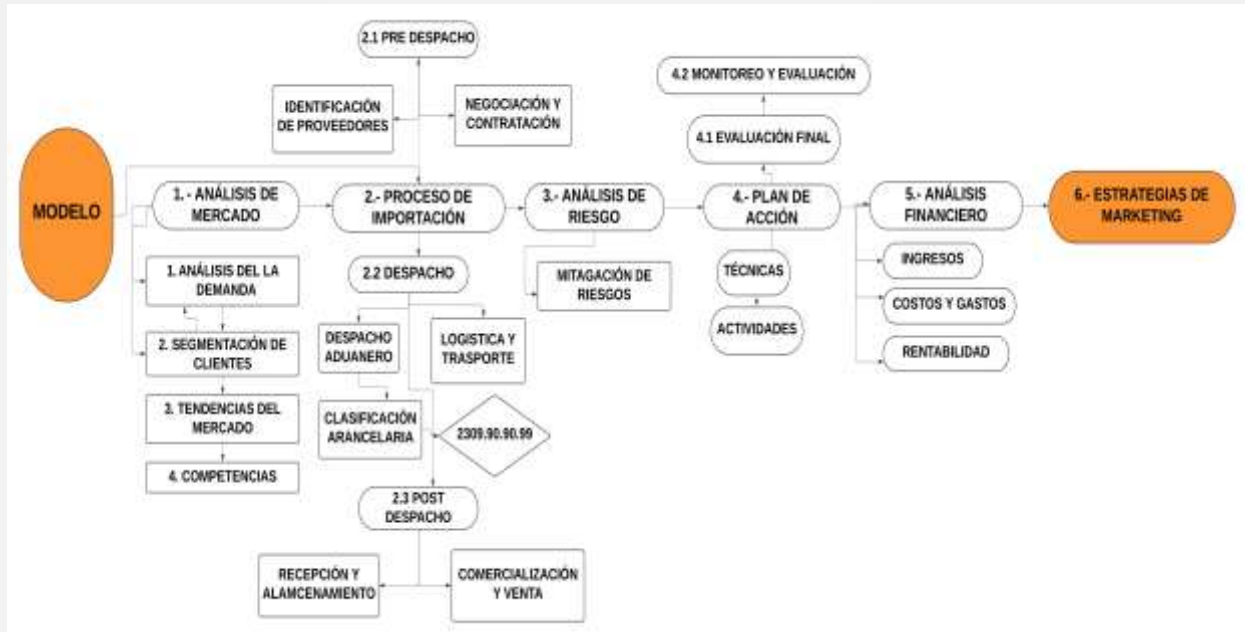
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE ALIMENTO TETRA COLOR DESDE COLOMBIA PARA EL ACUARIO MUNDO DE LOS PECES - CAYAMBE

Cristian Paul Terán Romero
Tutor: MSc. Adrián Manuel Andrade Orbe
Año: 2024

Resumen

Este estudio busca llevar a cabo un exhaustivo análisis de factibilidad que incluya aspectos clave como la demanda del mercado local, la viabilidad económica y financiera, la logística de importación, la normativa legal y sanitaria, así como los posibles riesgos y oportunidades antes de embarcarse en esta empresa. En este contexto, el estudio de factibilidad se presenta como un recurso vital para respaldar la toma de decisiones informadas, destacando los desafíos y beneficios potenciales relacionados con la importación del alimento Tetra Color desde Colombia para Acuario Mundo de los Peces en Cayambe. Este trabajo no solo ofrece una evaluación detallada de la viabilidad de importar alimento Tetra Color, sino que también proporciona una guía de estrategias para mejorar la oferta de productos en el mercado local y fortalecer los vínculos comerciales entre Colombia y Ecuador. La investigación demuestra que, con una planificación adecuada y estrategias bien diseñadas, es posible aprovechar las oportunidades del comercio exterior para satisfacer la demanda de los consumidores y promover el desarrollo de la industria en la ciudad.

Modelo de estudio de factibilidad



Elaborado por Autor

Conclusiones

El estudio de factibilidad para la importación del alimento Tetra Color desde Colombia, presenta oportunidades significativas para diversificar las ofertas de productos, satisfacer las necesidades de los clientes, fortalecer la posición del Acuario en el mercado, se concluye que la factibilidad es viable y puede contribuir de manera positiva a la comercialización y venta en los próximos años. La investigación proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas, considerando aspectos económicos y de aceptación en el mercado local.

La revisión teórica permitió comprender los conceptos claves relacionados a un estudio de factibilidad para la importación, se buscó análisis de mercado, procesos de importación y regulaciones. Estas normativas y regulaciones

específicas de Ecuador y Colombia, así como los tratados comerciales entre ambos países, facilitan el proceso de importación, aunque es crucial cumplir con todos los requisitos legales y aduaneros para evitar sanciones y retrasos.

El diagnóstico de la demanda reveló que existe interés significativo en el alimento Tetra Color para el Acuario Mundo de los Peces y los consumidores de Cayambe. El análisis de mercado muestra una tendencia alta y positiva hacia los productos de alta calidad y alto valor nutricional para el cuidado de los peces y el alimento Tetra Color es reconocido por su alta calidad y efectividad en la salud de las mascotas acuáticas.

