



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA  
PRODUCCIÓN

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN  
DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO  
DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE  
GUAMANI SUR DEL DISTRITOMETRO POLITANO DE QUITO AÑO  
2019.

Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración Industrial y de la Producción

Autor: Cedeño Morán Alexander Javier

Director: Pimbo Bastidas Angela María

Quito, 2019

---

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO  
CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO  
METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

## ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 28 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **CEDEÑO MORÁN ALEXANDER JAVIER**, de la carrera de Administración Industrial y de la Producción, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERÁMICO EN EL SECTOR DE GUAMANÍ, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Ing. Ángela Pimbo  
**Tutor de Proyectos**



Ing. Andrés Analuisa  
**Lector de Proyectos**



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
**RECIBIDO**  
28 MAY 2019

Ing. Carla Guerra  
**Delegada Unidad de Titulación**  
Administración Industrial y de la Producción



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
DIRECCIÓN DE CARRERA  
Adm. Bancaria y Producción

Ing. Christian Guerrero  
**Director de Carrera**

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBI
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pag.Web: www.cordillera.edu.ec. Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15-163 y Yacuambi (esq.) Telf.: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Telf.: 2246036	Yacuambi Oe2-36 y Bracamoros Telf.: 2249994

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019**

---

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Alexander Javier Cedeño Morán**, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, auténtica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



---

Alexander Javier Cedeño Morán

C.I: 172050036-0

---

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Alexander Javier Cedeño Morán portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1720500360 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa, dedicada a la elaborar y comercializar artesanías del centro histórico de Quito, a base de yeso cerámico en el sector de Guamaní, sur del Distrito Metropolitano de Quito año 2019, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Alexander Javier Cedeño Morán

C.I: 172050036-0

Quito, Enero 2019

---

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE  
QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI,  
SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

## AGRADECIMIENTO

Como mis padres suelen decir, primero esta Dios ante todas las cosas, quiero agradecer a él por permitirme dar un paso más en la vida estudiantil, poder terminar esta etapa en vida, y seguir realizándome como persona.

Quiero agradecer a mis padres Javier y Jacqueline, mis hermanos Kevin y Michelle quienes con su cariño, paciencia y apoyo fueron un pilar fundamental para culminar este proyecto, y quienes me animaron a no darme por vencido en los momentos difíciles que se presentaron.

Agradezco también al personal docente del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, por la formación académica brindada, al igual que sus experiencias y palabras de aliento en todo el periodo estudiantil.

Quiero hacer una mención especial a la Ingeniera Angelica Pimbo , quien gracias a su guía, dedicación, y pasión por su trabajo, se logró un importante objetivo que fue la culminación del proyecto.

## **DEDICATORIA**

A mis padres Jacqueline y Javier, quienes me apoyaron en el la finalización de este proyecto, quienes desde un principio me apoyaron en la decisión de retomar la vida estudiantil, y permitirme mejorar en mi vida personal y profesional.

## ÍNDICE DE GENERAL

Declaración de autoría.....	i
Licencia de uso no comercial.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Índice de contenidos.....	v
Lista de tablas.....	xi
Resumen.....	xv
Abstract.....	xv
Índice de figuras.....	xii
Índice de anexos.....	xvii
Resumen.....	xviii
Abstract.....	xx
CAPÍTULO I.....	1
1. Introducción.....	1
1.01. Justificación.....	2
1.02. Antecedentes.....	3
CAPÍTULO II.....	6
2. Análisis situacional.....	6
2.01 Ambiente externo.....	6
2.01.01 Factor económico.....	6
2.01.01.01 Inflación.....	6
2.01.01.02 Producto interno bruto (PIB).....	7
2.01.01.03 Balanza comercial.....	10
2.01.01.04 Riesgo país.....	10

---

2.01.01.05 Tasa de interés .....	11
2.01.01.05.01 Tasa activa .....	12
2.01.01.05.02 Tasa pasiva.....	13
2.01.02 Factor social.....	13
2.01.02.01 Crecimiento poblacional .....	14
2.01.02.02 Tasa de desempleo .....	15
2.01.02.03 Pea (Población Económicamente Activa).....	16
2.01.03 Factor Legal .....	16
2.01.04 Factor tecnológico.....	22
2.02 Entorno local.....	23
2.02.01 Clientes .....	23
2.02.01.01 Clientes internos .....	23
2.02.01.02 Clientes externos.....	23
2.02.02 Proveedores.....	23
2.02.03 Competidores .....	24
2.03 Análisis FODA .....	25
2.04 Propuesta estratégica.....	26
2.04.01 Misión .....	27
2.04.02 Visión.....	27
2.04.03 Objetivos.....	27
2.04.03.01 Objetivo general.....	27
2.04.03.02 Objetivos específicos .....	28
2.04.04 Principios ó valores.....	28
2.04.05 Gestión administrativa .....	29
2.04.05.01 Planificación. ....	30
2.04.05.02 Organización.....	30
2.04.05.03 Organigrama estructural .....	30
2.04.05.04 Perfil y funciones del cargo .....	31
2.04.05.05 Dirección.....	33
2.04.05.06 Controlar .....	34
2.04.06 Gestión operativa .....	34

---

2.04.06.01 Flujograma de procesos .....	35
2.04.07 Gestión comercial .....	37
2.04.07.01 Producto.....	37
2.04.07.03 Plaza.....	38
2.04.07.04 Promoción y publicidad.....	38
2.04.07.05 Logotipo.....	40
2.04.07.06 Papelería corporativa .....	40
2.04.07.07 Material P.O.P .....	42
CAPÍTULO III .....	43
3. Estudio de mercado .....	43
3.01 Análisis del consumidor .....	43
3.01.01 Determinación de la población y muestra .....	45
3.01.01.01 Población .....	45
3.01.01.02 Tamaño del universo .....	45
3.01.01.03 Muestra .....	45
3.01.01.04 Formulación de la muestra .....	45
3.01.02 Técnicas de la obtención de la información .....	46
3.01.02.01 Métodos de la encuesta.....	48
3.02 Oferta.....	63
3.02.01 Oferta histórica .....	64
3.02.02. Oferta actual .....	64
3.02.03 Oferta proyectada .....	64
3.03 Productos sustitutos .....	65
3.03.01 Oferta histórica del producto sustituto.....	65
3.03.02 Oferta actual .....	65
3.03.03 Oferta proyectada .....	66
3.04 Demanda.....	66
3.04.01 Demanda histórica .....	66
3.04.02 Demanda actual .....	66
3.04.03 Demanda proyectada .....	67
3.05 Balance oferta-demanda .....	67

---

---

3.05.01 Balance actual .....	67
3.05.02 Balance proyectado .....	68
CAPÍTULO IV .....	68
4. Estudio técnico.....	69
4.01 Tamaño del proyecto .....	69
4.01.01 Capacidad instalada .....	69
4.01.02 Capacidad optima .....	69
4.02 Localización.....	70
4.2.01 Macro localización.....	70
4.02.02 Micro localización .....	71
4.02.03 Localización optima.....	72
4.03 Ingeniería del producto .....	73
4.03.01 Definición del bien.....	73
4.03.02 Distribución de planta.....	73
4.03.02.01 Código de cercanía.....	74
4.03.02.02 Razones de cercanías .....	74
4.03.02.03 Matriz triangular .....	74
4.03.03 Proceso productivo .....	78
4.03.04 Maquinaria y equipo .....	80
CAPÍTULO V.....	82
5. Estudio financiero .....	82
5.01 Ingresos.....	82
5.01.01. Ingresos operacionales.....	82
5.01.02. Ingresos no operacionales.....	83
5.02 Costos.....	83
5.02.01. Costos directos.....	83
5.02.02 Costos indirectos.....	84
5.02.03 Gastos administrativos.....	84
5.02.04 Gastos de ventas.....	85
5.02.05 Gastos financieros.....	86
5.02.06 Costos fijos .....	86

---

---

5.02.06 Costos variables .....	86
5.03 Inversiones .....	86
5.03.01 Inversión fija.....	86
5.03.02 Activos fijos.....	87
5.03.03 Activos nominales .....	88
5.03.04 Capital de trabajo.....	88
5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	89
5.03.06 Amortización de financiamiento .....	90
5.03.07 Depreciaciones.....	90
5.03.08 Estado de situación inicial .....	91
5.04.07 Estado de resultados proyectado.....	92
5.03.10 Flujo caja .....	93
5.04 Evaluación financiera .....	94
5.04.01 Tasa de descuento.....	94
5.04.02 VAN (Valor actual neto) .....	95
5.04.03 TIR (Tasa interna de retorno) .....	95
5.04.03 PRI (Período de recuperación de la inversión) .....	96
5.04.05 RBC (Relación costo beneficio) .....	98
5.04.06 Punto de equilibrio.....	99
5.04.07 Análisis de índices financieros .....	100
5.04.07.01 ROE (Retorno sobre el capital propio) .....	101
5.04.07.02 ROA (Retorno sobre los activos).....	101
5.04.07.04 ROI (Rentabilidad sobre la inversión).....	102
CAPITULO VI .....	103
6. Análisis de impactos .....	103
6.01 Impacto ambiental .....	103
6.02 Impacto económico.....	103
6.03 Impacto productivo.....	104
6.04 Impacto social.....	104
7. Conclusiones y recomendaciones .....	105
7.01 Conclusiones.....	105

---

---

7.02 Recomendaciones .....	106
Bibliografía .....	108
Anexos .....	111

---

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Variación inflación anual .....	7
Figura 2: Producto Interno Bruto PIB .....	8
Figura 3: Balanza comercial .....	10
Figura 4 :Riesgo país .....	11
Figura 5 :Riesgo país .....	12
Figura 6 :Tasa activa.....	13
Figura 7: Tasa de desempleo .....	15
Figura 8: Organigrama estructural.....	31
Figura 9: Flujograma de procesos .....	35
Figura 10 Flujograma de producción.....	36
Figura 11: Producto .....	37
Figura 12: Facebook .....	39
Figura 13: Página web .....	39
Figura 14: Logotipo .....	40
Figura 15 Calendario .....	41
Figura 16 Membrete .....	41
Figura 17 Género .....	52
Figura 18 Edad.....	53
Figura 19 pregunta 1 ¿Conoce las artesanías ecuatorianas?.....	54
Figura 20 pregunta 2 ¿Tipo de artesanía desea adquirir? .....	55
Figura 21 pregunta 3 ¿Aspectos para la compra de artesanías? .....	56
Figura 22 pregunta 4 ¿Frecuencia de compra?.....	57
Figura 23 pregunta 5¿Precio a pagar por las artesanías?.....	58
Figura 24 pregunta 6¿Medios de promoción del producto a comprar?.....	59
Figura 25 pregunta 7¿Conoce locales donde se elaboren artesanías? .....	60
Figura 26 pregunta 8¿Cuál es el lugar de preferencia para adquirir artesanías? .....	61
Figura 27 pregunta 9¿Qué uso le da usted a las artesanías que adquiere? .....	62
Figura 28 pregunta 10¿Está usted de acuerdo que se haga J&B en el sector? ...	63
Figura 29 Mapa de Quito.....	71

---

Figura 30 Localización del proyecto .....	71
Figura 31 Matriz triangular .....	74
Figura 32 Distribución de planta .....	75
Figura 33 Área Administrativa .....	75
Figura 34 Área de recepción .....	76
Figura 35 Área de producción .....	76
Figura 36 Bodega.....	77
Figura 37 Ventas .....	77
Figura 38 Parqueadero .....	78
Figura 39 Proceso productivo .....	79
Figura 40 Punto de equilibrio .....	100

---

## ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Inflación .....	7
Tabla 2 Producto Interno Bruto .....	9
Tabla 3 Riesgo Pais .....	11
Tabla 4 Crecimiento Poblacional .....	14
Tabla 5 Crecimiento Poblacional Guamani tasa 3,6% .....	14
Tabla 6 Ingreso de turistas internacionales a Quito .....	14
Tabla 7 Tasa de desempleo en Quito .....	15
Tabla 8 Población económica activa PEA .....	16
Tabla 9 Proveedores .....	24
Tabla 10 : Competidores directos .....	25
Tabla 11: Competidores indirectos .....	25
Tabla 12: Segmentación del mercado .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabla 13: Tamaño de universo .....	45
Tabla 14: Genero .....	52
Tabla 15: Edad .....	53
Tabla 16 ¿Conoce las artesanías ecuatorianas? .....	54
Tabla 17: ¿Tipo de artesanía prefiere adquirir? .....	55
Tabla 18: ¿Aspectos para la compra de artesanías? .....	56
Tabla 19: ¿Frecuencia de compra? .....	57
Tabla 20: ¿Precio a pagar por las artesanías? .....	58
Tabla 21: ¿Medios de promoción del producto a comprar? .....	59
Tabla 22: ¿Conoce locales donde se elaboren artesanías? .....	60

---

Tabla 23: ¿Cuál es el lugar de preferencia para adquirir artesanías? .....	61
Tabla 24: ¿Qué uso le da usted a las artesanías que adquiere? .....	62
Tabla 25: ¿Esa usted de acuerdo que se haga J&B en el sector? .....	63
Tabla 26: Oferta actual .....	64
Tabla 27: Oferta proyectada .....	64
Tabla 28: Oferta histórica del producto sustituto .....	65
Tabla 29: Oferta actual del producto sustituto .....	65
Tabla 30: Oferta proyectada producto sustituto .....	66
Tabla 31: Demanda actual .....	67
Tabla 32: Demanda proyectada .....	67
Tabla 33: Balance actual .....	67
Tabla 34: Balance proyectado .....	68
Tabla 35: Capacidad instalada .....	69
Tabla 36: Capacidad instalada .....	69
Tabla 37: Macro Localización .....	70
Tabla 38: Localización óptima .....	72
Tabla 39: Distribución de planta .....	73
Tabla 40: Código de cercanía .....	74
Tabla 41: Razones de cercanía .....	74
Tabla 42: Proceso productivo .....	80
Tabla 43: Muebles y enseres .....	80
Tabla 44: Equipo de computación .....	81
Tabla 45: Equipo de Oficina .....	81
Tabla 46: Ingresos operacionales .....	82

---

---

Tabla 47: Costos directos .....	83
Tabla 48: Costos indirectos .....	84
Tabla 49: Gastos administrativos .....	85
Tabla 50: Gastos de venta .....	85
Tabla 51: Inversión fija .....	87
Tabla 52: Activos Fijos .....	87
Tabla 53: Activos Nominales .....	88
Tabla 54: Capital de trabajo .....	89
Tabla 55: Fuentes de financiamiento y uso de fondos .....	89
Tabla 56: Depreciaciones .....	91
Tabla 57: Estado de situación inicial .....	92
Tabla 58: Estado de resultados .....	93
Tabla 59: Flujo de efectivo .....	94
Tabla 60: Tasa de descuento .....	94
Tabla 61 : Valor actual neto .....	95
Tabla 62: Tasa interna de retorno.....	96
Tabla 63: Periodo de recuperación de la inversión .....	96
Tabla 64: Periodo de recuperación a valores corrientes.....	97
Tabla 65: Periodo de recuperación a valores actualizados.....	97
Tabla 66: Relación costo beneficio .....	98
Tabla 67: Punto de equilibrio .....	99
Tabla 68: ROE.....	101
Tabla 69: ROA .....	101
Tabla 70: ROI.....	102

---

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Formulario de LUAE.....	112
Anexo 2 Formulario de inscripción personas naturales .....	113
Anexo 3 Solicitud de servicios cuerpo de bomberos .....	114

## RESUMEN

El proyecto a presentarse es realizado a través del estudio de factibilidad de una micro empresa que realiza sus productos a base de yeso cerámico, ubicado en el sector de Guamaní, sur del distrito metropolitano de Quito.

Artesanías J&B es el nombre con el cual el proyecto se dará a conocer, e iniciara sus acciones en la producción, venta y distribución del producto, apoyado o impulsado por valiosos recursos, tales como, factor humano, infraestructura, y herramientas que permitan así, el normal desarrollo de las actividades a realizar.

La iniciativa nace desde el impulso de realizar una conciencia de consumo del producto nacional, agregando el valor cultural que tiene el centro histórico de la capital quiteña, y el arte e imaginación que nace en manos ecuatorianas, para así poder presentar un producto 100% autóctono, y de calidad de exportación.

Se tomó en cuenta varias aristas para poder realizar el proyecto y poder determinar el cliente en potencia que puede llegar a adquirir el producto, se verifico, la población actual del sector donde se implementará el proyecto, posterior la tasa de desempleo, especificado entre hombres y mujeres en un rango de hasta 64 años de edad, la competencia, debilidades y oportunidades que se lleguen a presentar en el camino, y claro la expansión del producto y la marca.

De igual manera se verificó si la localización en el sector es la idónea para poder ejecutar el plan comercial y las actividades a realizarse, la

distribución de cada área en la que está involucrado el proyecto debe estar acorde a las actividades que se realizan en cada una de ellas.

Cada una de las actividades fue controlada y plasmada en el flujo de procesos y así poder conocer a detalle cuales son las diligencias, o movimientos a realizarse en la elaboración del producto y el tiempo que tardan.

Al realizar el estudio financiero se observó cada uno de los movimientos monetarios en ingresos como egresos, detallando de igual manera los costos directos, e indirectos que afectan al proyecto, y cada uno de los indicadores financieros que demuestran lo viable del proyecto en el primer año de iniciar sus actividades, como en la proyección.

## ABSTRACT

The project to arise is conducted through the study of feasibility of a micro company that makes their products based on ceramic plaster, located in the sector of Guamaní, South of the Metropolitan District of Quito.

J & B crafts is the name with which the project will be released, and began their activities in the production, sale and distribution of the product, supported or powered by valuable resources, such as human factors, infrastructure, and tools as well, allowing the normal development of the activities to be carried out.

The initiative was born from the impulse to an awareness of national product consumption, adding the cultural value that has the Center of the history of the capital Quito, and art and imagination that was born in Ecuadorian hands, so to present a product 100% indigenous and export quality.

Took into account multiple edges in order to carry out the project and to determine the client in power that can acquire the product, is checked, the current population of the sector where were implemented the project, the unemployment rate, specified between men and women in a range up to 64 years of age, competition, weaknesses and opportunities coming to present on the road, and of course, the expansion of the product and the brand.

In the same way it was verified if the location in the sector is ideal for to execute the business plan and the activities to be carried out, the distribution of each area in which the project is involved must be according to the activities carried out in each of them.

Each one of the activities was controlled and reflected in the flow of processes and thus to know in detail what steps or movements to be made in the development of the product and the time it takes.

The financial study we observed each of the currency movements in income and disbursements, detailing the costs in the same way direct and indirect to affecting the project, and each of the financial indicators showing the viable project in the first year of launch their activities, as in the projection.



## CAPÍTULO I

### 1. Introducción

El proyecto de factibilidad a desarrollar se enfoca en la implementación de una microempresa, cuyo factor principal de comercio es la elaboración, y comercialización de artesanías del centro histórico de Quito.

Una artesanía que tenga como figura principal la imagen, o la arquitectura de la capital quiteña, es una decoración digna de admiración en cada hogar no solo de los capitalinos, si no de los ecuatorianos que gustan conocer un poco más sobre la rica cultura y diversidad étnica que tiene el país, y más aún cuando se la puede comercializar a turistas que nos visitan de otros lugares del mundo, tomando en cuenta que Ecuador se encuentra dentro de los 60 países mas visitados en el año 2018, esto da un plus de que el turista pueda llevarse no solo una imagen fotográfica del país, sino también una escultura física realizada en alto relieve.

Este producto de calidad elaborado por manos ecuatorianas, espera que una vez dado a conocer parte de la cultura, expanda sus modelos y diseños, no solo en paisajes, sino también a diseños personalizados que llamen la atención del consumidor, y así poder instaurar fuentes de trabajo, que es uno de los puntos

---

clave de este mercado en un país donde cada vez es más necesaria incrementar la matriz productiva, generando fuentes de empleo que ayuden al desarrollo socio económico.

### **1.01. Justificación**

El sector artesanal desde varios años en el Ecuador es uno de los menos explotados y conocidos, por tal motivo no ha sido considerada como una actividad rentable, y no se ha dado la importancia que tiene esta, ya que a través de la misma se puede transmitir la cultura y darla a conocer fuera de su ámbito local.

Debido al desconocimiento que existe en la elaboración de artesanías, no es llamativo para el mercado adquirir este tipo de productos, ya que, para muchos no resulta un objeto útil, sin conocer el arte que conlleva fabricarlas de forma manual.

Motivo por el cual muchas personas que se dedican a esta actividad se han visto en la penosa necesidad de buscar otras fuentes de ingreso, ya que su principal sustento no resulta rentable, y la misma deja de promoverse y aumenta el desconocimiento e importancia que tienen las artesanías en el país.

Ante esta necesidad surge implementar una microempresa dedicada a la fabricación de artesanías elaboradas por manos ecuatorianas en las cuales se busca destacar los sitios emblemáticos del centro histórico de la ciudad de Quito, y lograr de esta manera dar a conocer nuestra cultura por medio de la comercialización, enfocándonos a turistas extranjeros como locales. Presentar

productos que cumplan características de calidad, y a largo plazo lograr diversificar los modelos y diseños inicialmente expuestos, según las exigencias del mercado, promoviendo y dando a conocer los productos del sector artesanal, usando herramientas tecnológicas que sean de fácil acceso y uso cotidiano del público objetivo; dando cabida a la difusión amplia de la variedad de productos, su historia, proceso de elaboración para que de esta forma los consumidores comprendan y sobre todo se familiaricen con toda la actividad artesanal.

“Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad” (SENPLADES, 2017)

## **1.02. Antecedentes**

El yeso es un producto preparado básicamente a partir de una piedra natural denominada aljez que luego de la deshidratación mediante un proceso químico para modificar sus características como fraguado, resistencia, adherencia, retención de agua y densidad, se lo amasa con agua para ser utilizado directamente. (Seuports, 2017, pág. 22)

El yeso se originó hace 200 millones de años como resultado de depósitos marinos cuando parte de lo que ahora son nuestros continentes eran inmensas extensiones oceánicas. Durante este período algunos mares se secaron dejando lechos de yeso que se recubrieron para ser descubiertos posteriormente por el hombre, es un mineral blanco, pero debido a impurezas puede tornarse gris, castaño o rosado. Se denomina sulfato de calcio dihidratado y su estructura cristalina esta constituida por dos moléculas de agua y por una de sulfato de calcio. (Seuports, 2017, pág. 25)

El yeso es uno de los mas antiguos materiales empleados para la construcción. En el periodo Neolítico con el dominio del fuego comenzó a elaborarse este material y a utilizarlo para unir las piezas de mampostería, sellar las juntas de los muros y para revestir los parámetros de las viviendas sustituyendo a los morteros del barro En Çatal Hüyük, durante el milenio IX a. C., encontramos guarnecidos de yeso y cal, con restos de pinturas al fresco. En la antigua Jericó, en el milenio VI a. C., se usó yeso moldeado. (Seuports, 2017, pág. 27)

La clasificación del yeso de construcción se divide en yeso artesanal, tradicional o multi fase, el que se utilizara es el denominado yeso blanco con

---

pocas impurezas, de grano fino, color blanco, que se usa principalmente para el enlucido, o el acabado. (Seuports, 2017, pág. 28)

“También se emplea para la elaboración de materiales prefabricados, se lo comercializa molido en forma de polvo, existiendo una variedad del mismo.”

(Seuports, 2017, pág. 28)

“En el siglo XVIII el uso del yeso en construcción se generaliza en Europa. Lavoisier presenta el primer estudio científico del yeso en la Academia de Ciencias.” (Seuports, 2017, pág. 28)

Posteriormente Van t'Hoff y Le Chatelier aportaron estudios describiendo los procesos de deshidratación del yeso. Actualmente el yeso se utiliza como revestimiento, aunque en los últimos años están surgiendo nuevos materiales que le hacen la competencia, pero se puede asegurar que este antiquísimo material sigue proporcionando un gran confort ya que es un aislante acústico y térmico que hasta se puede conseguir con gran comodidad en piezas prefabricadas. Visto esto queda clara la versatilidad de este material, sus cualidades frente a otros y el por qué ha seguido utilizándose a lo largo de sus muchos milenios de vida. (Seuports, 2017, pág. 30)

En América el principal productor de yeso es México en donde sus depósitos de yeso que se encuentran al oeste de la Sierra Madre Occidental en terrenos paleozoicos y triásicos que forman la península de California cuyo desarrollo se inició en el Mesozoico. Hacia el sector que se ubica paralelo a las costas del Golfo de México de edades Mesozoica, Eoceno y más recientes conocida como Provincia Oriental Alcalina, se ubican los depósitos sedimentarios evaporíticos lacustres proveedores de yeso. Durante estos periodos algunos mares se secaron dejando lechos de yeso que se recubrieron para ser descubiertos posteriormente por el hombre. Su formación es, generalmente, por precipitación de aguas salinas, por precipitación química derivada de la acción del ácido sulfúrico sobre minerales ricos en calcio y por la re acumulación de depósitos preexistentes. (Seuports, 2017, pág. 31)

En Ecuador no se hayan antecedentes de como llego este material a nuestro país, pero sin embargo existen muchos lugares donde se realiza su comercialización, y de igual manera personas quienes a través de este producto

---

logran realizar un sin número de diseños, figuras y encontraron una forma de actividad económica y uno de sus principales sustentos.

La actividad de la artesanía nace a raíz que el hombre primitivo existe, dentro de los elementos de valoración para este tipo de objetos se cuenta cada vez más su evolución y especialmente la vigencia o utilidad que estos puedan tener en la vida moderna. Es decir la artesanía no debe ser una obra de museo sino que más bien debe estar en permanente adaptación, ello con el único fin de mantener su sentido de existencia, al que va asociado a un uso y una función no solo utilitaria, sino también simbólica e incluso decorativo. (MaestriI, 2013, pág. 16)

## CAPÍTULO II

### 2. Análisis situacional

El análisis situacional es aquella materia, o aquel estudio que permite desenvolver a la empresa, en cierto momento, verificando primero el factor interno y el factor externo mismos que afectan, o influyen en el desarrollo de la empresa. (Valle, 2011, pág. 38)

#### 2.01 Ambiente externo

El ambiente externo es el sistema de nivel superior en el que se inserta la empresa, y está formado por aquellos factores, fuerzas o variables que influyen, directa o indirectamente, en los procesos de gestión. El análisis del ambiente externo es esencial para conocer el origen de las oportunidades y amenazas con las que se encuentran la empresa. La capacidad con la que tenga la dirección para analizar y predecir la forma en la que las fuerzas del entorno van a afectar a la compañía resulta fundamental para desarrollar una estrategia empresarial adecuada. (Vaca, 2011, pág. 26)

##### 2.01.01 Factor económico

Son determinados por la estructura y coyuntura económica de cada país, las condiciones económicas de la región en que actúa la empresa influyen fuertemente en la misma. Estas condiciones se reflejan en los principales indicadores de una economía, a la hora de tomar decisiones estratégicas los datos económicos son esenciales, debido a que el mundo empresarial está más acostumbrado a vigilar las tendencias económicas que las de otros ámbitos, es probable que la empresa no esté tan sorprendida en este campo. (Vaca, 2011, pág. 44).

##### 2.01.01.01 Inflación

La inflación es un aumento de nivel general (promedio) del precio de los bienes y servicios en la economía, y lo contrario a la deflación. Lo que ocurre frecuentemente en el mundo real es que el aumento de un gasto cotidiano, no se lo realiza de manera equitativa, y no se sabe cómo distribuir el efecto ya que al no tener

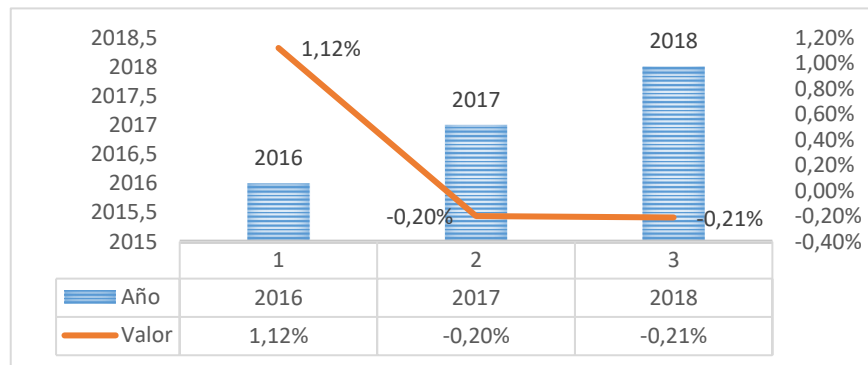
un aumento sostenido de los precios puede llevar al riesgo de un endeudamiento externo excesivo. (Massad, 2010, pág. 47)

**Tabla 1** Inflación

Mes / Año	Variación
<b>Diciembre 2016</b>	1,12%
<b>Diciembre 2017</b>	0,20%
<b>Diciembre 2018</b>	0,21%

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Elaborado por:* Alexander Javier Cedeño



**Figura 1** Variación inflación anual

*Fuente:* Instituto nacional de estadísticas y censos

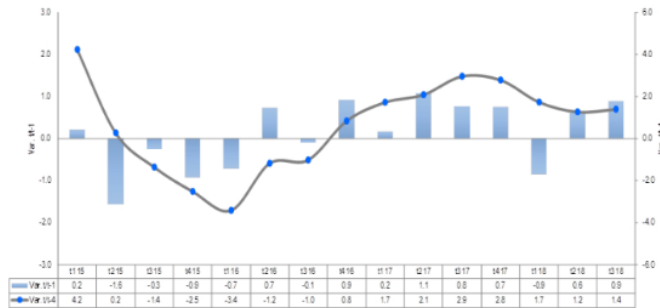
*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** Con los datos entregados, en la figura muestra que en el año 2017 se registra el valor de inflación con el 0.20% existiendo solo un punto de diferencia en el año 2018 con un valor de 0.21%, por lo cual se evidencia que no existe una variación significativa, lo que evita que se incrementen los precios de la materia prima para el año 2019, permitiendo tener una estabilidad en los costos de producción.

### 2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB)

La medición de la producción dentro de las fronteras del país, sin excluir el desgaste de maquinarias, equipos, edificios, carreteras y otras riquezas físicas

nacionales se las llama producto interno bruto que se abrevia como PIB. Hay que destacar que las riquezas físicas, se desgastan con el uso. (Massad, 2010, pág. 66)



**Figura 2** Producto Interno Bruto PIB

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

**Tabla 2 Producto Interno Bruto**

Sector o Actividad Económica	PIB	PIB	PIB
	2018	2017	2016
Acuicultura y pesca de camarón	0,16	1,8	0,08
Alojamiento y servicios de comida	0,13	0,1	-0,05
Suministro de electricidad y agua	0,21	4,0	0,11
Correo y comunicaciones	0,22	0,6	-0,13
Comercio	0,55	1,2	-0,38
Servicios financieros	0,17	3,0	-0,07
Servicios sociales y salud	0,38	0,2	0,1
Agricultura	0,28	-0,5	0,18
Refinación de petróleo	0,03	0,2	0,04
Transportes	0,16	1,5	0,07
Manufactura	0,22	0,3	0,14
Otros servicios	0,08	0,2	0,00
Actividades profesionales	0,02	-0,4	0,29
Construcción	-0,03	-2,2	-0,19
Adm. Publica y defensa	-0,08	-2,2	-0,16
Servicio Domestico	0,00	-2,00	0,00
Petróleo y minas	-0,50	0,4	-0,23
<b>Pesca (excepto camarón)</b>	<b>-0,05</b>	<b>1,1</b>	<b>-0,07</b>

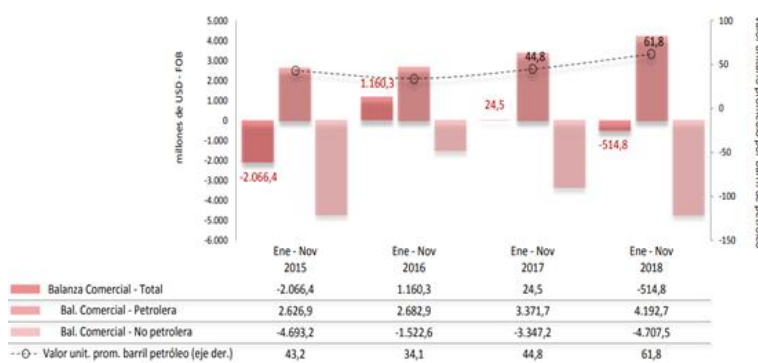
*Fuente: INEC*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** El PIB sectorial de manufactura del proyecto, muestra que en el año 2017 contaba con el 0.3%, para el año 2018 con el 0.22%, lo cual indica que existe un decrecimiento de 0.08%, convirtiéndose en una desventaja para el desarrollo del proyecto.

### 2.01.01.03 Balanza Comercial

La balanza comercial es la diferencia resultante de los bienes materiales vendidos o comprados en el extranjero por un país durante un periodo determinado o ejercicio, normalmente un año. La balanza representa la contraposición de los valores monetarios de las operaciones; se la considera parte integrante de la balanza de pagos, concretamente de la cuenta corriente. (Lafuente, 2010, pág. 57)



**Figura 3** Balanza comercial

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

**Análisis:** Los datos mostrados reflejan una balanza comercial no petrolera negativa, lo que significa la caída de ventas en a finales del año 2018 pudiendo afectar a la actividad de la micro empresa, existiendo una posible subida de precios, con lo que encarecería el producto, perdiendo así un volumen importante de ventas.

### 2.01.01.04 Riesgo País

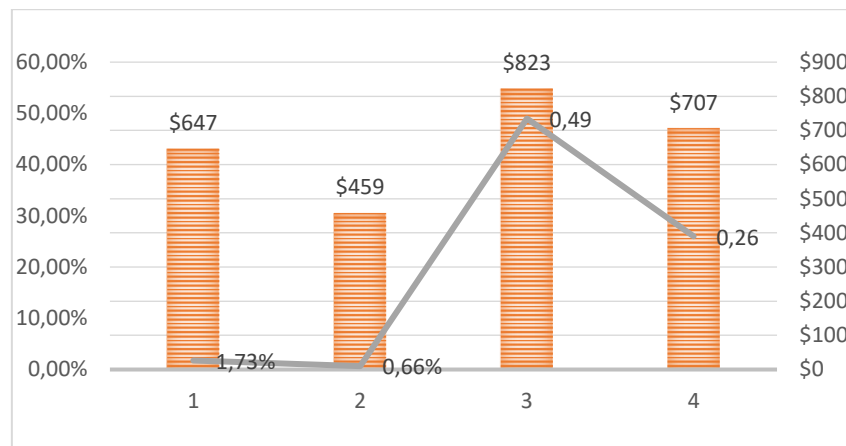
Riesgo país es la probabilidad de que se produzca una pérdida financiera por circunstancias macroeconómicas, políticas o sociales, o por desastres naturales en un país determinado. (Iranzo, 2011, pág. 33)

**Tabla 3 Riesgo País**

AÑO	VALOR	VARIACIÓN
<b>Diciembre 2016</b>	\$ 647	1.73%
<b>Diciembre 2017</b>	\$ 459	0.66%
<b>Diciembre 2018</b>	\$ 823	0,49%
<b>Enero 2019</b>	\$707	0,26%

*Fuente: Banco Central del Ecuador*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*



**Figura 4 Riesgo país**

*Fuente: Banco Central*

*Elaborado: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Para enero del 2019 el riesgo país es de 707, presentando una disminución de 116 en comparación con diciembre del 2018, con los valores presentados se observa una inestabilidad económica, existiendo así incertidumbre por los precios de los insumos, lo cual aumentaría los costos de producción y por ende un decrecimiento en las ventas y disminución en la producción.

#### **2.01.01.05 Tasa De Interés**

Es la cantidad de dinero en el mercado financiero donde nos muestra el alza de los precios de los productos cuando hay escasez, y la baja cuando hay en abundancia.

(Lafuente, 2010, pág. 72)

### 2.01.01.05.01 Tasa Activa

Presentación monetaria en la cual una persona o institución crediticia cobra por el dinero que presta. (Vera, 2013, pág. 42)

Tasas de Interés			
enero - 2019			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.06	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.49	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	8.79	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	8.11	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.99	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.63	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	9.70	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.27	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.09	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.49	Educativo	9.50
Inmobiliario	9.55	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.78	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista <sup>1</sup>	25.96	Microcrédito Minorista*	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple <sup>1</sup>	22.64	Microcrédito de Acumulación Simple*	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada <sup>1</sup>	19.21	Microcrédito de Acumulación Ampliada*	23.50
Inversión Pública	8.46	Inversión Pública	9.33

**Figura 5** Riesgo país

**Fuente:** Banco Central

**Elaborado:** Alexander Cedeño

**Análisis:** Con un porcentaje del 11,83% de tasa activa para las PYMES, presenta un interés razonable para los emprendedores, permitiendo así implementar los proyectos que a futuro sean rentables fomenten fuentes de empleo y comercializar sus productos, beneficiando no solo a las personas que forman parte de la organización, sino también a la economía del país.

### 2.01.01.05.02 Tasa Pasiva

Precio o rendimiento que se recibe por un depósito en los bancos, fundamentan básicamente en la información consolidada a nivel nacional en todas las operaciones.

(Vera, 2013, pág. 53)

4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.10	Plazo 121-180	5.72
Plazo 61-90	4.34	Plazo 181-360	6.37
Plazo 91-120	5.35	Plazo 361 y más	7.66

**Figura 6** Tasa activa

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

**Análisis:** Con un porcentaje de 4.34% tomando como referencia en el plazo indicado, es un valor bajo lo que pagan las instituciones bancarias, en este caso es preferible que el dinero a invertir se lo utilice en otro proyecto, o se inyecte como inversión, para la compra de materia prima para la microempresa, permaneciendo este dinero dentro del giro de negocio y aportando de manera directa a la PYMES, llegando a generar rentabilidad.

### 2.01.02 Factor Social

El análisis del factor social, es su incidencia en diferentes problemáticas y fenómenos, es común en muchos estudios, sin embargo en esto se observa una tendencia a no definir conceptualmente a lo que se entiende como tales y a tratarlos indistintamente. (Miranda, 2012, pág. 29)

### 2.01.02.01 Crecimiento Poblacional

Cuantificación y crecimiento de la población y de su demografía existente, por lo tanto el volumen poblacional, nivel de eficiencia con que se reproducen las poblaciones. (Valle, 2011, pág. 78)

**Tabla 4** *Crecimiento Poblacional*

Año	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Quito	2.735.987	2.781.641	2.840.055	2.899.697	2.960.590	3.022.763

*Fuente: INEC*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Tabla 5** *Crecimiento Poblacional Guamani tasa 3,6%*

SECTOR	T/C	2019	T/C	2020	2021	2022	2023	2024
<b>GUAMANI</b>	3.6	72.733	2.10	65.628	67.991	70.438	72.974	75.601

*Fuente: INEC*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Tabla 6** *Ingreso de turistas internacionales a Quito*

TOTAL 2018	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
<b>PASAJERO INTERNACIONAL</b>	243.714	209.079	197.508	184.006	170.740	2.364.594

*Fuente: INEC*

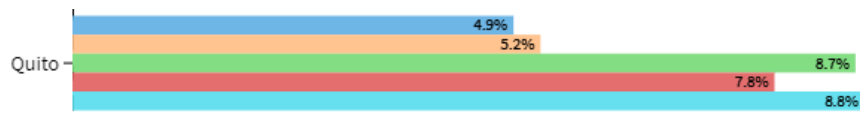
*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** El crecimiento poblacional proyectado del 2020 al 2024, indica un incremento de alrededor de 10000 individuos, lo que genera más oportunidades de expansión del mercado y desarrollo de la población económicamente activa por lo cual pueden convertirse en potenciales consumidores y en base a los resultados del proyecto, ser parte de los productores pioneros, tomando esto como una ventaja de crecimiento para la organización, permitiendo la estabilidad laboral.

### 2.01.02.02 Tasa de desempleo

Búsqueda activa de empleo y considera como desempleados a quienes en el periodo de referencia estuvieron, desempleados, o disponibles para empezar a trabajar de acuerdo con la experiencia laboral. (Vaca, 2011, pág. 54)

## Tasa de desempleo en el Ecuador (período 2014-2018)



**Figura 7** Tasa de desempleo  
**Fuente:** Banco Central  
**Elaborado:** Alexander Cedeño

**Tabla 7** Tasa de desempleo en Quito

HOMBRES	MUJERES	TOTAL
4,9%	3,9%	8,8%

**Fuente:** INEC  
**Elaborado por:** Alexander Cedeño

**Análisis:** En base a la tasa de desempleo de 2017 con un 7,8% en comparación con el año 2018 de 8.8%, existe un incremento del 1%, siendo este un problema para la economía local, ya que el poder adquisitivo de las familias disminuye y por ende su economía se centra en adquirir productos de primera necesidad y afecta de manera directa en el comercio de nuestra producción.

### 2.01.02.03 Pea (Población Económicamente Activa)

Personas de 15 años y más que trabajan al menos 1 hora en la semana de referencia, o aunque no trabajaron tuvieron trabajo (empleados); personas que no tiene empleo pero estaban disponibles para trabajar buscan empleo. (Iranzo, 2011, pág. 67)

*Tabla 8 Población económica activa PEA*

EDAD	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>15-19</b>	257.252	263.636	267.003
<b>20-24</b>	255.715	262.597	265.850
<b>25-29</b>	249.128	256.011	259.526
<b>30-34</b>	236.537	243.256	246.530
<b>35-39</b>	216.372	226.269	230.619
<b>40-44</b>	189.296	200.969	206.776
<b>45-49</b>	164.624	174.106	179.226
<b>50-54</b>	143.159	151.640	155.867
<b>55-59</b>	119.572	128.730	133.172
<b>60-64</b>	94.604	103.323	107.799
<b>Total</b>	<b>1.926.259</b>	<b>2.010.537</b>	<b>2.052.368</b>

*Fuente: Ecuador en Cifras*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** La población económicamente activa para el año 2018 fue de 2052368, de las cuales el 74% que comprende entre las edades de 25 a 64 años, se reconoce como potenciales consumidores del producto, ya que al generar algún ingreso ya sea por un empleo adecuado, subempleo o jubilación, cuentan con los medios para poder adquirir el producto.

### 2.01.03 Factor Legal

Código, o ley que al igual que el resto de reglamentos ligados a las empresas prestadoras de servicios o productivas que en sus artículos tienen el objeto de ayudar a un ente activo que es la empresa y construir las bases del crecimiento económico. (Valle, 2011, pág. 74)

### **2.01.03.01 Factor legal**

#### **Pasos para operar como persona natural**

En el país, los emprendimientos pueden llevarse a cabo mediante la aplicación de dos figuras legales, esto es, como persona natural o como persona jurídica.

Como persona natural, el emprendedor ejerce derechos y contrae obligaciones por sus propios derechos, es decir que asume directa y personalmente la responsabilidad sobre las obligaciones y deudas que genere la empresa.