También se puede notar que el estudio de factibilidad económica indica que la importación del alimento Tetra Color desde Colombia es viable siempre y cuando se gestionen adecuadamente los costos de transporte, aranceles y seguros. La comparación de costos y beneficios muestra un margen de beneficio positivo, lo que surge que el proyecto es rentable a largo plazo.

La importación del alimento Tetra Color posicionará al Acuario Mundo de los Peces como un proveedor de alimentos de alta calidad, diferenciándose de otros competidores. Esto puede aumentar la lealtad del cliente y esto va a traer nuevos consumidores potenciales interesados en adquirir este producto para el cuidado de sus peces.

Enlace al documento: En proceso de subir al repositorio de la Universidad.

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA “CROCANTEROS”, OTAVALO

Jordan Ismael Villacís Granda
Tutor: MSc. Adrián Manuel Andrade Orbe
Año: 2024

Resumen

La presente investigación consta de tres capítulos. En el capítulo uno, se analizan las teorías y los conceptos que permiten generar una actividad diferenciadora de marketing para la empresa Crocateros. Así como también se genera un análisis de tendencias y tensiones con respecto al servicio a ofertar. Contando como base el análisis de los factores y sus factores dependientes e independientes, se procede a realizar encuestas para los posibles clientes y una entrevista para el propietario. Con los resultados obtenidos, se establecen los factores críticos de éxito y se alinean actividades para la oferta. Se genera una propuesta en la que se alinea la razón de ser y su proyección a futuro en un plan que permite integrar la gestión respecto al producto, precio, plaza, promoción, comunicación, costo y conveniencia, así como la validez del valor, el lugar virtual y la viralidad. Finalmente, se presentan las conclusiones de las etapas desarrolladas en el trabajo de investigación y se generan recomendaciones para seguir fortaleciendo la gestión comercial de la empresa.

Plan para la empresa Crocanteros

Misión

Deleitar a nuestros clientes ofreciendo una experiencia gastronómica excepcional, tanto en el mundo físico como en el digital. A través del compromiso con la excelencia y la innovación culinaria, buscamos satisfacer los gustos y necesidades del público objetivo, mientras nos adaptamos continuamente a las tendencias del mercado digital. Nos esforzamos por brindar un servicio optimizado y una experiencia interactiva en cada punto de contacto, aprovechando plataformas digitales para mejorar la accesibilidad y personalización.

Visión

Nuestra visión es ser reconocidos como el destino gastronómico preferido, tanto en el entorno digital como en el físico, donde la pasión por la buena comida se combina con la tecnología para ofrecer comodidad, accesibilidad y experiencias memorables a todos nuestros clientes. Aspiramos a liderar el mercado digital con una presencia sólida y estrategias innovadoras que nos permitan conectar y fidelizar a nuestra audiencia en cualquier plataforma.

Elementos de gestión del plan:

- Estructura metodológica
- Componente Gráfico
- Desarrollo

Conclusiones

Las teorías y conceptos en marketing y marketing digital destacan su relevancia en el entorno empresarial actual. La evolución del marketing digital ha permitido a las empresas aumentar su visibilidad y facilitar interacciones más directas con los clientes. Las 4P's (Producto, Precio, Plaza, Promoción) y

las 4C's (Consumidor, Costo, Conveniencia, Comunicación) son fundamentales para entender las necesidades del mercado contemporáneo. Por otro lado, las 4V's (Validez, Valor, Virtual Place, Viralidad) subrayan la importancia de la autenticidad y el valor agregado en las estrategias digitales. En el caso de Crocanteros, aplicar estas teorías ha sido crucial para identificar áreas de diferenciación y competencia en el ámbito digital. Además, las estrategias genéricas de Porter (Liderazgo en costos, Diferenciación, Enfoque) han guiado a Crocanteros para posicionarse competitivamente, aprovechando sus fortalezas y mitigando debilidades.

El diagnóstico de los factores internos y externos que afectan a Crocanteros determinan una visión clara de su situación actual. Internamente, la empresa cuenta con una sólida identidad de marca y productos de alta calidad, lo que representa una ventaja competitiva. Sin embargo, se identificaron áreas de mejora como la optimización logística para reducir costos y mejorar la eficiencia. Externamente, el análisis competitivo reveló oportunidades en el creciente mercado de entrega a domicilio y en la demanda de alimentos saludables. También se señalaron amenazas como la intensa competencia y la volatilidad económica que puede afectar el poder adquisitivo de los consumidores. Estos hallazgos resaltan la necesidad de una estrategia de marketing digital robusta que no solo responda a las condiciones del mercado, sino que también se adapte rápidamente a los cambios. Herramientas como el análisis FODA y la metodología PESTEL han sido esenciales para estructurar este diagnóstico.

El diseño del plan de marketing digital para Crocanteros se basa en los principios analizados y el diagnóstico detallado. Este plan busca incrementar la visibilidad y posicionamiento de Crocanteros en el entorno digital mediante campañas publicitarias en redes sociales, optimización del sitio web para mejorar la experiencia del usuario y técnicas de SEO para aumentar la visibilidad en motores de búsqueda. Además, se propone crear contenido

como blogs y videos para promocionar los productos y educar a los consumidores. La inclusión de programas de fidelización y promociones exclusivas para seguidores en redes sociales es clave para incentivar compras repetidas y recomendaciones. Este plan está diseñado para ser flexible y adaptable, permitiendo ajustes basados en un análisis continuo de resultados y feedback del cliente.

Enlace al documento: En proceso de subir al repositorio de la Universidad.