#### **Pasos para operar como persona natural**

##### **Registro único de Contribuyentes, RUC**

Para obtener el RUC, que corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica, es necesario presentar la siguiente documentación:

##### **Persona natural**

- Formulario 01-A debidamente lleno y suscrito por el contribuyente.
- Original y copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación del contribuyente.
- Planilla de servicio básico de los últimos tres meses, del lugar en donde operará el establecimiento, a nombre del contribuyente, cónyuge, padres, hermanos o hijos.

- 
- Contrato de arrendamiento inscrito, si es el caso, o carta de uso gratuito de inmueble, en caso de que el local esté a nombre de terceros
  - Copia de cédula y certificado de votación del propietario del inmueble.

Si el proceso es realizado por tercera persona, debe presentarse además una carta de autorización, y la cédula original de la persona que realiza el trámite.

Si la inscripción en el RUC es gestionada por un artesano calificado, debe adjuntarse además, original y copia de la calificación artesanal emitida por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

### **Requisitos municipales**

La primera obligación municipal del emprendedor es obtener su registro de patente, mediante la inscripción del Registro de Actividades Económicas Tributarias (RAET), que no es más que el número de patente otorgado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito al contribuyente natural o jurídico, para efectos de cumplir con las declaraciones del sistema impositivo municipal.

Los requisitos para obtener la patente por primera vez para personas naturales son:

- Formulario de declaración de patente para persona natural, debidamente lleno y firmado
- Copia de cédula y certificado de votación
- Copia del RUC
- Acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos

---

Si el emprendedor es una persona con discapacidad, deberá adjuntar además una copia del carné del CONADIS o del Ministerio de Salud, vigente.

### **Permisos de funcionamiento**

#### **LUAE**

El principal y primer permiso a ser obtenido es la LUAE, Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas en el Distrito Metropolitano de Quito (O. M. No. 308 del 31 de marzo de 2010)

La LUAE es el acto administrativo con el que el Municipio de Quito autoriza al emprendedor, el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en dicha jurisdicción. Esta licencia se obtiene mediante tres procesos administrativos: simplificado (bajo riesgo), ordinario (mediano riesgo) y especial (alto riesgo), dependiendo de la categoría de la actividad económica.

Siendo la LUAE el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica, debe ser obtenido de forma anual, hasta el 30 de abril, e integra las diferentes autorizaciones administrativas tales como:

- Uso y Ocupación de Suelo (ICUS)
- Sanidad
- Prevención de Incendios
- Publicidad exterior (Rótulo)
- Ambiental
- Turismo

- Ministerio del Interior (Intendencia de Policía), por convenio de cooperación

Los requisitos generales para la emisión como persona natural son:

- Formulario único de solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE, debidamente lleno y suscrito por el titular del RUC.
- Copia del RUC
- Copia de cédula o pasaporte y certificado de votación de la persona natural.

### **Registro de marca**

La marca es un signo que distingue a un producto o servicio de otros que subsisten en el mismo mercado. El registro de la marca en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, IEPI, concede al emprendedor titular, una serie de derechos y beneficios.

Para registrar la marca es recomendable que previo a la presentación de la solicitud de registro, el interesado realice una Búsqueda Fonética, la cual permite verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro. La tasa por esta verificación es de 16 dólares, misma que debe ser cancelada en el Banco del Pacífico.

Una vez que se cuente con el registro, debe ingresarse la solicitud a través de la plataforma virtual del IEPI,

<https://registro.propiedadintelectual.gob.ec/solicitudes> , creando un casillero

virtual, cargando la documentación requerida por el sistema, efectuando el pago

de la tasa administrativa por 208 dólares en el Banco del Pacífico, y generando el número de expediente para dar seguimiento al trámite.

El proceso concluye con la emisión de una resolución que acepta o rechaza el registro, y en caso de concesión, con la emisión del correspondiente título de registro.

### **Instituciones de apoyo**

- Cámara de Comercio de Quito
- Servicio de Rentas Internas
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
- Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito
- Ministerio de Salud Pública
  
- Agencia de Regulación y Control Sanitario
  
- Ministerio del Interior
  
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual

### **Cuerpo de bomberos**

- Formulario de solicitud LUAE
- Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística
- Copia de Ruc
- Copia de cédula del representante legal

- 
- Copia de papeleta de votación vigente de representante legal
  - Copia de nombramiento de representante legal
  - Autorización del dueño, si el local es arrendado

#### **Ministerio del Ambiente**

- Copia a color de cédula y papeleta de votación del Representante Legal o pasaporte (en caso de corresponder)
- Copia del Ruc
- Formulario de inscripción de regularización
- Categorización Ambiental del SUIA
- Número de trámite LUAE
- Obtención de Registro en la Secretaría de Ambiente
- Comprobante de pago de la revisión de Ficha Ambiental

#### **2.01.04 Factor Tecnológico**

La aparición de innovaciones técnicas en el mercado, tanto de producto, procesos permitiendo ser más eficientes llegando a ser un diferenciador corporativo para la competencia. (Miranda, 2012, pág. 55)

**Análisis:** El factor tecnológico para el proyecto se enfoca en utilizar las TIC'S como herramientas de difusión, en las cuales se busca dar a conocer los productos, de esa forma evidenciar el trabajo y el arte que conlleva elaborar cada una de las piezas que se van a comercializar, logrando concientizar a las personas la labor en la producción de artesanías.

---

## **2.02 Entorno Local**

Todos los aspectos que de manera intrínseca analizan, desarrollan y pueden llegar a controlar el equilibrio en el que se encuentra el desarrollo de la que puede llamarse sociedad económica. (Gallego, 2011, pág. 22)

### **2.02.01 Clientes**

Consumidor eficaz en corporaciones, en comercios locales o empresas minoristas, de organizaciones complejas o de simples para satisfacción propia. (Cockerell, 2012, pág. 38)

#### **2.02.01.01 Clientes Internos**

Clientes internos o llamados también colaboradores, son el talento humano, que con sus habilidades, físicas o profesionales permiten el desarrollo normal de cada una de las áreas con las que cuenta la empresa.

#### **2.02.01.02 Clientes Externos**

Permite el desarrollo económico de la empresa, de igual manera son vitales para que el negocio se mantenga en el ámbito comercial, y sobre todo para la estabilidad y expansión que se obtiene con la fidelidad de ellos, el público objetivo son los turistas locales y extranjeros

### **2.02.02 Proveedores**

Empresa o personas que con su aporte físico económico y sobre todo de abastecimiento permite a otra desarrollar su actividad dependiendo directa, o indirectamente de las funciones que esta realiza. (Cockerell, 2012, pág. 47)

**Tabla 9** Proveedores

<b>Proveedores</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Producto</b>
<b>Ferretería "Galo Orbea"</b>	Calle Gualberto Pérez Sector El Camal	Alambre Galvanizado Cáncamos
<b>Pintulac</b>	Av. Maldonado Sector Nueva Aurora	Cemento Blanco Yeso Cerámico Laca en Spray Patinas – Fundas de celofán
<b>Ferretería "Florescia"</b>	Calle El Porvenir y Av. Maldonado Sector Guamani	Alambre Galvanizado Yeso Cerámico Laca en Spray Patinas – Fundas de celofán

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Luego de haber realizado un análisis de la oferta de los proveedores, tomando en cuenta los siguientes factores que son precios y descuentos que otorgan por las compras recurrentes y en grandes cantidades, calidad y la cercanía al lugar en donde se producen las artesanías se optó por Pintulac y ferretería "Galo Orbea", con los cuales se pretende realizar un acercamiento para obtener mayores beneficios tomando en cuenta que la materia prima se adquirirá con más frecuencia.

### **2.02.03 Competidores**

Grupo de similar reputación comercial, ofreciendo los mismos productos, o de no tener éxito con el mismo, pueden progresar con otro tipo de ellos también llamados productos sustitutos. (Gallego, 2011, pág. 70)

---

**Tabla 10 : Competidores directos**

Establecimiento	Producto
Imaginar	Vasijas de barro
Ecuandicraft	Cuadros, y paisajes cerámicos

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

---

**Tabla 11: Competidores indirectos**

Establecimiento	Producto
Olga Fishc	Tapetes y joyería de tagua
The Ethnic Collection	Tejidos, tallados en tagua, tallados en madera
Artesanías Mazapan	Recuerdos, figuras, adornos de mazapán

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Las artesanías que la empresa va a ofrecer cuentan con varias ventajas competitivas en el mercado, como son la calidad de los productos, la personalización de cada artesanía logrando que cada consumidor se sienta identificado con el producto y teniendo la certeza de que adquiere diseños exclusivos y difíciles de hallar en otro lugar, acompañado de un excelente servicio al cliente, atención y asesoría logrando fidelizar a los potenciales consumidores y logrando convertirlos en clientes frecuentes y así se vaya expandiendo el mercado.

### 2.03 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y amenazas) en la empresa. (Kotler, 2013, pág. 97)

---

Al ser una microempresa que va a constituirse, únicamente contara con oportunidades y amenazas.

### **Oportunidades**

- Elaboración de modelos personalizados y otros diseños
- Apertura del mercado en ciudades cercanas bajo pedido
- Materia prima de bajo costo
- Impulsar el conocimiento de espacios de intercambio con otros artesanos
- Bajo nivel de competencia

### **Amenazas**

- Incremento repentino de la materia prima
- Nuevos competidores en el mercado
- Inflación
- Inestabilidad económica del país
- No contar con apertura de espacios de trabajo, por parte del municipio

## **2.04 Propuesta Estratégica**

“Elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas”. (Kotler, 2013, pág. 58)

Orientado en la obtención de una fuente de ingreso propia, y de en el futuro generar fuentes de empleo, se busca brindar al consumidor un producto de calidad y llamativo, en el cual refleje una pequeña parte de la cultura, y posterior expandirnos a nuevos diseños

### **2.04.01 Misión**

Motivo o razón de ser de una organización, empresa o institución, se enfoca en el presente o en la actividad que se esté realizando en un momento dado. (Kotler, 2013, pág. 9)

#### **Formulación de la misión**

Artesanías J&B es una micro empresa productora y comercializadora de artesanías, que desea dar a conocer parte de la esencia ecuatoriana, por medio de diseños originales para el turista local e internacional, impulsando así cultura y dar a conocer la calidad del producto.

### **2.04.02 Visión**

“Marca la meta final de hacia dónde quiere llegar la organización en el futuro”. (Kotler, 2013, pág. 12)

#### **Formulación de la visión**

Artesanías J&B busca ser una marca reconocida en el ámbito artesanal en un plazo de 5 años, ofreciendo una alternativa al arte en cerámica, permitiendo la contribución y desarrollo económico de los colaboradores, proveedores, clientes en general y el país.

### **2.04.03 Objetivos**

#### **2.04.03.01 Objetivo general**

Lograr el posicionamiento en el mercado, y reconocimiento al ser una micro empresa dedicada a la artesanía con mano de obra ecuatoriana,

---

permitiendo el progreso del sector artesanal como fuente de trabajo, y generando así fuentes de empleo.

#### **2.04.03.02 Objetivos específicos**

- Calcular los costos de producción y la inversión inicial del proyecto.
- Desarrollar un método de producción que permita optimizar todos los recursos para elaborar las artesanías con el fin de evitar desperdicios que generen costos adicionales.
- Buscar una opción que permita el desarrollo económico
- Establecer espacios para difundir el producto

#### **2.04.04 Principios ó valores**

##### **Principios:**

**Ética:** Cuidar y utilizar los insumos y la materia prima, única y exclusivamente para el desarrollo de la microempresa.

**Participación:** Los colaboradores deben ser partícipes en charlas, o capacitaciones que se puedan brindar, siendo estas laborales, como médicas.

**Innovación:** Mejorar, y dar a conocer una mejora detectada para el correcto funcionamiento de la organización.

**Transparencia:** Sincerarse con la organización y sus colaboradores la información entregada, y evitar la emisión de juicios al personal.

**Aprender:** Estar dispuesto al cambio y al aprendizaje que se pueda dar en la marcha.

---

## Valores

**Responsabilidad:** Respetar y cumplir con los lineamientos dentro de la organización, y con los demás colaboradores.

**Puntualidad:** Cumplir con los horarios establecidos, evitando la molestias entre compañeros por no cumplir con indicando en los tiempos establecidos.

**Respeto:** Tratar de forma educada y amable, no solo al cliente interno, sino al cliente externo, y sobre todo a su propia persona cuidando así la integridad de las personas con las que se rodea.

**Lealtad:** No difundir, ni divulgar la forma de trabajar, componentes, o la forma de manipular la materia prima para beneficio de la competencia, o como chantaje a la propia.

**Paciencia:** De dar a conocer al nuevo personal la forma de trabajar, o de manipular la materia prima para su transformación.

**Honestidad:** Infundir entre los colaboradores, la importancia realizar las funciones de manera correcta, sin ejercer prejuicios que afecten de manera individual y colectiva.

### 2.04.05 Gestión administrativa

“Permite llevar adecuadamente a la empresa sus actividades, mediante la planificación, la organización, dirección y control incluyendo un adecuado funcionamiento de sus administradores.” (Massad, 2010, pág. 78)

---

#### **2.04.05.01 Planificación.**

“Es el marco teórico para la acción que se halla en la mente de la empresa u organización de sus colaboradores, permite que los gerentes y otros individuos evalúen cada estrategia aplicada a la situación sean analizada.” (Gallego, 2011, pág. 54).

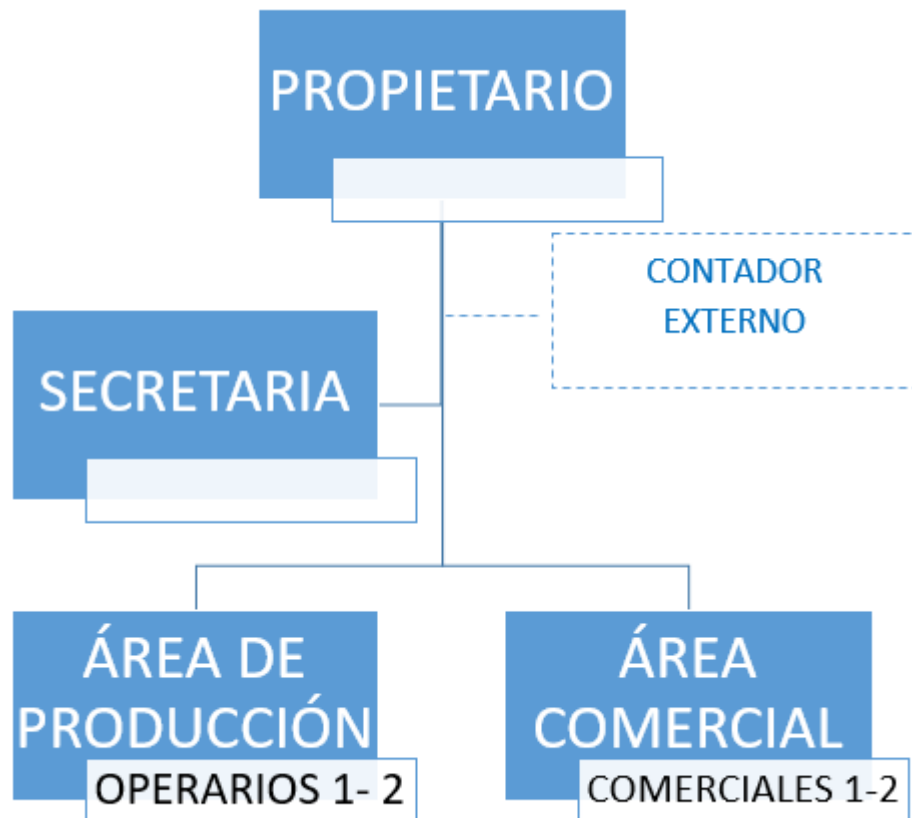
La planificación se puede dar inicio con una encuesta, para verificar si la población estaría dispuesta a dar apertura a un nuevo producto, una vez terminada la misma, se verificaría el precio del producto a lanzarse en el mercado y en los lugares estratégicos para poder comercializarlo,

#### **2.04.05.02 Organización**

La organización como el proceso administrativo es la función que permite definir una estructura formal, dando a conocer a sus colaboradores, cuál es la función y como deben realizarla dentro de ella, con la obligación y compromiso que tienen con ella. (Kotler, 2013, pág. 39)

#### **2.04.05.03 Organigrama estructural**

“El organigrama es la representación visual de la estructura organizacional, líneas de autoridad (cadena de mando), relaciones de personal comités permanentes y líneas de comunicación.” (Franklin, 2010, pág. 46)



*Figura 8: Organigrama Estructural*  
*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado: Alexander Cedeño*

#### 2.04.05.04 Perfil y funciones del cargo

##### Propietario o Gerente

##### Perfil:

- Graduado en administración de empresas, comercio exterior o afines.
- 1 a 2 años de experiencia en manejo de ventas de productos masivos
- Manejo intermedio de equipo utilitario de office
- Buena actitud, capacidad negociadora y facilidad de palabra

---

### **Funciones**

- Funciones principales; Administrar la organización, indica la toma de decisiones, y las metas a realizar
- Funciones secundarias; Es el representante de la empresa, coordina la compra de la materia prima

### **Contador externo**

#### **Perfil:**

- Estudios culminados en contabilidad general
- Experiencia de 2 años en contabilidad (comprobable)

### **Funciones**

- Función principal; Llevar la contabilidad de la organización
- Funciones Secundarias; Reportar al propietario el balance de la microempresa, gastos excesivos, alza de precios en insumos, dar a conocer de ser el caso alguna mejora que pueda presentarse.

### **Operarios de Producción**

#### **Perfil:**

- Estudios culminados en Bachillerato
- Orientación a servicio al cliente
- Organizados, proactivos y responsables
- Buena actitud

### **Funciones**

- Funciones principales; Cumplir con el número de piezas elaboradas indicadas por el propietario, registrando diariamente el total de la mercadería en el kardex
- Mantener el área de trabajo limpio y organizado
- Funciones secundarias; Realizar la compra de la materia prima, reportar alguna novedad, o daños con el insumo adquirido.

### **Vendedor**

#### **Perfil:**

- Estudios secundarios culminados
- Buena presencia
- Facilidad de palabra
- Orientación de servicio al cliente
- Seguimiento a clientes
- Cierre de negocios

#### **Funciones**

- Función principal; Cumplir con el presupuesto mínimo de la empresa, expandir el mercado, dar a conocer y promocionar el producto en diferentes ferias que la organización pueda asistir.

#### **2.04.05.05 Dirección**

Permite lograr de manera efectiva todo lo planeado por medio de la autoridad de la administración, ejercida a base de decisiones ya sean tomadas directamente, o delegando a una autoridad, vigilando de manera simultánea que se cumplan de manera adecuada todas las ordenes emitidas. (Franklin, 2010, pág. 31)

Para la dirección de Artesanías J&B, se plantea como eje principal el cumplimiento de los objetivos establecidos dentro de la organización, tomando como iniciativa incentivar a los colaboradores a alcanzar las metas a indicar, de igual manera realizar evaluaciones mensuales sobre los objetivos propuestos, y dar a conocer los resultados para proponer mejoras a futuro.

#### **2.04.05.06 Controlar**

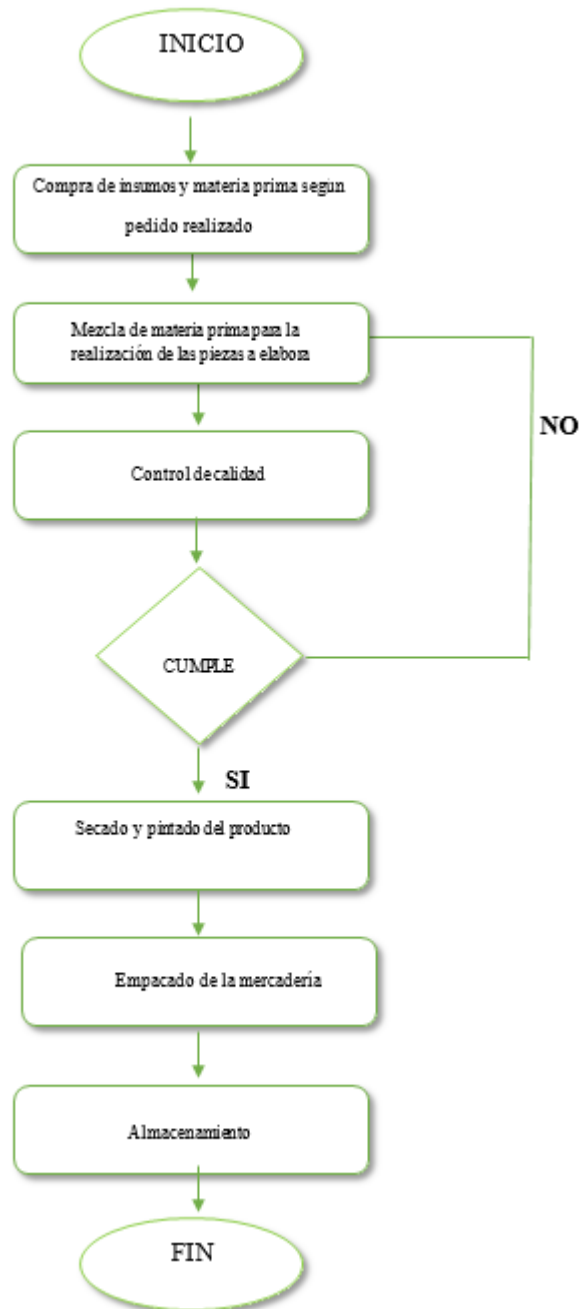
Proceso de medir los actuales resultados en relación con los planes diagnosticando la razón de las desviaciones y tomando las medidas correctivas necesarias para una mejora del sistema. (Robert B, 2011, pág. 49)

- Controlar el stock mensual del producto realizado, según materia prima entregada, mediante bitácoras.
- Verificar quincenalmente el presupuesto realizado por los vendedores, según el plan de presupuestos ya establecidos, y realizar seguimiento correspondiente
- Constatar el cumplimiento de los operarios en sus horarios de ingresos, salida y breaks mediante registro de sus horarios en tarjetas.
- Evidenciar puntos de mejora que se puedan dar en el camino en cada proceso, como evitar el desperdicio de materia prima

#### **2.04.06 Gestión operativa**

En la planificación operativa se necesita abarcar los cambios en la estructura de la organización, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, con la introducción de innovaciones técnicas para la optimización de sus tareas. (Robert B, 2011, pág. 64)

### 2.04.06.01 Flujograma de procesos



**Figura 9:** Flujograma de procesos  
**Fuente:** Investigación de propia  
**Elaborado por:** Alexander Cedeño



*Figura 10* Flujograma de producción  
*Fuente:* Investigación de propia  
*Elaborado por:* Alexander Cedeño

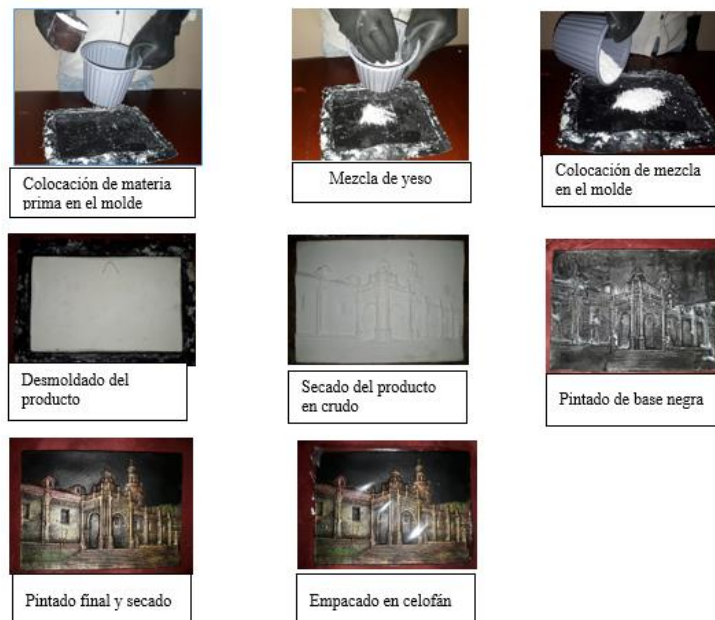
### 2.04.07 Gestión comercial

“Permite el desarrollo de relaciones comerciales, alcanzar los objetivos empresariales, busca la satisfacción del consumidor y la participación en el mercado con la participación del talento humano involucrado.” (Kotler, 2013, pág. 85)

#### 2.04.07.01 Producto

“Se define como producto algo que puede ser ofrecido a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad.” (Kotler, 2013, pág. 13)

Artesanías J&B elabora diseños en los cuales se plasman parte de la identidad quiteña, esperando en un futuro realizar modelos personalizados, en los cuales se puedan plasmar un sentimiento, una memoria, o porque no un hecho en el cual se englobe su cultura.



**Figura 11:** Producto

**Fuente:** Investigación de propia

**Elaborado por:** Alexander Cedeño

---

#### **2.04.07.02 Precio**

Es en el sentido más estricto la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, y se aplica acorde a la calidad, la materia prima (productos), de manera accesible. (Kotler, 2013, pág. 26)

**Análisis:** Para fijar el precio al producto, se debe tomar en cuenta los valores como costo de producción, mano de obra y los cif que se utilizaron, para la elaboración, producción y distribución.

#### **2.04.07.03 Plaza**

“La plaza o distribución física de la compañía, incluye las actividades de la organización que ponen el producto a la disposición de los consumidores que desean adquirirlos.” (Robert B, 2011, pág. 55)

Artesanías J&B estará ubicada en el sector de Guamaní, y su plaza se extenderá por parte del sur del Distrito Metropolitano, distribuyendo sus productos a bazares, feria de artesanías, mercados artesanales, tiendas de novedades y centros educativos.

#### **2.04.07.04 Promoción y publicidad**

“Conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing, para alcanzar plan de objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo orientadas a públicos determinados.” (Bonta, 2012, pág. 28)

Tomando en cuenta el valor unitario del producto, se realizaran promociones a partir de 3 unidades, de igual manera existe un descuento para los centros educativos, o locales comerciales que estén interesados en adquirir el

producto a partir de 50 unidades en adelante realizando un descuento significativo, y ganando así un potencial cliente a futuro.

Con ayuda de la tecnología se logra contar con una página de Facebook, y una página web, para así promover el producto y contactarse con los potenciales clientes.

### Facebook



**Figura 12:** Facebook

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Alexander Cedeño

### Página Web



**Figura 13:** Página web

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Alexander Cedeño

#### 2.04.07.05 Logotipo



*Figura 14: Logotipo*

*Fuente: Investigación de propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

#### Significado de los colores

- Verde; Muestra un toque suave y de armonía en cada diseño
- Café; Brinda un toque de elegancia, y compromiso de un trabajo bien hecho
- Bronce; Solidez y calidad en el producto

#### Slogan

“J&B amor por nuestra cultura”

#### 2.04.07.06 Papelería corporativa



**Figura 15** Calendario

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Alexander Cedeño



**Figura 16** Membrete

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Alexander Cedeño

---

2.04.07.07 Material P.O.P



---

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

## CAPÍTULO III

### 3. Estudio de mercado

El estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación del mercado al que se va a afrontar de manera específica, al que va a afrontar la organización. (Kotler, 2013, pág. 62)

#### 3.01 Análisis del consumidor

Los consumidores de todo el mundo varían enormemente en edad, ingresos, nivel de educación y gustos. La forma en que estos consumidores diversos se relacionan entre si y con otros elementos del mundo que les rodea afectan su elección entre diversos productos, servicios y empresas. (Kotler, 2013, pág. 128)

#### Objetivo del estudio del mercado

Observar, y verificar cómo se comporta el mercado con la introducción del producto, de igual manera determinar por parte del consumidor la aceptación, para la implementación de la micro empresa, y desarrollar el crecimiento de la misma.

#### Objetivos específicos del estudio de mercado

- Posicionamiento en el mercado
- Lograr la aceptación de la marca y el producto

- Incrementar la demanda y oferta con nuevos modelos
- Investigar la forma de innovar el producto con nueva materia prima
- Adaptarse a las exigencias de los consumidores

### Segmentación del mercado

La segmentación del mercado consiste en dividir un mercado en segmentos más pequeños de compradores con diferentes necesidades, características o comportamientos que pueden requerir estrategias o mezclas de marketing diferenciadas. (Kotler, 2013, pág. 164)

El fraccionamiento, o división del mercado permite obtener la diferenciación sobre qué sector objetivo se van dirigir los productos y servicios de artesanías J&B para implantar necesidades, preferencias y nivel de consumo de la población a estudiar observando las variantes poblacionales, geográficas y de conducta del consumidor.

**Tabla 12:** Segmentación del mercado

Características Geográficas	Características Demográficas	Características Psicográficas
<b>Provincia:</b> Pichincha	<b>Género:</b> Indistinto	<b>Ocasiones:</b> Donde el usuario realmente desea adquirir el producto
<b>Cantón:</b> Quito	<b>Población:</b> PEA 309.943 habitantes	<b>Beneficio:</b> Decoración para el hogar, apoyo a la cultura
<b>Parroquia:</b> Guamaní	<b>Nacionalidad:</b> Indistinto	<b>Situación de usuario:</b> Usuario por primera vez, usuarios regulares
<b>Localidad:</b> Quito	<b>Nivel socio económico:</b> Bajo – medio - alto	<b>Frecuencia de compra:</b> Compra cotidiana, continua y esporádica
<b>Dirección:</b> Calle Oswaldo Guayasamin y Calle 13 de Abril		

**Elaborado por:** Alexander Cedeño

**Fuente:** Investigación Propia

### 3.01.01 Determinación de la población y muestra

#### 3.01.01.01 Población

“Una población es el conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones. Debemos definir esa población de modo que quede claro cuando cierto elemento pertenece o no a la población.” (Levin, 2010, pág. 10)

#### 3.01.01.02 Tamaño del universo

*Tabla 13: Tamaño de universo*

Universo	No.
Población Quito	2.735.987
Población Guamaní	72.733
Población PEA	58.294
Población Ingreso de turistas a Quito 2%	47.292
<b>Total PEA y turistas</b>	<b>105.586</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

#### 3.01.01.03 Muestra

“Una muestra es una colección de algunos elementos de la población, no de todos.” (Levin, 2010, pág. 10)

#### 3.01.01.04 Formulación de la muestra

$$N = \frac{N.P.Q.Z}{(N-1)E^2 + P.Q.Z^2}$$

**Nomenclatura:** N= Tamaño De La Muestra

N= Población O Universo

P= Posibilidad De Éxito (50%)

Q= Posibilidad De Fracaso (50%)

E<sup>2</sup>= Margen De Error (5%)<sup>2</sup>

Z<sup>2</sup>= Nivel De Confianza (1.96)<sup>2</sup>

### Desarrollo de la muestra

N= 72.733

P= 50%

Q= 50%

E<sup>2</sup>= 5%<sup>2</sup>

Z<sup>2</sup>= 1.96<sup>2</sup>

$$N = \frac{(105.586). (0.50). (0.50). (3.84)}{(105.588 - 1). (0.05)^2 + (0.50). (0.50). (1.92)^2}$$

N= 383

### 3.01.02 Técnicas de la obtención de la información

#### Focus Group

Los investigadores y mercadólogos observan las discusiones del grupo desde detrás de un espejo unidireccional y registran los comentarios por escrito o en video para su estudio posterior. (Kotler, 2013, pág. 107)

### **Entrevista**

La investigación por encuesta, es el método ampliamente utilizado para recabar datos primarios, es el enfoque idóneo para obtener la información descriptiva. (Kotler, 2013, pág. 167)

### **Cuestionario**

El cuestionario es por mucho el instrumento más común, ya sea que se administre personalmente, por teléfono o en línea, los cuestionarios son muy flexibles pues hay muchas formas de hacer preguntas. (Kotler, 2013, pág. 173)

### **Observación**

Una técnica de recolección de información consistente en la inspección y estudio de las cosas o hechos tal como acontecen en la realidad (natural o social) mediante el empleo de los sentidos (con o sin ayuda de soportes tecnológicos), conforme a las exigencias de la investigación científica y a partir de las categorías perceptivas construidas a partir y por las teorías científicas que utiliza el investigador.

### **Encuesta**

El método más ampliamente utilizado para la recolección de datos primarios, es el método mejor estudiado para la recopilación de información descriptiva. Una empresa que desea conocer comportamientos de compras, preferencias, conductas o conocimiento de las personas con frecuencia puede averiguarlo haciendo preguntas de manera directa. (Kotler, 2013, pág. 106)

Para el proyecto de factibilidad a realizar se utilizará la encuesta, ya que con preguntas de forma directa, y la flexibilidad que se tiene de la misma se

---

tendrá información del comportamiento, gustos y preferencia del consumidor para su posterior análisis.

### **3.01.02.01 Métodos de la encuesta**

## **Encuesta de factibilidad para la implementación de una micro empresa dedicada a la elaboración de artesanías en el sector de Guamaní.**

### **Objetivo**

La siguiente encuesta servirá para fortalecer el mercado artesanal y de esta manera ver cómo podemos mejorar la venta de artesanías y la sustentabilidad de varias localidades.

### **Pregunta n° 1. Indique su género**

- Masculino
- Femenino

### **Pregunta n°2. Indique su edad**

- Menos de 20
- 20 – 30
- 30 – 50
- 50 o mas

### **Pregunta n°3. ¿Qué tipo de artesanía prefiere adquirir?**

- Tejidos

- 
- Cerámica
  - Alfarería
  - Bisutería

**Pregunta n°4 ¿Está usted de acuerdo en adquirir cerámicas con diseños de iglesias del centro histórico de Quito?**

- Si
- No

**Pregunta n°5 ¿Cuál de los siguientes aspectos toma en cuenta para adquirir una artesanía? Puede seleccionar máximo 2**

- Exclusividad
- Un diseño atractivo
- Que esté de moda
- Seguridad
- Materiales
- Precio

**Pregunta n°6 ¿Con que frecuencia usted adquiere artesanías?**

- Trimestral
- Semestral
- Anual
- Nunca

**Pregunta n° 7 ¿Cuánto estaría a pagar por las artesanías?**

- 1 a 5
- 6 a 20
- 21 en adelante

**Pregunta n°8 ¿Porque medio promocional considera usted que se debe informar sobre productos artesanales que le interese comprar?**

- Internet (Redes sociales, Blogs, página web)
- Periódico
- Volantes
- Cara a cara al producto

**Pregunta n°9 ¿Conoce usted lugares que se dediquen a la elaboración de artesanías?**

- Si
- No

**Pregunta n°10 ¿Cuál es lugar de preferencia para adquirir artesanías?**

- Centro comercial
- Mercado artesanal
- Ventas ambulantes

**Pregunta n°11 ¿Qué uso le da usted a la artesanía que adquiere?**

- Regalo
- Adornos para el hogar
- Colección

- Recuerdo

### **3.01.03 Análisis de la información**

“Se interpretan los resultados. Los analistas obtienen conclusiones y a partir de ellas elaboran sus informes, en lo que se hacen recomendaciones para la toma de decisiones y mejorar la gestión de las organizaciones.” (Gallego, 2011, pág. 33)

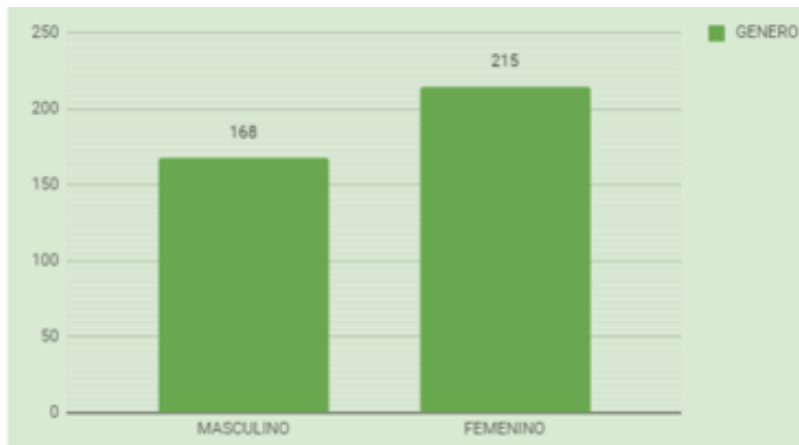
## Datos Generales

**Tabla 14:** *Genero*

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	169	56%
Femenino	214	44%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño



**Figura 17** *Género*

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

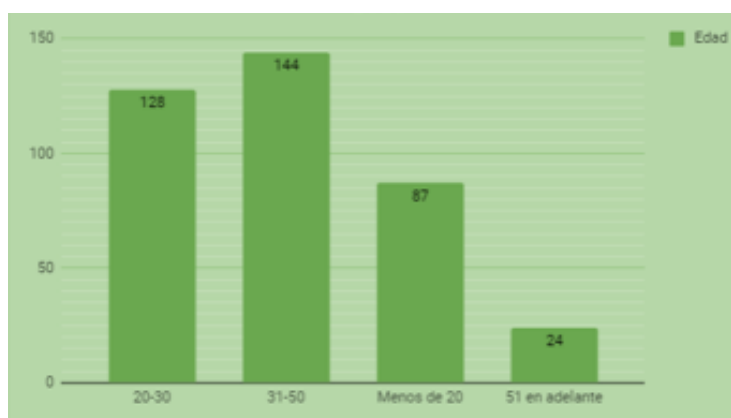
**Análisis:** La figura número 15, es el indicativo del porcentaje de género de las personas que realizaron la encuesta, presentando que de 383 indagaciones el 56% fueron hombres, esto representa a 168 personas, mientras que el 44% fueron mujeres, dando un valor de 215 personas que representan al género femenino.

**Tabla 15: Edad**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
20-30	128	33.5%
31-50	144	37.4%
Menos de 20	87	22.8%
51 en adelante	24	6.3%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Figura 18 Edad**

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Dentro de la figura 16 se observa que de 383 personas encuestadas el 37,4% se encuentra en el rango de 31-50 años, con una diferencia tenemos que 33,5% se encuentra en un rango de 20-30 años, esto es bueno para el proyecto ya que entre dichas edades podrían contar con un ingreso económico, con un valor menor indica que el 22,8% representando a 87 tienen menos de 20 años, y finalizando con el 6,3% tienen más de 51 años de edad.

### **Pregunta N°1**

---

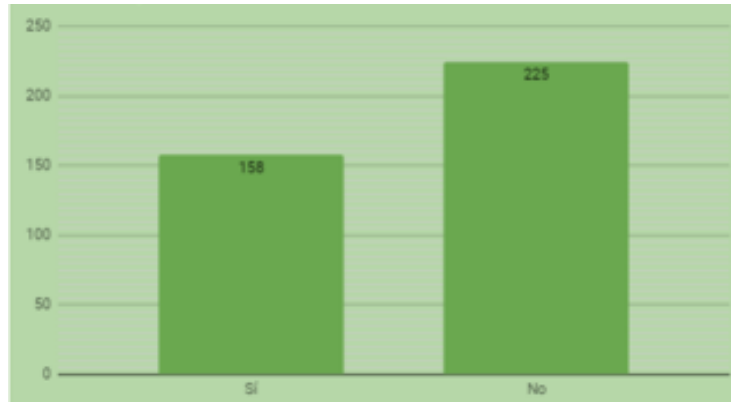
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

**Tabla 16** ¿Conoce las artesanías ecuatorianas?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	158	41.4%
NO	225	58.6%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*



**Figura 19** pregunta 1 ¿Conoce las artesanías ecuatorianas?

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** En esta figura se puede verificar el desconocimiento por parte del consumidor sobre las artesanías ecuatorianas con un 58,6% representando a 225 personas, indicando que no conocen las artesanías ecuatorianas, mientras que 158 personas con un valor del 41,4% mencionan conocer el producto, tomando en cuenta que el valor negativo tiene mayor porcentaje revela que el proyecto es viable para que se pueda dar a conocer el producto y la organización.

### **Pregunta N°2**

---

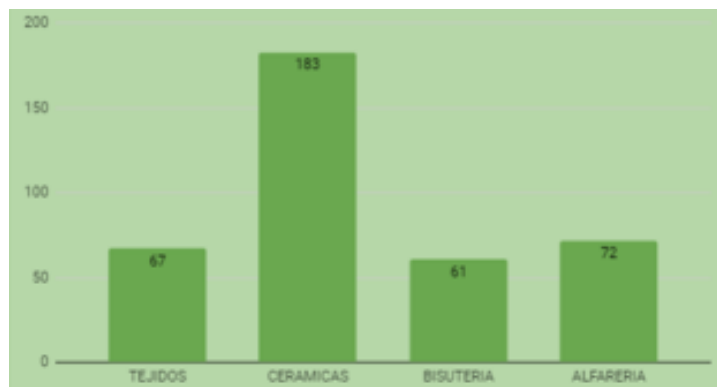
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

**Tabla 17:** ¿Tipo de artesanía prefiere adquirir?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Tejidos	67	17.5%
Cerámica	183	47.6%
Bisutería	61	16%
Alfarería	72	18.8%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño



**Figura 20** pregunta 2 ¿Tipo de artesanía desea adquirir?

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** Dentro de la figura 18 muestra que 183 personas representadas en un 47,3% tienen como preferencia la adquisición de las artesanías fabricadas con cerámica, mientras que el 18,8% prefiere los productos realizados por alfarería, 67 personas con un 17,5% realizaría la compra de tejidos, y con una pequeña diferencia el 16% representando a 61 personas adquiriría bisutería, con estos resultados es significativa y favorable la realización del proyecto con productos realizados a través de cerámica.

### **Pregunta N°3**

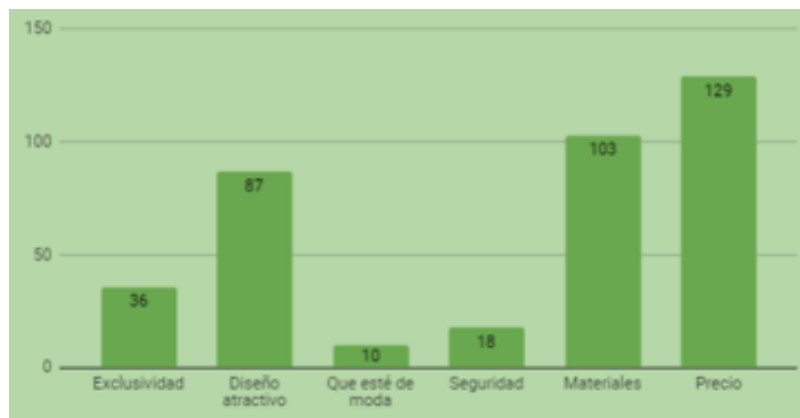
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

**Tabla 18:** ¿Aspectos para la compra de artesanías?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Exclusividad	36	9.4%
Diseño atractivo	87	22.7%
Que esté de moda	10	2.6%
Seguridad	18	4.7%
Materiales	103	26.9%
Precio	129	33.5%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño



**Figura 21** pregunta 3 ¿Aspectos para la compra de artesanías?

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** Como se muestra en la figura número 19, el cliente toma en cuenta como principal característica el precio con un 33,5%, seguido del material del cual se realiza el producto con un 26,9%, dichas características son importantes para producir el producto acorde a las necesidades del usuario.

#### **Pregunta N°4**

---

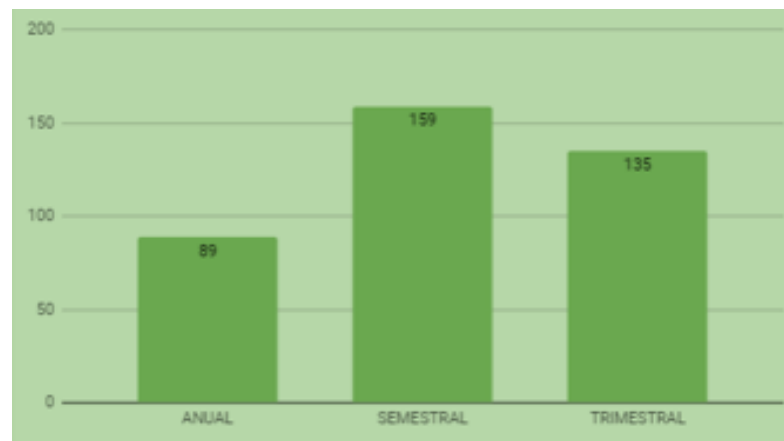
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

**Tabla 19:** ¿Frecuencia de compra?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Anual	89	23,3%
Semestral	159	42,5%
Trimestral	135	33,5%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño



**Figura 22** pregunta 4 ¿Frecuencia de compra?

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** Como observación principal en la figura 20 demuestra que 159 personas encuestadas con el 42,5% indican que adquieren artesanías de manera semestral, mientras que 135 personas equivalente al 33,5% lo hacen de manera trimestral, y el 23,3% lo hace una vez año, lo que refleja el comportamiento del consumidor hacia el producto que se va a ofertar.

### **Pregunta N°5**

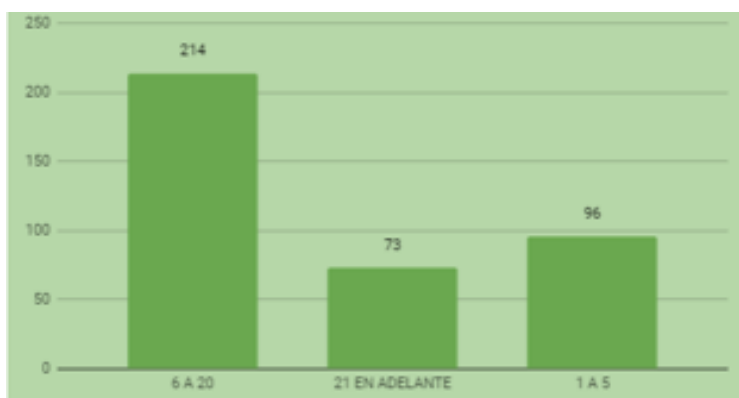
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

**Tabla 20:** ¿Precio a pagar por las artesanías?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5	96	25.1%
6 a 20	214	55.8%
21 en adelante	73	19.1%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño



**Figura 23** pregunta 5 ¿Precio a pagar por las artesanías?

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** Como muestra en la figura anterior se presento 3 opciones de precios, en la cual señala que el usuario estaria dispuesto a pagar un valor entre los 6 a 2 dolares con un 55,8%, lo que es bueno para la organización ya que puede variar el producto entre esos precios, pero tambien revela que el 25,1% estaria dispuesto a pagar de 1 a 5 dolares, y el 19,1% estaria dispuesto a pagar mas de 21 dolares por el producto, llegando asi a la creación de diferentes modelos acorde al poder adquisitivo del usuario y los gustos del mismo.

### **Pregunta N°6**

---

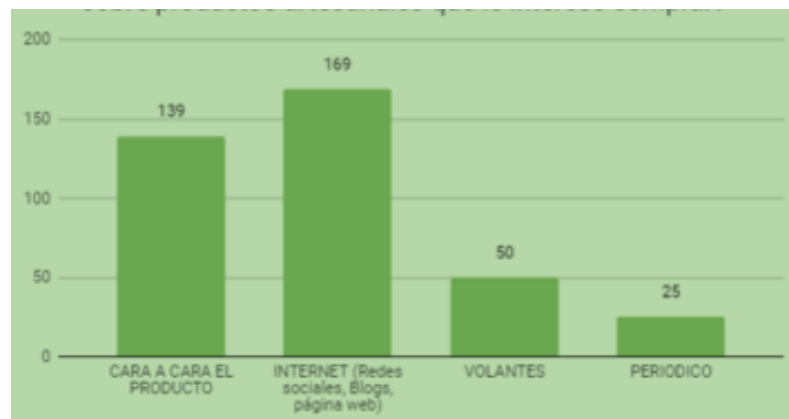
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

**Tabla 21:** ¿Medios de promoción del producto a comprar?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Cara a cara el producto	139	36.4%
Internet – Redes sociales	169	44%
Volantes	50	13.1%
Periódico	25	6.5%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño



**Figura 24** pregunta 6; Medios de promoción del producto a comprar?

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** El consumidor prefiere se de a conocer el producto por medio de internet, o redes sociales con un 44%, seguido por el cara a cara con un 36,4%, el 13,1% de los encuestados prefiere el volanteo como forma de información, mientras que el 6,1% prefiere observarlo en el periodico.

### **Pregunta N°7**

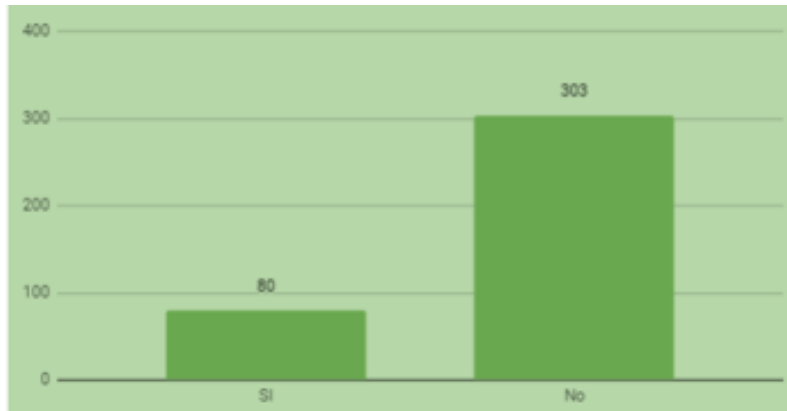
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

**Tabla 22:** ¿Conoce locales donde se elaboren artesanías?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
NO	303	79.1%
SI	80	20.9%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño



**Figura 25** pregunta 7¿Conoce locales donde se elaboren artesanías?

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** Lo mostrado en la tabla 24, indica que la población no conoce locales donde se dediquen a la elaboración de artesanías con un 79,1%, mientras 80 personas representadas porcentualmente en un 20,9% mencionaron que si conocían lugares de elaboración de artesanías de forma general, lo que es una ventaja y un plus para la implementación del proyecto como innovador dentro del mercado.

### **Pregunta N°8**

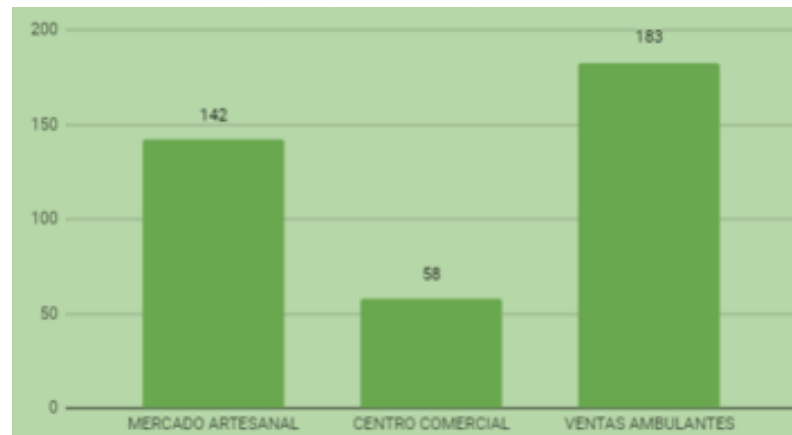
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

**Tabla 23** ¿Cuál es el lugar de preferencia para adquirir artesanías?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Mercado Artesanal	142	37.2%
Centro comercial	58	15.2%
Ventas ambulantes	183	47.6%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*



**Figura 26** pregunta 8 ¿Cuál es el lugar de preferencia para adquirir artesanías?

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Por lo mostrado en la figura 24 el consumidor prefiere adquirir el producto a través de ventas ambulantes con un 47,6%, seguido del mercado artesanal con un 37,2% como sus principales lugares de compra, en el tercer lugar muestra que con un 15, 2% las personas prefieren la compra de productos en centros comerciales, donde generalmente el valor del producto encarece, por los resultados reflejados se optaría por la opción número uno como estrategia de distribución.

### **Pregunta N°9**

---

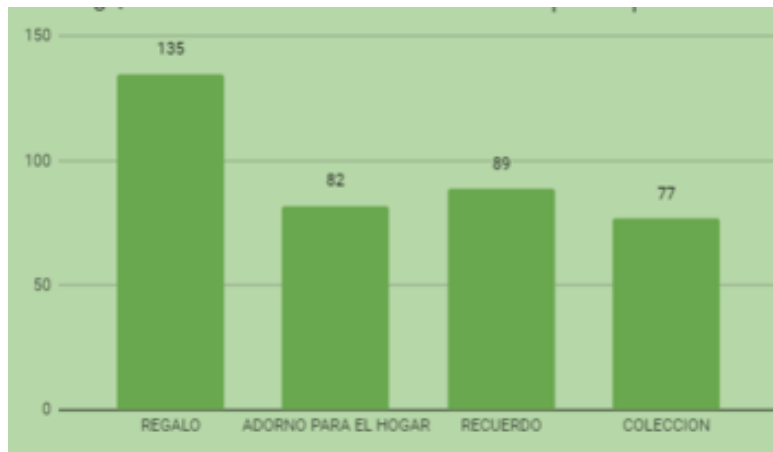
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

**Tabla 24:** ¿Qué uso le da usted a las artesanías que adquiere?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Regalo	135	35.3%
Adorno para el hogar	82	21.5%
Recuerdo	89	23%
Colección	77	20.2%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño



**Figura 27** pregunta 9 ¿Qué uso le da usted a las artesanías que adquiere?

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** Según lo mostrado en la figura 25 la mayoría de los consumidores prefieren dar como regalo un producto artesanal, con un 35,3%, y como segunda se tiene que 23% lo adquieren para tener el producto como recuerdo y un 21,5% como adorno para el hogar, mientras que el 20,2% prefiere obtenerlos como colección

### **Pregunta N°10**

---

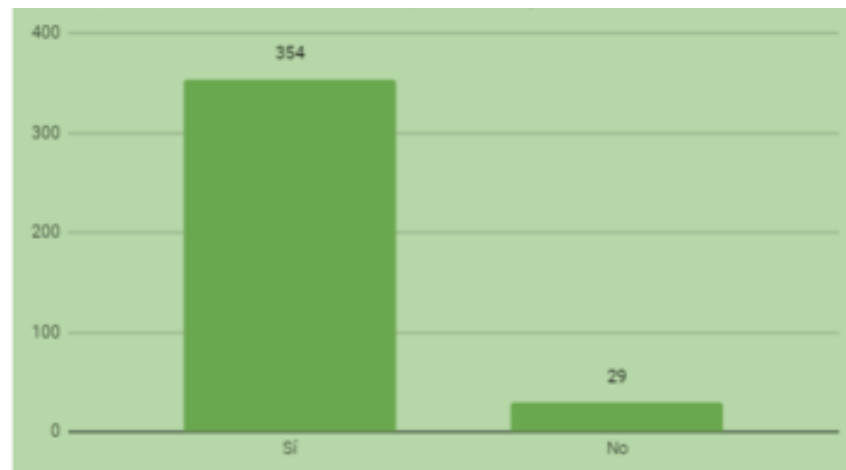
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

**Tabla 25:** ¿Esa usted de acuerdo que se haga J&B en el sector?

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	354	92.4%
No	29	7.6%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño



**Figura 28** pregunta 10 ¿Está usted de acuerdo que se haga J&B en el sector?

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** En la muestra de la tabla 27 el 92,4% está de acuerdo en que se haga J&B en el sector, frente a un no con un valor de 7,6%, esta muestra es favorable, ya que permite dar a conocer la aceptación por parte del consumidor, y así poder realizar el proyecto dentro de la zona encuestada.

### 3.02 Oferta

“Es un elemento esencial de estudio para la obtención de información útil para el desarrollo de decisiones de comercialización.” (Nogales, 2011, pág. 33)

### 3.02.01 Oferta histórica

Es la información que permite reducir la incertidumbre sobre el comportamiento y las reacciones de los individuos, elementos y variables que interactúan en un entorno y. de forma combinada con el factor experiencia, constituyen un excelente punto de referencia para llevar a cabo la toma de decisiones más ajustada a las características y necesidades. (Nogales, 2011, pág. 37)

### 3.02.02. Oferta actual

Permite obtener la información necesaria para realizar el análisis de la situación actual, el análisis de las oportunidades y amenazas y el control del plan (Nogales, 2011, pág. 41)

*Tabla 26: Oferta actual*

Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia	Oferta Proyectada
2019	105,59	92,4%	18,934

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

### 3.02.03 Oferta proyectada

“Permite obtener información necesaria para diseñar el “concepto comercial” que la empresa quiere lanzar al mercado teniendo en cuenta las necesidades y preferencias del consumidor.” (Nogales, 2011, pág. 42)

*Tabla 27: Oferta proyectada*

Proyección de la Oferta			
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada

2020	241.355,65	0,2090	50.443,330
2021	246.424,12	0,2090	51.502,640
2022	251.599,02	0,2090	52.584,196
2023	256.882,60	0,2090	53.688,464
2024	262.277,14	0,2090	54.815,922

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** En la tabla 29 muestra que para el año 2020, la oferta proyectada es de 96.908 usuarios que serían los potenciales compradores, y con la proyección hasta el año 2024, indica que este valor aumentaría al 101,62 consumidores de las artesanías.

### 3.03 Productos sustitutos

“Bienes y servicios que satisfacen necesidades similares, por esta razón se pueden reemplazar unos por otros”. (Nogales, 2011, pág. 55)

#### 3.03.01 Oferta histórica del producto sustituto

*Tabla 28: Oferta histórica del producto sustituto*

PROYECCIÓN DE OFERTA ARTESANIAS MAZAPAN			
Año	2016	2017	2018
Ecuador	25561,76	27069,9	28667,02
Mazapan	291,44	326,65	366,11

*Fuente: Dirección de inteligencia comercial*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

#### 3.03.02 Oferta actual

*Tabla 29: Oferta actual del producto sustituto*

Año	Oferta actual		
	Demanda proyectada	Aceptación de la	Oferta proyectada

competencia (%)			
2019	236.391,43	0,2090	18.934

*Fuente: Dirección de inteligencia comercial*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

### 3.03.03 Oferta proyectada

*Tabla 30: Oferta proyectada producto sustituto*

Proyección de la Oferta			
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2020	241.355,65	0,2090	50.443,330
2021	246.424,12	0,2090	51.502,640
2022	251.599,02	0,2090	52.584,196
2023	256.882,60	0,2090	53.688,464
2024	262.277,14	0,2090	54.815,922

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

### 3.04 Demanda

La demanda es el concepto de mercado, en sus diferentes niveles y acepciones. Nótese que si analizamos de forma gradual algunos conceptos como los de necesidades y deseos, en realidad estos no tienen mucho sentido para el marketing si es que los individuos no tienen la capacidad adquisitiva, es decir personas con necesidades y deseos manifiestos sin “dinero”, no serían de interés para nuestras empresas, esto obviamente resumiendo y simplificando el análisis. (Carasila, 2011, pág. 174)

#### 3.04.01 Demanda histórica

“También llamado “mercado en el que se incursiona, es el conjunto de consumidores que ya han comprado el producto.” (Carasila, 2011, pág. 178)

#### 3.04.02 Demanda actual

La importancia de entender el mercado existente, el nivel de la demanda y la demanda potencial; asimismo, la tasa de una recompra y la compra de un nuevo cliente; incluyendo la cuota de mercado del negocio y la cuota del mercado potencial. Es decir, con la buena comprensión de estas dimensiones de desempeño se podrá evaluar el

volumen actual y futuro del mercado, en otras palabras, el tamaño del mercado, y por consiguiente su demanda (Carasila, 2011, pág. 177)

**Tabla 31: Demanda actual**

Año	Demanda actual		
	Demanda	Tasa de crecimiento poblacional	Demanda proyectada
2019	236.391	1	236.391

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

### 3.04.03 Demanda proyectada

Producto el cual va a ser consumido en el futuro a proyectar.

**Tabla 32: Demanda proyectada**

Año	Proyección de la demanda		
	Demanda	Tasa de crecimiento poblacional	Demanda proyectada
2020	236.391,43	1,021	241.355,65
2021	241.355,65	1,021	246.424,12
2022	246.424,12	1,021	251.599,02
2023	251.599,02	1,021	256.882,60
2024	256.882,60	1,021	262.277,14

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** En la tabla número 34 indica que para el año 2020 se tiene una demanda proyectada de 241.355,65 personas consumiendo el producto, según la tasa de crecimiento revelando que para el año 2024 se va a tener un número de 262.277,14 posibles compradores.

### 3.05 Balance oferta-demanda

#### 3.05.01 Balance actual

**Tabla 33: Balance actual**

Año	Calculo demanda insatisfecha		
	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)

---

<b>2019</b>	236.391,43	18.934	217.457
-------------	------------	--------	---------

---

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** La demanda insatisfecha que muestra la tabla 35 indica un valor de 217.457 el cual se trataría de cubrir de manera continua mediante la variedad de productos a ofrecer, tomando en cuenta nuevos diseños, precio y la atención al cliente.

### 3.05.02 Balance proyectado

*Tabla 34: Balance proyectado*

<b>Cálculo demanda insatisfecha</b>			
<b>Año</b>	<b>Demanda proyectada</b>	<b>Oferta proyectada</b>	<b>Demanda insatisfecha (DP-OP)</b>
<b>2020</b>	241.355,65	50.443	190.912
<b>2021</b>	246.424,12	51.503	194.921
<b>2022</b>	251.599,02	52.584	199.015
<b>2023</b>	256.882,60	53.688	203.194
<b>2024</b>	262.277,14	54.816	207.461

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** El balance proyectado muestra la demanda insatisfecha, la cual tendrá un impacto en la organización, en donde es necesario tomar medidas que permitan mejorar dentro del mercado a competir.

## CAPÍTULO IV

---

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

## 4. Estudio técnico

El estudio técnico para un producto-mercado cualquiera, la demanda puede venir definida por el volumen que fue o sería adquirido por un grupo de compradores determinado, en un período de tiempo dado, bajo unas condiciones del entorno y con unos niveles de esfuerzos de marketing decididos por la organización oferente, con la intención de obtener una actitud favorable de los consumidores y/o compradores respecto a lo ofertado (Carasila, 2011, pág. 180)

### 4.01 Tamaño del proyecto

“El tamaño del proyecto depende del número de compradores que pudieran existir para una oferta de mercado en particular (está en función del interés y los ingresos para la adquisición de las ofertas de mercado.)” (Carasila, 2011, pág. 178)

#### 4.01.01 Capacidad instalada

Es muy importante, en principio, identificar la demanda de mercado y la demanda de empresa y con ello disgregar el cómo se puede abordar su análisis. En ambos casos, demanda de mercado y de empresa, se remarca que constituyen una función. Una función que podría expresarse a través de un conjunto de variables definidas, pero sobre todo, el “nivel de esfuerzo de marketing”, esto conduce a esperar que en una cuantificación empírica se logre identificar el efecto que pudiera implicar la variable “*esfuerzos de marketing*”. (Carasila, 2011, pág. 181)

*Tabla 35: Capacidad instalada*

Capacidad instalada	
Trabajadores	2
Capacidad de producción diaria	360
Capacidad de producción mensual	7200
Capacidad de producción anual	86400
Precio	\$ 2,10
<b>Total</b>	<b>181,440.00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

#### 4.01.02 Capacidad Óptima

Este análisis supone que previamente se ha definido el tipo de mercado en el que nos encontramos de acuerdo con el destino o uso que se le da al producto, el ámbito o espacio que se considera, delimitado temporalmente y sobre todo el nivel de producto sometido a análisis. (Carasila, 2011, pág. 183)

*Tabla 36: Capacidad instalada*

Capacidad óptima	
------------------	--

Trabajadores	2
Capacidad de producción diaria	360
Capacidad de producción mensual	7200
Capacidad de producción anual	86400
% de aceptación	0,92
Total	79.488
% de frecuencia	0,41
<b>Total</b>	<b>32.590</b>
Precio	2.10
<b>Total</b>	<b>68.439.17</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Con una capacidad de producción anual de 86400, y con el porcentaje de aceptación del consumidor que es del 92%, tomando en cuenta que el valor del producto es de 2.10 dólares la unidad, la tabla 38 muestra que se generan ingresos por un total de \$68.439.17.56

## 4.02 Localización

La demanda de mercado para un producto es el volumen total susceptible de ser comprado por un determinado grupo de consumidores, en un área geográfica concreta, para un determinado período de tiempo, en un entorno definido de marketing y bajo un programa específico de marketing. (Carasila, 2011, pág. 179)

### 4.2.01 Macro localización

“La medición involucra el desarrollo de un estimativo cuantitativo de la demanda, que se puede medir a partir de cuatro dimensiones, producto, ubicación geográfica, periodo y cliente, calculándose 180 mediciones de la demanda potencial y una situación de pronóstico.” (Carasila, 2011, pág. 180)

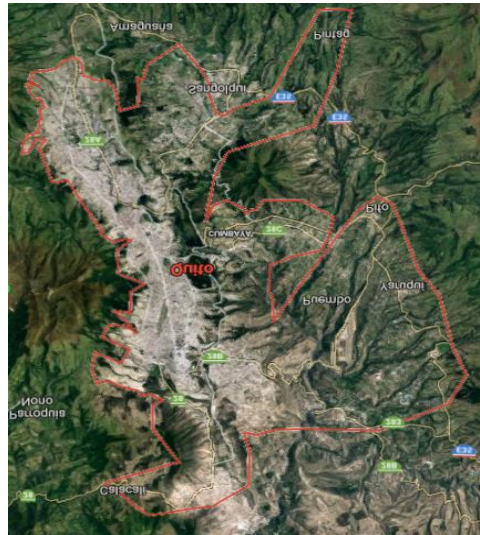
*Tabla 37: Macro Localización*

Macro localización	
<b>País</b>	Ecuador
<b>Provincia</b>	Pichincha

<b>Cantón</b>	Quito
<b>Parroquia</b>	Guamaní
<b>Sector</b>	La Victoria

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*



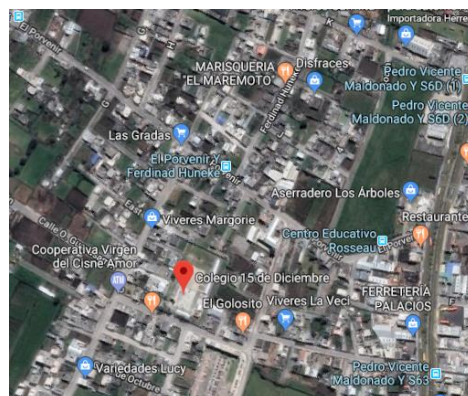
*Figura 29 Mapa de Quito*

*Fuente: Google maps*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

#### 4.02.02 Micro localización

“Es la selección específica del punto, o del terreno dentro de la región que representan las mejores ventajas.” (Hamilton & Pezo, 2012, pág. 107)



*Figura 30 Localización del proyecto*

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019**

*Fuente: Google maps*  
*Elaborado por: Alexander Cedeño*

#### 4.02.03 Localización óptima

“Es la que le proporciona la mayor diferencia entre los ingresos y los costos; es decir, la mejor localización es la que permite obtener la máxima rentabilidad o el nivel máximo en sus utilidades.” (Valbuena, 2011, pág. 121)

**Tabla 38: Localización óptima**

Factor Relevante	Ponderación	Av. Pedro Vicente Maldonado km 14 1/2		Calle 13 de Abril y Calle unión y Progreso		Calle Oswaldo Guayasamin y Calle Libertad	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Escuelas y Colegios	0,3	10	3	7	2,1	6	1,8
Vías de acceso	0,1	9	0,9	8	0,8	7	0,7
Lugar Turístico	0,2	5	1	3	0,6	3	0,6
Competencia	0,1	8	0,8	7	0,7	6	0,6
Parqueaderos	0,1	8	0,8	7	0,7	7	0,7
Transporte	0,2	9	1,8	8	1,6	8	1,6
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>8,3</b>		<b>6,5</b>		<b>6</b>	

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** La muestra que indica la tabla número 40 refleja que el lugar factible donde se realizara la fabricación, y comercialización de las artesanías es la opción número uno, ya que revela como resultado 8,1 el mismo que es un rango aceptable contando con varios elementos para que pueda establecerse dentro del mercado.

### 4.03 Ingeniería del producto

Es el conjunto de estudios, trabajos y planeación, que suele realizar un equipo multidisciplinar, que sirve para llevar a cabo la realización de un producto desde su concepción y diseño de detalle, su fabricación, hasta el fin de su vida útil, su desmontaje y reciclaje. (Lloveras, 2011, pág. 135)

#### 4.03.01 Definición del bien

En su acepción corriente solo considera la forma externa del producto y está generalmente realizado por profesionales del diseño. Pero se refiere al diseño de las funciones técnicas que realizará el producto, al diseño de las piezas que permitan que funcione. (Lloveras, 2011, pág. 136)

#### 4.03.02 Distribución de planta

*Tabla 39: Distribución de planta*

Área	Dimensiones	Total M <sup>2</sup>
Administrativa	3m*3m	9m <sup>2</sup>
Recepción	1.5m*1.5m	3m <sup>2</sup>
Baño Administrativo	1,44m*1,44m	2.07m <sup>2</sup>
Producción	5m*6 m	30 m <sup>2</sup>
Bodega	5m*4 m	20 m <sup>2</sup>
Baño de producción	1,44m*1,44m	2.07m <sup>2</sup>
Ventas	2m*5 m	10 m <sup>2</sup>
Parqueadero	12,5m*2m	25m <sup>2</sup>
Total capacidad instalada		<b>101.14m<sup>2</sup></b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

#### 4.03.02.01 Código de cercanía

**Tabla 40:** Código de cercanía

Código de cercanía	
1	Por Procesos
2	Por Gestión Administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

#### 4.03.02.02 Razones de cercanías

**Tabla 41:** Razones de cercanía

Razones de cercanías	
A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente necesario que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía indiferente
X	Cercanía indeseable

*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

#### 4.03.02.03 Matriz triangular

Área administrativa						
Área de recepción	I2					
Área de producción	E1	O6				
Bodega	I3	I3	O4			
Ventas	O5	I3	I3	O5		
Parqueadero	E5	O5	I5	O5		

**Figura 31** Matriz triangular

*Fuente:* Investigación propia

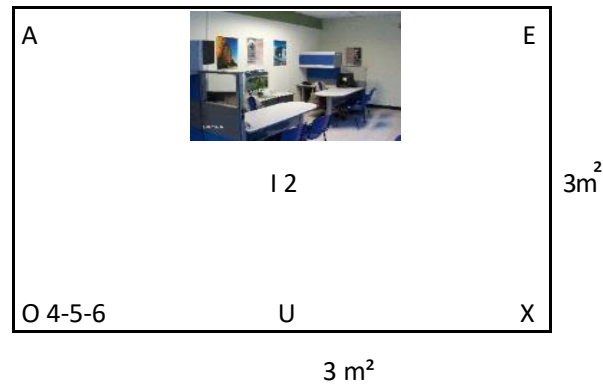
*Elaborado por:* Alexander Cedeño

### Distribución de la planta



*Figura 32 Distribución de planta*  
*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Alexander Cedeño*

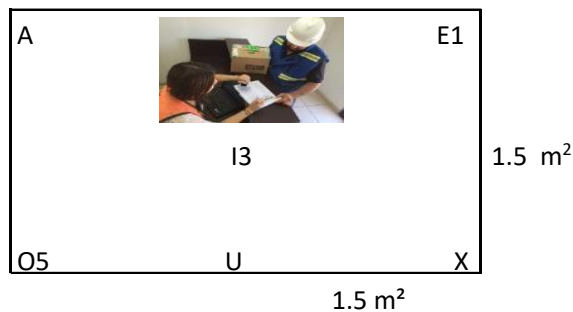
### Tabulación de la matriz Área Administrativa.



*Figura 33 Área Administrativa*  
*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Con un metraje total de  $9\text{m}^2$ , el área administrativa es donde realizarán las actividades el gerente, secretaria, y donde se llevarán a cabo las reuniones con los proveedores y clientes que deseen realizar alguna observación del producto.

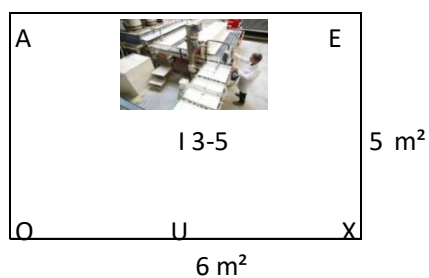
### Área de recepción



**Figura 34** Área de recepción  
*Fuente:* Investigación propia  
*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** En el área de recepción donde se receptará la materia prima a utilizar cuenta con un espacio físico de  $3\text{m}^2$ , en el cual se verificará que el producto a utilizar este en óptimas condiciones.

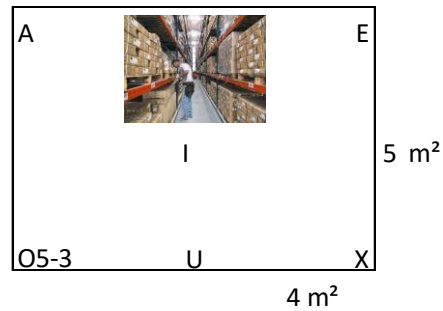
### Área de producción



**Figura 35** Área de producción  
*Fuente:* Investigación propia  
*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** Con un total de 30m<sup>2</sup> en el área de producción se realizara la transformación de la materia prima, mezcla y realización del producto.

### Bodega



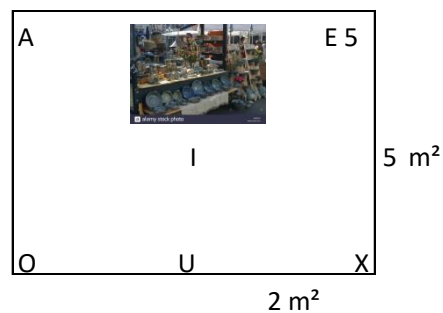
**Figura 36** Bodega

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** Como indica la figura 32 en la bodega se cuenta un un total de espacio de 20m<sup>2</sup> donde se almacenara el stock de los productos elaborados, siendo este seco y seguro, evitando el deterioro de las artesanias.

### Ventas



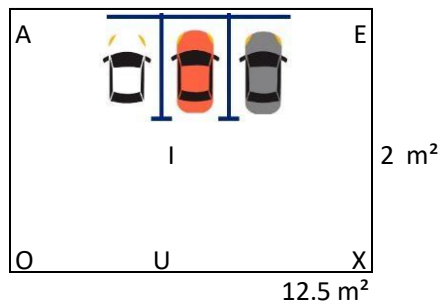
**Figura 37** Ventas

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** El área de ventas es importante que se encuentre cerca al parqueadero para comodidad de los clientes, cuenta con un espacio de 10m<sup>2</sup>.

## Parqueadero



*Figura 38* Parqueadero

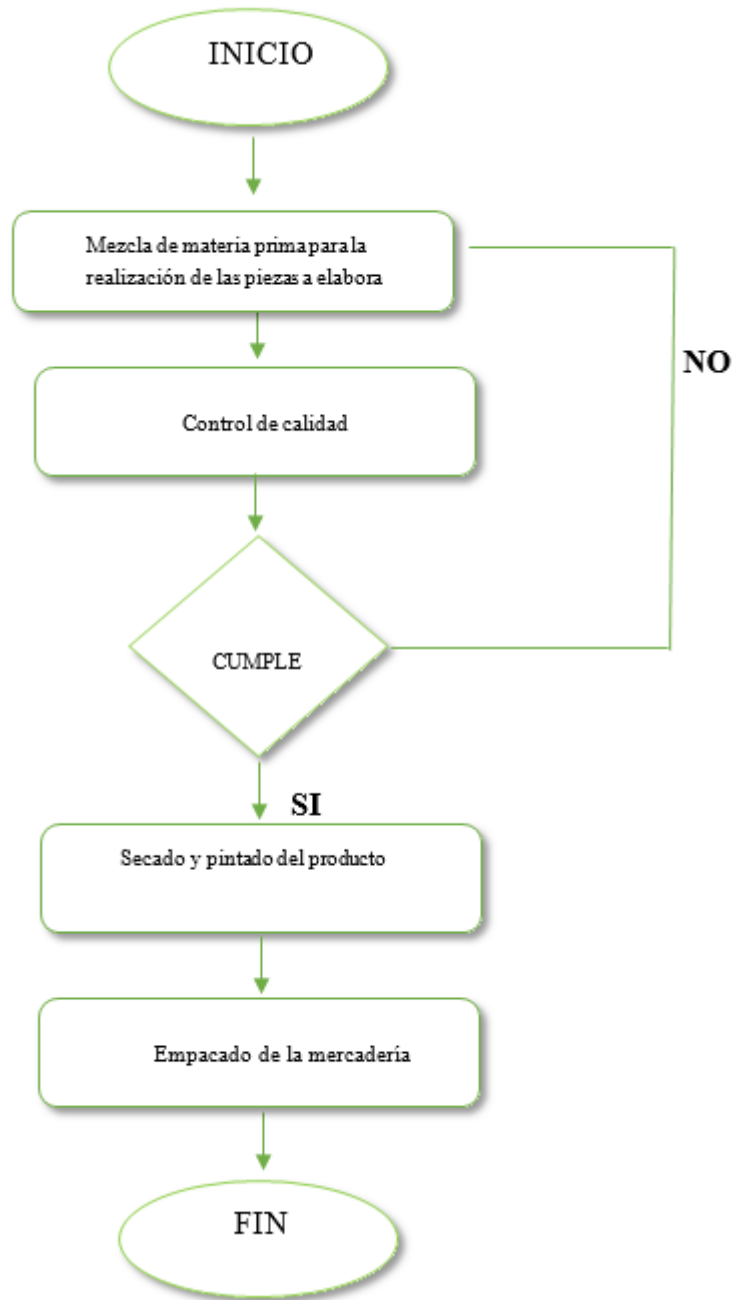
*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** Cuenta con un espacio de  $25\text{m}^2$  es importante contar con un área de parqueadero, para que los clientes se encuentren más cómodos y seguros al momento de dejar su vhc en las instalaciones.

### 4.03.03 Proceso productivo

“Está referido a la utilización de recursos operacionales que permiten transformar la materia prima en un resultado deseado, que bien pudiera ser un producto terminado.” (Rodríguez Medina, 2011, pág. 137)



**Figura 39** Proceso productivo  
*Fuente:* Investigación Propia  
*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Tabla 42: Proceso productivo**

Área	Descripción de actividades	Tiempo (minutos)
Mezcla de materia prima para elaboración de producto	Se procede con la mezcla de MP, se coloca en los moldes para darle forma a la figura	5
Control de calidad	Se revisa que el producto tenga la consistencia y rigidez adecuada antes de sacarla del molde	3
Secado y pintado del producto	Se procede con el secado, y una vez que el producto este totalmente seco se procede a pintarlo	10
Empacado de la mercadería	Cuando la pintura este totalmente seca se realiza el empacado de las artesanías e ingresarlas a bodega	7
<b>TOTAL</b>		<b>25</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

#### 4.03.04 Maquinaria y equipo

La distribución de las instalaciones, la cual está referida a la localización de las máquinas, a los grupos de trabajo, a los departamentos, entre otros, y lo que busca es organizar el trabajo que garantice un equilibrio del flujo de actividades a desarrollar. (Rodríguez Medina, 2011, pág. 142)

**Tabla 43: Muebles y enseres**

Muebles y enseres			
Descripción	Cantidad	Valor	
		Unitario	Total
<b>Mesa de trabajo</b>	3	\$200,00	\$600,00
<b>Escritorio</b>	2	\$200,00	\$400,00
<b>Silla</b>	6	\$12,00	\$72,00
<b>Estantería</b>	3	\$100,00	\$300,00
<b>Vitrina</b>	1	\$200,00	\$200,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$712,00</b>	<b>\$1.572,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Tabla 44: Equipo de computación**

Equipo de computación			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
<b>Computadora de escritorio</b>	1	\$550,00	\$550,00
<b>Laptop</b>	1	\$500,00	\$500,00
<b>Impresora multifunción</b>	1	\$300,00	\$300,00
<b>TOTAL</b>		\$1.400	\$1.400

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Tabla 45: Equipo de Oficina**

Equipo de oficina			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
<b>Teléfono</b>	2	\$30,00	\$60,00
<b>Calculadora</b>	2	\$10,00	\$20,00
<b>Grapadora</b>	3	\$10,00	\$30,00
<b>Perforadora</b>	2	\$7,00	\$14,00
<b>TOTAL</b>		\$57,00	\$124,00

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Es importante realizar el cálculo de muebles y enseres, equipo de cómputo, al igual que de oficina ya que de esa manera se puede planificar el inicio del proyecto, mostrando así la importancia de realizar las actividades y contar con cada uno de los implementos que permitan tener el control, y cumplir con las expectativas especificadas.

## CAPÍTULO V

### 5. Estudio financiero

La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cual será el costo total de la operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto que es la evaluación económica. (Urbina, 2012)

#### 5.01 Ingresos

##### 5.01.01. Ingresos operacionales

Los valores recibidos o causados como resultados de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega de bienes y servicios así como los dividendos, participaciones y demás ingresos por concepto de intermediación financiera siempre y cuando se identifique con el objeto social principal del ente económico. (Martinez, 2011, pág. 205)

**Tabla 46: Ingresos operacionales**

Ingresos operacionales	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Productos	Q	VU	Ingreso	Q	VU	Ingreso	Q	VU	Ingreso	Q	VU	Ingreso	Q	VU
Artesanías del centro histórico	32.590	\$ 2,10	68.439,17	33274	2,10	69.987,20	33.973	2,11	71.571,78	34.686	2,11	73.190,79	35.414	2,11	74.846,51
<b>TOTALES</b>	32590		68.439,17	33274	2,10	69.987,20	33.973	2,11	71.571,78	34.686	2,11	73.190,79	35.414	2,11	74.846,51

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Lo presentado en la tabla 48 indica que para el primer año se tendría un ingreso de \$68.438.17, por la venta de cada artesanía a \$2.10 cada unidad, con la proyección realizada hasta el quinto año, muestra que los ingresos aumentarían a un valor de \$74.846.51 ya con un valor de \$2.11 mostrando un incremento de \$6.408.38

### 5.01.02. Ingresos no operacionales

Comprende los ingresos provenientes de transacciones diferentes a lo del objeto social, o giro normal de los negocios del ente económico e incluye entre otros los ítems relacionados con operaciones de carácter financiero en moneda nacional o extranjera, arrendamientos, servicios, honorarios, utilidad en venta de propiedades e ingresos de ejercicios anteriores. (Martínez, 2011, pág. 205)

### 5.02 Costos

“Son aquellos costos que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas.” (Urbina, 2012, pág. 27)

#### 5.02.01. Costos Directos

Una amplia variedad de materiales puede ser necesaria para elaborar un producto o un servicio. Aquellos materiales que forman parte integral del producto o servicio y que pueden identificarse de manera adecuada en el mismo, por ejemplo, la madera usada en la elaboración de una mesa, se denomina materiales directos o materias primas. (Villegas, 2010, pág. 12)

*Tabla 49: Mano de obra directa*

Mano de obra directa			
Detalle	Descripción	Cantidad	valor mensual
Salario	Operador	2	\$ 394,00
<b>Total</b>			<b>\$ 788,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

*Tabla 47: Costos directos*

Costos directos		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Materia prima	\$ 477,26	\$ 5.727,12
Materiales directos	\$ 138,42	\$ 1.661,00
Mano de obra directa	\$ 788,00	\$ 9.456,00
Prestaciones sociales	\$ 326	\$ 3.906.59
<b>TOTAL</b>		<b>\$20.750.71</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Los detalles entregados en la tabla 51 muestra que para la inversión anual en artesanías J&B, se necesitan en materia prima un valor de

\$5.727,12, en materiales directos un valor de \$1.661.00, mano de obra \$9.456.00 y en prestaciones sociales un valor de \$3.906,59 lo que da un valor total de \$20.750.71 para la elaboración del producto a realizar en el proyecto.

### 5.02.02 Costos Indirectos

Denominados también costos generales de fabricación simplemente como todos los costos de producción, excepto los materiales directos y la mano de obra directa. (Villegas, 2010, pág. 13)

*Tabla 48: Costos indirectos*

Costos indirectos		
Detalle	Valor mensual	Valor anual
Servicios básicos	\$ 57,00	\$ 684,00
Útiles de aseo	\$ 24,20	\$ 290,40
Útiles de oficina	\$ 7,10	\$ 85,20
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.059,60</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Los cif, o costos indirectos de fabricación no están involucrados en la elaboración del producto de forma directa, pero son igual de importantes para el proceso productivo, dentro de artesanías J&B, como indica la tabla 52 es necesario un valor anual de \$1.059.60 para mantener estos costos en la elaboración del proyecto.

### 5.02.03 Gastos Administrativos

Incluyen todos los gastos de la organización que no pueden lógicamente ser incluidos en la producción o en el mercadeo, como salarios de ejecutivos, contabilidad, secretarías, relaciones públicas y demás costos asociados con la administración general de la organización como un todo. (Villegas, 2010, pág. 14)

**Tabla 49: Gastos administrativos**

<b>Gastos administrativos</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Sueldos	\$ 1.094,00	\$ 13.128,00
Prestaciones sociales	\$ 393	\$ 4.721,85
Servicios básicos	\$ 52,00	\$ 624,00
Útiles de aseo	\$ 2,42	\$ 29,00
Útiles de oficina	\$ 4,53	\$ 54,40
Arriendo	\$ 1.100,00	\$ 13.200,00
Depreciación equipo de computo	-	\$ 450,00
Depreciación de equipo de oficina	-	\$ 12,40
Depreciación muebles y enseres	-	\$ 157,20
<b>TOTAL</b>		\$ 32.376,85

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Para la administración de J&B, muestra que se debe cubrir un valor total anual de \$32.376.85 gastos administrativos, los que permitirán a la organización mantenerse estable cubriendo las necesidades indicadas.

#### 5.02.04 Gastos de ventas

“Incluyen todos los gastos necesarios para dar a conocer el producto o servicio y llevar las ordenes al cliente. Tales gastos incluyen ítems como: propaganda, embarques, comisiones, salarios de vendedores.” (Villegas, 2010, pág. 13)

**Tabla 50: Gastos de venta**

<b>Gastos de venta</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Sueldo	\$ 394,00	\$ 4.728,00
Prestaciones sociales	\$ 162,77	\$ 1.953,29
Servicios básicos	\$ 30,25	\$ 363,00
Publicidad	\$ 45,00	\$ 540,00
<b>TOTAL</b>		\$ 7.584,29

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

---

**Análisis:** El gasto de venta representado en la tabla 54 para el primer año tiene un valor de \$7.584,29 el mismo que cubriría los valores de publicidad, servicios básicos, prestaciones sociales y sueldos.

#### **5.02.05 Gastos financieros**

Son los gastos que están ligados a los ingresos durante un determinado periodo. Por tanto no se incluyen como parte integral de los inventarios. Las comisiones sobre ventas y el alquiler de oficinas de administración, son ejemplos de estos gastos. (Villegas, 2010, pág. 14)

#### **5.02.06 Costos fijos**

“Aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado independientemente de los cambios registrados en el volumen de operaciones realizadas”. (Colin, 2012, pág. 12)

#### **5.02.06 Costos variables**

“Son aquellos costos cuya magnitud cambia en razón directa al volumen de las operaciones realizadas.” (Colin, 2012, pág. 13)

### **5.03 Inversiones**

#### **5.03.01 Inversión fija**

“Se llama inversión fija porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de el, sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.” (Urbina, 2012, pág. 143)

**Tabla 51: Inversión fija**

Inversión fija	
Activos fijos	Valor
Muebles y enseres	\$ 4.848,00
Equipo de computo	\$ 3.600,00
Equipo de oficina	\$ 788,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.236,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** La inversión fija que se necesita para el proyecto muestra un valor de \$9.236.00 entre activos tangibles y no tangibles, en los activos tangibles se toma en cuenta aquellos que tienen más de un año de vida útil.

### 5.03.02 Activos fijos

“Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa como terrenos, edificios, maquinaria, mobiliario, vehículos de transporte herramientas y otros.” (Urbina, 2012, pág. 143)

**Tabla 52: Activos Fijos**

Inversión fija	
Activos fijos	Valor
Muebles y enseres	\$ 4.848,00
Equipo de computo	\$ 3.600,00
Equipo de oficina	\$ 788,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.236,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** El costo que refleja en la tabla 56 por activos fijos es de \$9.236.00, por la elaboración de las artesanías, se proyecta que este valor

incremento con la inclusión de maquinaria y equipo para la mejora de productividad, y ofrecer variedad del producto.

### 5.03.03 Activos nominales

Conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología gastos pre operativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios estudios que tiendan a mejorar en el presente o el futuro. (Urbina, 2012, pág. 143)

*Tabla 53: Activos Nominales*

Activos nominales	Valor
Gastos de Organización	\$ 135,00
Capacitación de Personal	\$ 70,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 205,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Dentro de los gastos nominales se presentan los gastos de organización, al igual que los de capacitación de personal, y publicidad, los mismos permitirán a artesanías J&B publicitarse, y dar a conocer la marca y productos en el mercado, mostrando un valor total de \$205.00

### 5.03.04 Capital de trabajo

Desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. (Urbina, 2012, pág. 145).

**Tabla 54: Capital de trabajo**

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Total
<b>Materia prima existente</b>	\$ 477,26	\$ 477,26	\$ 477,26	\$ 1.431,78
<b>Servicios básicos</b>	\$ 57,00	\$ 57,00	\$ 57,00	\$ 171,00
<b>Mano de obra directa</b>	\$ 788,00	\$ 788,00	\$ 788,00	\$ 2.364,00
<b>Arriendo</b>	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 3.300,00
<b>TOTAL</b>	\$ 2.422,26	\$ 2.422,26	\$ 2.422,26	\$ 7.266,78

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** El capital de trabajo a presentarse durante los 3 meses es de \$2.422.26 valor requerido para iniciar las operaciones del proyecto, en los que incluye materia prima, servicios básicos y mano de obra directa.

### 5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

“Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas.” (Urbina, 2012, pág. 152)

**Tabla 55: Fuentes de financiamiento y uso de fondos**

Fuentes de financiamiento				
	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO	PROVEEDORES
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	\$ 9.236,00	\$ 9.236,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Maquinaria y Equipo</b>	\$ 0,00	\$ 0,00		
<b>Muebles y Enseres</b>	\$ 4.848,00	\$ 4.848,00		
<b>Equipo de Computo</b>	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00		
<b>Equipo de oficina</b>	\$ 788,00	\$ 788,00		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 205,00	\$ 205,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Gastos de Organización</b>	\$ 135,00	\$ 135,00		
<b>Capacitación de Personal</b>	\$ 70,00	\$ 70,00		
<b>Gastos de Publicidad</b>	\$ 0,00	\$ 0,00		

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$	\$ 7.266,78	\$ 0,00	\$ 0,00
	7.266,78			
<b>Materia Prima Existente</b>	\$	\$ 1.431,78		
	1.431,78			
<b>Servicios Basicos</b>	\$	\$ 171,00	\$ 171,00	
<b>Mano de obra directa</b>	\$	\$ 2.364,00		
	2.364,00			
<b>Arriendo</b>	\$	\$ 3.300,00		
	3.300,00			
<b>TOTAL</b>	\$	\$ 16.707,78	\$ 0,00	\$ 0,00
	16.707,78			
	100%	100%	0%	

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Mediante la tabla 59 se observa que el 100% será a utilizar para el financiamiento del proyecto será por medio de recursos propios, esto quiere decir que no se utilizara el financiamiento por parte del banco o alguna institución bancaria.

### 5.03.06 Amortización de financiamiento

“Mecanismo para recuperar con aplicaciones periódicas las erogaciones efectuadas por concepto de gastos de instalación y adaptación de la planta fabril, de acuerdo con la vida útil esperada.” (Colin, 2012, pág. 92)

### 5.03.07 Depreciaciones

“Se refiere a la baja de valor de los activos fijos fabriles, ocasionada por el uso, transcurso del tiempo u obsolescencia.” (Colin, 2012, pág. 92)

**Tabla 56: Depreciaciones**

Depreciaciones							
Descripción	Valor	Vida útil	año1	año2	año3	año4	año5
Muebles y enseres	\$ 1.572,00	10	\$157,20	\$116,50	\$116,50	\$116,50	\$116,50
Equipo de oficina	\$ 124,00	10	\$ 12,40	\$ 43,30	\$ 43,30	\$ 43,30	\$ 43,30
Equipo de computación	\$ 1.350,00	3	\$450,00	\$381,33	\$381,34	\$381,34	\$381,34
<b>TOTAL</b>			\$619,60	\$541,13	\$541,14	\$159,80	\$159,80
Depreciación activo diferido							
Descripción	Valor	Vida útil	año1	año2	año3	año4	año5
Activos nominales	\$ 205,00	5	\$ 41,00	\$ 41,00	\$ 41,00	\$ 41,00	\$ 41,00

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Dentro de la tabla 60 se observa el equipo de cómputo cumple su vida útil de trabajo, por lo que la organización debe invertir nuevamente en este ítem, cabe aclarar que la depreciación es el deterioro que sufren los activos perceptibles por el uso que se le da a cada uno de ellos.

### 5.03.08 Estado de situación inicial

También llamado estado de posición financiera o balance general, que muestra información relativa a una fecha determinada sobre los recursos y obligaciones financieros de la entidad; por consiguiente, los activos en orden de su disponibilidad, revelando sus restricciones; así como, el capital o patrimonio contable a dicha fecha. (Fuentes, 2017)

**Tabla 57: Estado de situación inicial**

<b>ARTESANIAS "J&amp;B"</b>			
<b>Balance General</b>			
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	\$	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
	7.266,78		
Bancos	<u>\$ 7.266,78</u>	Cuentas por pagar	-
		<b>Total Pasivo Corriente</b>	-
<b>ACTIVOS NO CORRIENTE</b>	\$ 9.236,00		
Propiedad planta y equipo	\$9.236,00	<b>PASIVO LARGO / PLAZO</b>	\$ 0.00
Equipo de oficina	\$788,00	Préstamo L/P	<u>\$0.00</u>
Maquinaria o equipos	\$ 0.00	<b>TOTAL DE PASIVO</b>	\$0.00
Equipo de computo	\$3.600,00		
Muebles y enseres	\$4.848,00	<b>PATRIMONIO</b>	<u>\$16.707.78</u>
		Capital	<u>\$16.707.78</u>
<b>OTROS ACTIVOS</b>	\$ 205,00		
Gastos de organización	\$ 135,00		
Gastos de publicidad	\$ 40,00		
Capacitación personal	\$ 30,00		
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<u>\$16.707.78</u>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<u>\$16.707.78</u>
<b>FIRMA GERENTE</b>		<b>FIRMA CONTADOR</b>	

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** El estado de situación inicial permite observar el valor monetario de los activos, pasivos y el patrimonio dentro de J&B, con los que comenzara la actividad económica.

#### 5.04.07 Estado de resultados proyectado

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. Esta definición no es muy completa, pues habrá que aclarar que los ingresos pueden provenir de fuentes externas e internas y no sólo de la venta de los productos. (Urbina, 2012, pág. 150)

**Tabla 58: Estado de resultados**

<b>ARTESANIAS "J&amp;B"</b>					
<b>ESTADOS DE RESULTADOS</b>					
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ingresos</b>	\$ 68.439,17	\$ 69.987,20	\$ 71.571,78	\$ 73.190,79	\$ 74.846,51
Servicios totales	\$ 68.439,17	\$ 69.987,20	\$ 71.571,78	\$ 73.190,79	\$ 74.846,51
Inflación: 0,16%					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Costos</b>					
Costo de producción	\$ 21.810,31	\$ 21.845,20	\$ 21.880,16	\$ 21.915,17	\$ 21.950,23
Costo directo	\$ 20.750,71	\$ 20.783,91	\$ 20.817,16	\$ 20.850,47	\$ 20.883,83
Costos indirectos (gastos de fabricación)	\$ 1.059,60	\$ 1.061,30	\$ 1.062,99	\$ 1.064,69	\$ 1.066,40
<b>Gastos de ventas</b>	\$ 7.584,29	\$ 7.596,43	\$ 7.608,58	\$ 7.620,76	\$ 7.632,95
<b>Gastos de administración</b>	\$ 32.376,85	\$ 32.428,66	\$ 32.480,54	\$ 32.532,51	\$ 32.584,56
<b>Gastos financieros</b>	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Depreciación</b>	\$ 619,60	\$ 541,13	\$ 541,14	\$ 159,80	\$ 159,80
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 6.048,11</b>	<b>\$ 7.575,78</b>	<b>\$ 9.061,36</b>	<b>\$ 10.962,56</b>	<b>\$ 12.518,96</b>
Participación empleados (15%)	\$ 907,22	\$ 1.136,37	\$ 1.359,20	\$ 1.644,38	\$ 1.877,84
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 5.140,89</b>	<b>\$ 6.439,41</b>	<b>\$ 7.702,15</b>	<b>\$ 9.318,18</b>	<b>\$ 10.641,12</b>
Impuesto a la renta	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 5.140,89</b>	<b>\$ 6.439,41</b>	<b>\$ 7.702,15</b>	<b>\$ 9.318,18</b>	<b>\$ 10.641,12</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** La tabla 62 indica aquellos ingresos, y los egresos que se tiene en el proyecto en cada periodo anual, mostrando así que para el primer año se tiene un valor de utilidad de \$5.140.89, y para el último año proyectado se tendría un valor de \$10.641.12

### 5.03.10 Flujo caja

“El flujo de caja es el estado financiero que registra cronológicamente el movimiento del efectivo de la empresa, el flujo de caja es necesario para conocer la rentabilidad que se puede obtener de un negocio.” (Wilson, 2005, pág. 110)

**Tabla 59: Flujo de efectivo**

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Inversión</b>	-\$			-\$		
<b>Total</b>	11.863,26			3.600,00		
<b>Excedente</b>		\$	\$	\$	\$	\$ 10.841,92
<b>Operacional</b>		5.801,49	7.021,54	8.284,29	9.518,98	
<b>FLUJOS</b>	-\$	\$	\$	\$	\$	\$ 10.841,92
<b>DE</b>	11.863,26	5.801,49	7.021,54	4.684,29	9.518,98	
<b>EFFECTIVO</b>						

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

## 5.04 Evaluación financiera

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. (Urbina, 2012, pág. 181)

### 5.04.01 Tasa de descuento

“Tasa de descuento, llamada así porque descuenta el valor del dinero en el futuro a su equivalente en el presente, y a los flujos traídos al tiempo cero se les llama flujos descontados.” (Urbina, 2012, pág. 182)

**Tabla 60: Tasa de descuento**

Tasa	Porcentaje
Tasa activa	11,83%
Tasa pasiva	4,34%
<b>TMAR</b>	<b>16,17%</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** El resultado que refleja la tabla 64 indica que el valor de la TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento) es del 16,17%, la misma que será

usada en el proyecto, este valor refleja luego que la tasa activa presente un porcentaje del 11,83%, y la tasa pasiva del 4,34%.

#### 5.04.02 VAN (Valor actual neto)

La definición del valor presente neto ya tiene sentido. Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. (Urbina, 2012, pág. 182)

**Tabla 61 : Valor actual neto**

VAN =	- P	FNE 1	FNE 2	FNE 3	FNE 4	FNE 5
		$+$	$+$	$+$	$+$	$+$
		$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$
VAN =	-\$	\$	\$	\$	\$	\$
	16.707,78	5.801,49	7.021,54	4.684,29	9.518,98	10.841,92
		1,16	1,35	1,56	1,82	2,11
VAN =	-\$	\$	\$	\$	\$	\$
	16.707,78	4.996,98	5.209,16	2.993,28	5.239,16	5.139,79
VAN =	-\$	\$				
	16.707,78	23.578,37				
VAN =	\$					
	6.870,59					

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Lo reflejado en la tabla 65, indica que el valor actual neto para el proyecto a presentarse es de \$6.870,59 esto en un plazo de 5 años, en donde la inversión inicial es de \$16.707,78 mostrando así que la ejecución del proyecto es viable.

#### 5.04.03 TIR (Tasa interna de retorno)

La ganancia anual que tiene cada inversionista se puede expresar como una tasa de rendimiento o de ganancia anual, llamada tasa interna de rendimiento, es la tasa de descuento que hace que la suma de los flujos descontados sea igual a la inversión inicial. (Gabriel Baca Urbina, 2016, pág. 53)

**Tabla 62:** Tasa interna de retorno

VAN	- P	FNE 1	FNE 2	FNE 3	FNE 4	FNE 5
=		+	+	+	+	+
		$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$
VAN	-\$	\$	\$	\$	\$	\$
=	16.707,78	+ 5.801,49	+ 7.021,54	+ 4.684,29	+ 9.518,98	+ 10.841,92
		1,31	1,71	2,24	2,93	3,83
VAN	-\$	\$	\$	\$	\$	\$
=	16.707,78	+ 4.434,54	+ 4.102,51	+ 2.092,04	+ 3.249,57	+ 2.829,11
VAN	-\$	\$				
=	16.707,78	+ 16.707,78				
VAN	\$ 0,00					
=						
TIR	30,83%					
=						

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexander Cedeño

**Análisis:** El valor de la TIR muestra que es de 30.83% la misma que al compararse con la TMAR que es de 16,17% es mayor, lo que es beneficioso para la realización del proyecto.

#### 5.04.03 PRI (Período de recuperación de la inversión)

“En términos simples. La duración es una medida de tiempo promedio que dentro del proyecto se debe esperar antes de recuperar toda su inversión.” (Gabriel Baca Urbina, 2016, pág. 120)

**Tabla 63:** Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACION					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
Actualizado					
0	-\$ 16.707,78	-\$ 16.707,78	1,00	-\$ 16.707,78	-\$ 16.707,78
1	\$ 5.801,49	-\$ 10.906,29	0,86	\$ 4.993,97	-\$ 11.713,81
2	\$ 7.021,54	-\$ 3.884,74	0,74	\$ 5.202,89	-\$ 6.510,92
3	\$ 4.684,29	\$ 799,55	0,64	\$ 2.987,87	-\$ 3.523,05
4	\$ 9.518,98	\$ 10.318,52	0,55	\$ 5.226,54	\$ 1.703,49
5	\$ 10.841,92	\$ 21.160,44	0,47	\$ 5.124,32	\$ 6.827,81

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexander Cedeño

**Tabla 64: Periodo de recuperación a valores corrientes**

PERIODO DE RECUPERACION		
A		
VALORES CORRIENTES		
	Inversión a	
	Ingresos	Recuperar
<b>AÑO 3</b>	\$ 4.684,29	-\$ 3.884,74
<b>1 mes</b>	\$ 390,36	-\$ 3.494,39
<b>2 mes</b>	\$ 390,36	-\$ 3.104,03
<b>3 mes</b>	\$ 390,36	-\$ 2.713,67
<b>4 mes</b>	\$ 390,36	-\$ 2.323,31
<b>5 mes</b>	\$ 390,36	-\$ 1.932,96
<b>6 mes</b>	\$ 390,36	-\$ 1.542,60
<b>7 mes</b>	\$ 390,36	-\$ 1.152,24
<b>8 mes</b>	\$ 390,36	-\$ 761,88
<b>9 mes</b>	\$ 390,36	-\$ 371,53
<b>10 mes</b>	\$ 390,36	\$ 18,83
<b>11 mes</b>	\$ 390,36	\$ 409,19
<b>12 mes</b>	\$ 390,36	\$ 799,55

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Como muestra la tabla 68 el periodo de recuperación de los valores corrientes para el proyecto a presentarse indica que se recuperara la inversión en un tiempo de 3 años

**Tabla 65: Periodo de recuperación a valores actualizados**

PERIODO DE RECUPERACION A		
VALORES ACTUALIZADOS		
	Inversión a	
	Ingresos	Recuperar
<b>AÑO 4</b>	\$ 5.226,54	-\$ 3.523,05
<b>1 mes</b>	\$ 435,54	-\$ 3.087,51
<b>2 mes</b>	\$ 435,54	-\$ 2.651,96
<b>3 mes</b>	\$ 435,54	-\$ 2.216,42
<b>4 mes</b>	\$ 435,54	-\$ 1.780,87
<b>5 mes</b>	\$ 435,54	-\$ 1.345,33
<b>6 mes</b>	\$ 435,54	-\$ 909,78
<b>7 mes</b>	\$ 435,54	-\$ 474,24
<b>8 mes</b>	\$ 435,54	-\$ 38,69
<b>9 mes</b>	\$ 435,54	\$ 396,85

10 mes	\$ 435,54	\$ 832,40
11 mes	\$ 435,54	\$ 1.267,94
12 mes	\$ 435,54	\$ 1.703,49

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** El resultado obtenido para el periodo de recuperación de valores

actualizados como indica en la tabla 69 sería en un lapso de 4 años.

#### 5.04.05 RBC (Relación costo beneficio)

El costo se define como la tasa de rendimiento necesaria para mantener el valor de la empresa, o precio de las acciones de la empresa en el mercado, el beneficio viene a ser la capacidad que tiene una empresa para generar o ganancia económica a cambio de la inversión realizada. (Gabriel Baca Urbina, 2016, pág. 158)

*Tabla 66: Relación costo beneficio*

RELACION BENEFICIO COSTO				
RBC = $\frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$				
PERIODO	Ingresos	Ingresos Actualizados	Costos	Costos Actualizados
1	\$ 68.439,17	\$ 68.439,17	\$ 21.810,31	\$ 21.810,31
2	\$ 69.987,20	\$ 69.987,20	\$ 21.845,21	\$ 21.845,21
3	\$ 71.571,78	\$ 71.571,78	\$ 20.817,16	\$ 20.817,16
4	\$ 73.190,79	\$ 73.190,79	\$ 21.915,17	\$ 21.915,17
5	\$ 74.846,51	\$ 74.846,51	\$ 21.950,23	\$ 21.950,23
		\$ 358.035,45		\$ 108.338,08
<b>RBC =</b>	<b>3,30</b>			

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** La relación costo beneficio muestra que artesanías J&B por cada dólar invertido tiene una ganancia de \$2.30, lo que es viable para el proyecto a realizar.

#### 5.04.06 Punto de equilibrio

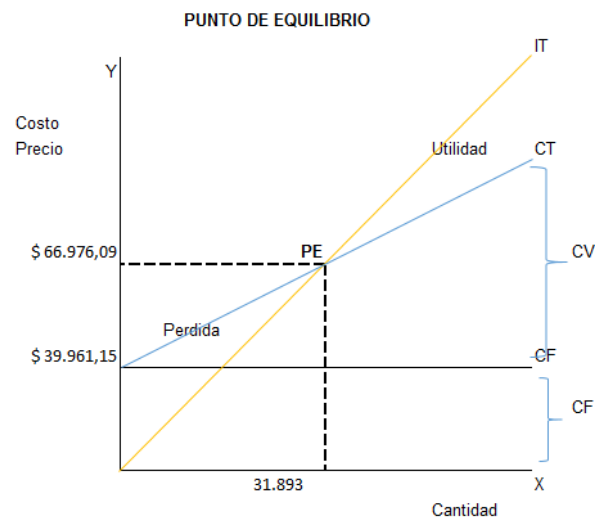
“Las empresas deben buscar un equilibrio entre lo que están adquiriendo y para que lo van a utilizar y la fuente del recurso económico que habrá que financiar dicha adquisición”. (Gabriel Baca Urbina, 2016, pág. 168).

**Tabla 67: Punto de equilibrio**

PUNTO DE EQUILIBRIO			
P.E. =	CF		
	p - Cvu		
<b>Costos Fijos:</b>	Valor		
<b>Gastos Administrativos</b>	\$ 32.376.85		
<b>Gastos de Ventas</b>	\$ 7.584.29		
<b>Gastos Financieros</b>	\$ 0,00		
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 39.961.15</b>		
<b>Costo Variable unitario</b>	\$ 0,85		
<b>Precio</b>	\$ 2,10		
<b>PE =</b>	CF		
	p	-	Cvu
<b>PE =</b>	\$ 39.961.15		
	\$ 2,10	-	\$ 0,85
<b>PE =</b>	\$ 39.961.15	=	31893 u
	\$ 1,25		
DEMOSTRACION			
<b>VENTAS</b>	\$ 66.976.09		
<b>(-) Costo Variable</b>	\$ 27.014.94		
<b>(=) Margen Contribución</b>	\$ 39.961.15		
<b>(-) Costo Fijos</b>	\$ 39.961.15		
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	\$ 0,00		

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*



**Figura 40** Punto de equilibrio  
*Fuente:* Investigación propia  
*Elaborado por:* Alexander Cedeño

**Análisis:** El valor indicado para el punto de equilibrio en el proyecto es de \$31.893 el mismo que permite tener un balance entre las ventas y los gastos permitiendo así tener un balance entre pérdidas y ganancias.

#### 5.04.07 Análisis de índices financieros

La principal finalidad del análisis es entender las formulas e interpretar los resultados de los indicadores financieros, que son de gran utilidad para evaluar el desempeño de una empresa o negocio, es de suma importancia que el financiero sepa interpretar adecuadamente el significado y determinar si refleja positiva o negativamente algún factor de la empresa. (Ramirez, 2016, pág. 10)

#### 5.04.07.01 ROE (Retorno sobre el capital propio)

*Tabla 68: ROE*

R.O.E =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$
R.O.E =	$\frac{5.140,89}{16.707,78}$
R.O.E =	0,31

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** Según el indicador ROE la rentabilidad a generar sobre el patrimonio sería de 31% sobre los fondos propios.

#### 5.04.07.02 ROA (Retorno sobre los activos)

*Tabla 69: ROA*

R.O.A =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$
R.O.A =	$\frac{5.140,89}{916.707,78}$
R.O.A =	0.31

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** La tabla 73 con el indicador ROA se observa se tienen una rentabilidad de 31% sobre los activos fijos.

---

**5.04.07.04 ROI (Rentabilidad sobre la inversión)***Tabla 70: ROI*

ROI=	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{INVERSIÓN}}$
ROI=	$\frac{5.140,89}{16.707,78}$
ROI=	0.31

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Alexander Cedeño*

**Análisis:** El valor que se obtiene en el indicador rentabilidad sobre la inversión es de 31% lo que permite continuar con el proyecto.

## CAPITULO VI

### 6. Análisis de Impactos

#### 6.01 Impacto Ambiental

El termino impacto se aplica a la alteración que introduce una actividad humana en su “entorno”, interpretada en términos de “salud y bienestar humano” o, más genéricamente, de calidad de vida de la población; por entorno se entiende la parte del medio ambiente, (en términos de espacio y de factores) afectada por la actividad o, más ampliamente, que interacciona con ella. Por lo tanto, el impacto ambiental se origina en una acción humana. (Erosa, 2004, pág. 20)

**Análisis:** Artesanías J&B no genera un impacto ambiental ya que la materia prima utilizada (yeso y agua) es utilizada en su totalidad para la realización del producto, el residuo que desprende, es nuevamente utilizado para la curación (retoque) de las artesanías y de los moldes que por la manipulación puede generar desgaste.

#### 6.02 Impacto Económico

Para reflejar el impacto económico y financiero se utilizarán indicadores como la variación en las curvas de producción, los conflictos con los sectores económicos activos, los índices de rentabilidad financiera, el análisis de sensibilidad y los cambios previstos en los indicadores económicos y productivos. (Erosa, 2004, pág. 25)

Oportunidades de ofrecer plazas de trabajo, el desarrollo económico personal, del sector y del país son algunos de los objetivos que impulsan a la realización-y ejecución del presente proyecto permitiendo así el progreso de la

---

economía, y dar a conocer un poco de la cultura quiteña dentro del mercado y fuera de la ciudad de Quito.

### **6.03 Impacto Productivo**

“Consiste en la manipulación y modificación intencionada de la naturaleza, para obtener de ella lo necesario para subsistir, ya que es una actividad constituida y específica de la condición humana.” (Fabara, 2006, pág. 131)

**Análisis:** Al tratarse de un producto artesanal, y que promueve parte de la cultura quiteña se intenta promover el consumo del producto realizado en el país, permitiendo así que el consumidor conozca el producto en el cual plasma el entorno y ayuda al crecimiento económico.

### **6.04 Impacto Social**

La intervención se orienta hacia la satisfacción de las necesidades prioritarias de los grupos más vulnerables de la región, promoviendo el incremento de la autogestión comunitaria con respeto a sus diferencias culturales, de forma que les permita alcanzar un mayor grado de participación en la toma de decisiones en sus respectivas áreas. (Erosa, 2004, pág. 28)

El proyecto tiene varias aristas a enfocarse, en las que se encuentran la realización de nuevas fuentes de trabajo, ayudar a personas a tener un ingreso con el cual puedan subsistir, promover el consumo del producto nacional, dar a conocer parte de la cultura de la ciudad y ganar reconocimiento de la marca y del producto dentro del mercado, para en un futuro generar diferentes modelos y tener mayor apogeo dentro de los consumidores.

## CAPÍTULO VII

### 7. Conclusiones y recomendaciones

#### 7.01 Conclusiones

Luego de realizar un análisis del proyecto y determinar la información se presentan las conclusiones a detallar:

- Para la realización de la organización se tomó en cuenta aspectos sociales, económicos, para su posterior análisis buscando la manera de ingresar al mercado, y poder competir en él.
- Se identificó que dentro del proyecto el espacio físico de la planta de distribución y elaboración del proyecto, son las adecuadas para su progresivo funcionamiento tomando en cuenta el tipo de material a manipular.
- Una vez realizada la encuesta para saber el comportamiento del consumidor con el producto a presentar se identificó que se tiene una aceptación considerable con él 92,4% lo que indica que es factible presentar, mejorar y expandir el producto.
- Se observó mediante el estudio financiero que el valor de la TMAR es de 16,17%, teniendo una inversión de \$7.021,54, mismo valor que se recuperaría en un periodo de 2 años y 11

meses indicando que es recomendable para el proyecto, y con un costo beneficio que indica que se tiene una ganancia de \$2,30 por cada dólar invertido.

- Es importante el estudio ambiental, ya que en la actualidad las PYMES también quiere darse a conocer como empresas amigables con el ambiente, el proyecto a realizar no genera contaminación alguna lo que es un punto a favor.

### **7.02 Recomendaciones**

- Generar un modelo de negocio, donde se busque de manera masiva expandir a las localidades cercanas el producto y así ingresar al mercado permitiendo establecerse no solo en Quito, si no fuera de la ciudad.
- Mejorar la ubicación, o expansión del local “matriz”, a un lugar más céntrico donde permita que el producto se comercialice, y se conozca de una manera rápida importante, no solo al turista local, si no al internacional.
- Capacitar a los colaboradores, no solo en el plano laboral, si no fuera de este, al igual que en áreas de salud ocupacional para así prevenir, enfermedades, accidentes laborales que puedan perjudicar el desempeño y posterior mantener un equilibrio entre el trabajo y el ámbito familiar.

- Lograr mejorar los resultados de manera gradual, e incentivar al personal a obtener metas mayores, mejorando así los beneficios dentro de la organización para cada uno de sus colaboradores.

---

## Bibliografía

- Bonta, P. (2012). *199 preguntas de marketing*. Madrid: Norma.
- Carasila, A. M. (2011). *La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones*. Sevilla: Cielo.
- Cockerell, L. (2012). *El cliente pone las reglas*. Bogota: Empresa activa.
- Colin, J. G. (2012). *Contabilidad de costos*. Mexico: McGraw Hill.
- Erosa, V. (2004). *Proyectos de inversión en ingeniería*. Mexico: Limusa.
- Fabara, F. (2006). *Terminología utilizada en economía y finanzas*. Quito: LNS.
- Foros Ecuador. (15 de Febrero de 2016). *Requisitos para sacar la patente municipal de Quito*. Obtenido de Foros Ecuador:  
<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/34066-requisitos-para-sacar-la-patente-municipal-de-quito>
- Franklin, E. B. (2010). Organización de empresas. En E. B. FRANKLIN, *Organización de empresas*. Mexico: Interamericana editores.
- Fuentes, J. C. (2017). *Estados financieros básicos*. Madrid: Isef empresa lider.
- Gabriel Baca Urbina, M. M. (2016). *Ingeniería económica*. Mexico: Grupo editorial patria.
- Gallego, F. E. (2011). *Simon y la economía organizacional*. Bogota: Opera.
- Hamilton, M., & Pezo, A. (2012). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Medellin: Convenio Andres Bello.

- 
- Iranzo, S. (2011). *Introducción al riesgo país*. Madrid: Eurosistema.
- Lafuente, F. (2010). *Aspectos del comercio exterior*. Mexico: Eumed.
- Levin, R. y. (2010). *Estadísticas para administración y economía*. Mexico: Pearson.
- Lloveras, J. (2011). *Creatividad en el diseño conceptual de ingeniería de producto*. Madrid: Creatividad y sociedad.
- MaestriI, T. S. (2013). *Artesanías de excelencia*. Santiago de Chile: Graphics.
- Martinez, A. M. (2011). *Contabilidad del patrimonio*. Mexico: Ecoe ediciones.
- Massad, C. (2010). *Economía para todos*. Santiago de Chile: Maval.
- Miranda, O. G. (2012). *La definición de factores sociales en el marco de las investigaciones actuales*. Santiago de Chile: Universidad de oriente.
- Nogales, A. F. (2011). *Investigación y técnicas del mercado*. Madrid: Esic editorial colección.
- Philip Kotler, G. A. (2013). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Edusula.
- Ramirez, H. B. (2016). *Indicadores financieros fácilmente explicados*. Mexico: Editorial Umbrella.
- Robert B, B. (2011). *Ubicación disciplinaria de la educación*. Bristol: Macgraw education.
- Rodríguez Medina, G. (2011). *Análisis estratégico del proceso productivo en el sector industria*. Maracaibo: Red científica.
- Sennett, R. (2010). *El artesano*. Barcelona: Anagrama.
-

---

SENPLADES. (2017).

Seuports, V. (2017). *Ceramica: Origen, evolución y técnicas*. Valencia:

Vilafranca.

Urbina, G. B. (2012). *Evaluación de proyectos*. Madrid: Mcgraw Hill.

Vaca, F. S. (2011). *Teoria general del entorno* (26 ed.). Madrid: Graphic.

Valbuena, R. (2011). *La evaluación del proyecto en la decision del  
empresario*. Mexico D.F: Nueva autonoma.

Valle, J. H. (2011). *Análisis situacional*. Mexico: Cosei.

Vera, S. C. (2013). *Aplicación de los intereses pasivos y activos en el sistema  
bancario ecuatoriano y sus efectos*. Quito: Eumed.

Villegas, C. C. (2010). *Contabilidad de costos, enfoque gerencial y de  
gestión*. Medellin: Pearson Educación de Colombia Ltda.

Wilson, M. H. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos  
empresariales aplicados*. Bogota: Quebecor world.

# ANEXOS

---

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

**FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA  
METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES  
ECONÓMICAS (LUAE) EN EL D.M.Q.**


INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
RUC / RISE:	Nombre Comercial:		
Establecimiento No.:	Principal:	Sucursal:	Patente / RAET:
Actividad Económica:	Predio No.:		
¿Cuenta en su establecimiento con máquinas de juegos electrónicos y/o mecánicos? Sí: <input type="checkbox"/> No: <input type="checkbox"/>			
PERSONA NATURAL			
C.C. / Pasaporte:	Nombres y Apellidos:		
PERSONA JURÍDICA			
C.C. / Pasaporte Repr. Legal:	Nombres y Apellidos Repr. Legal:		
Fecha Nacimiento Repr. Legal:	Razón Social:		
IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN)			
(Cuyo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación del establecimiento).			
Texto del Rotulo:			Ubicación del rotulo
Largo			Tamaño de la fachada
Ancho			Adosado a la fachada frontal
Altura sobre el nivel de la acera			Adosado a la pared medianera
Tipo de material			Adosado a la pared lateral
			Local
			<input type="checkbox"/> Propio
			<input type="checkbox"/> Arrendado
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
Parroquia	Calle principal	Número	Calle secundaria
Sector o Referencia para ubicación		Piso	Oficina / Departamento
Edificio		Horario de atención	
Teléfono 1	Teléfono 2	e-mail	

**INSTRUCTIVO FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA  
METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES  
ECONÓMICAS (LUAE) EN EL D.M.Q.**

INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	
Esta sección solicita información general para identificar al establecimiento y será utilizada por las diferentes instancias del Municipio involucradas en el proceso de emisión de la Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento: Bomberos, Turismo, y Rotulación.	
RUC / RISE No.:	Corresponde al número de Registro Único de Contribuyente del SRL.
Nombre Establecimiento:	Corresponde al nombre con el que los clientes ubican al establecimiento, que puede ser la misma razón social u otra.
Establecimiento No.:	Para el caso de tener varios establecimientos bajo el mismo RUC, llevar colocar el número de establecimiento descrito en el RUC / RISE e identificar con una X el casillero correspondiente.
Patente / RAET	Corresponde al número de registro de la Patente o RAET
Predio No.:	Corresponde al número de predio en el cual se ubica el establecimiento de la actividad económica, independientemente de tratarse de un local propio o arrendado.
Área útil del establecimiento:	Registre en metros cuadrados el área del establecimiento donde usted ejerce la actividad económica.
Actividad Económica:	Registre la descripción de cada una las actividades económicas que se realiza en el mismo establecimiento, esta descripción debe ser la misma que consta en el Registro Único de Contribuyentes.
TIPO DE CONTRIBUYENTE	
PERSONA NATURAL:	
Cédula de ciudadanía o Pasaporte:	Anotar el número de cédula del propietario del negocio o en caso de ser extranjero, el número del pasaporte.
Nombres y Apellidos:	Escribir nombres y apellidos completos del propietario del negocio.
PERSONA JURÍDICA:	
C.C. / Pasaporte Repr. Legal:	Colocar el número de cédula o pasaporte del representante legal.
Nombres y Apellidos Repr. Legal:	Indicar los nombres y apellidos completos del representante legal.
Fecha Nacimiento Repr. Legal:	Registrar el día, mes y año en el que fue nombrado el representante legal. / Vigencia: fecha en la que caduca el nombramiento del representante legal.
Razón Social:	Registrar nombre de la persona jurídica, empresa o compañía.
INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA	
<b>TURISMO:</b> En esta sección de ser el caso, deberá registrar claramente la información solicitada. En concordancia con el Decreto Presidencial No. 873 está prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicados en salas de juegos. Toda actividad económica relacionada con el sector del Turismo debe contar con Registro Turístico.	
<b>IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN):</b> En esta sección deberá registrar claramente la información solicitada en metros cuadrados, siempre y cuando corresponda al rotulo que tiene por fin exclusivo la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento.	
<b>DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:</b> En estos campos se deberá completar claramente la información solicitada correspondiente a la dirección del establecimiento, es importante que registre al menos un número telefónico y correo electrónico.	
<b>CRÓQUIS DE UBICACIÓN:</b> Dibujar el croquis de ubicación del establecimiento con el fin de facilitar su localización para la fase de inspección y control.	
<b>DECLARACIÓN JURADA Y FIRMA:</b> El titular de la LUAE es responsable exclusivo del contenido de las declaraciones que, bajo juramento, ha efectuado en el formulario de solicitud.	

**Anexo 1** Formulario de LUAE

**Fuente:** Cuerpo de bomberos de Quito

**Elaborado por:** Alexander Cedeño

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

**MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

 Formulario de Inscripción y Actualización del Registro Actividades Económicas Tributarias  
 RAET - PERSONAS NATURALES

 Fecha: 

A. IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE			
APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS:			
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:			
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:			
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL:			
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS:			
B. DATOS UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE			
DOMICILIO TRIBUTARIO			
PARROQUIA:			
BARRIO:			
CALLE PRINCIPAL:			
No. CASA:			
INTERSECCIÓN:			
CORREO ELECTRÓNICO:			
TELÉFONO 1:	TELÉFONO 2:	TELÉFONO 3:	
POSEE ESTABLECIMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:	SI	NO	No. DE ESTABLECIMIENTOS QUE POSEE:
No. PREDIO (S) DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:			
C. EN CASO DE ARTESANOS			
No. DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:			
FECHA DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:			
FECHA DE CADUCIDAD DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:			
D. EN CASO DE DE PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES			
No. DE CARNÉ CONADIS:			
FECHA DE CALIFICACIÓN:			
PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD:			



Firma del Contribuyente

Imprimir

Limpiar

 Formulario gratuito, descargado del Portal Administrativo Municipal: <http://pam.quito.gob.ec> - Página 1/1

**Anexo 2** Formulario de inscripción personas naturales  
**Fuente:** Municipio del distrito metropolitano de Quito  
**Elaborado por:** Alexander Cedeño

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019





## Urkund Analysis Result

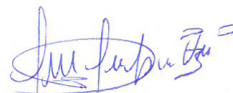
**Analysed Document:** Archivo final  
CEDEÑO\_ALEXANDER\_INCUBADORA.docx  
(D51097351)  
**Submitted:** 4/26/2019 6:37:00 AM  
**Submitted By:** alexander.cedeno.moran@gmail.com  
**Significance:** 2 %

### Sources included in the report:

TRABAJO DE TITULACIÓN ARTESANÍAS DE YERBA  
MATE.docx (D38729075) ARCHIVO PARA  
PRESENTACION apa.docx (D37087444)  
proyecto final luigi  
Escalante .pdf (D30286506)  
1eaf9b37-b6e6-4202-  
bb49-ba17b568bc86

### Instances where selected sources appear:

10



PIMBO BASTIDAS ANGELA MARIA  
CI: 1710688266


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN										
NOMBRE TUTOR: PIMBO BASTIDAS ANGELA MARIA										
NOMBRE ESTUDIANTE: CEDENO MORAN ALEXANDER JAVIER										
CARRERA: ADMINISTRACION INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCION										
TEMA DE TITULACION: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019										
IMPRESION REPORTE: QUITO, 23 de febrero del 2019 18:11:23										
TIPO REPORTE: ACUMULATIVO										
MODALIDAD: INCLUBADORA EMPRESARIAL										
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	JUSTIFICACION	HORA FIN	PERIODO:	HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC
1	2019-01-17	INSITU	2019-01-17 18:30:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-17 20:30:00		2,00	SE REVISÓ LA JUSTIFICACION Y SE ENVIA A MODIFICACION. SE ENVIÓ A PUBLICACION COMO SE REALIZAN LOS ANTECEDENTES SEGUN EL PROYECTO.	PROCESADO
2	2019-01-24	INSITU	2019-01-24 19:30:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-24 21:30:00		2,00	APROBACION DE JUSTIFICACION Y REVISION DE LA INFORMACION DE ANTECEDENTES SE ENVA MINIMAS MODIFICACIONES.	PROCESADO
3	2019-01-19	AUTONOMA	2019-01-19 09:05:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-19 20:05:00		11,00	CORRECCION / ANTECEDENTES ANALISIS SITUACIONAL - AMBIENTE EXTERNO - CORRECCION FACTOR ECONOMICO - INFLACION - PIB - TABLAS DEL PIB - BALANZA COMERCIAL - RIESGO PAIS - TASA PASIVA - FACTOR SOCIAL - CRECIMIENTO POBLACION - TASA DE DESEMPEÑO LOS DIAS 18-19 DE ENERO CORRECCION PEA FACTOR LEGAL - REQUISITOS: FACTOR TECNOLÓGICO-ENTORNO LOCAL - CLIENTE INTERNO-CLIENTE EXTERNO - COMPETIDOR - FODA-PROPUESTA ESTRATÉGICA - ANÁLISIS SITUACIONAL - REVISION - OBJETIVOS-PRINCIPALES-GESTION - ADMINISTRATIVA- PLANIFICACION - ORGANIGRAMAS PERFILES FUNCIONES - CORRECCION GESTION OPERATIVA-FLUIDO GRAMAS-GESTION COMERCIAL-PRODUCTO PRECIO PLAZA - PROMOCION CORRECCION SLOGAN MATERIAL- POP	PROCESADO
4	2019-01-20	AUTONOMA	2019-01-20 12:10:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-20 23:10:00		11,00	REVISION DE LOS ANTECEDENTES QUE SE ENVA EN LA ANTERIOR TUTORIAS SE APRUEBA, CONTROL DEL AMBIENTE EXTERNO SE ENVA A MODIFICAR MATRICES DEL PIB SECTORIAL RIESGO PAIS BALANZA COMERCIAL TASA DE INTERES SE ENVA A CONSULTA LA TASA DE INTERES DEL CENTRO HISTORICO LA PEA Y REALIZAR LOS REQUISITOS COMO SE VA A CONSTITUIR LA EMPRESA.	PROCESADO
5	2019-01-31	INSITU	2019-01-31 19:30:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-31 21:30:00		2,00	CORRECCION / ANTECEDENTES ANALISIS SITUACIONAL - AMBIENTE EXTERNO - CORRECCION FACTOR ECONOMICO - INFLACION - PIB - TABLAS DEL PIB - BALANZA COMERCIAL - RIESGO PAIS - TASA PASIVA - FACTOR SOCIAL - CRECIMIENTO POBLACIONAL - TASA DE DESEMPEÑO CORRECCION PEA - FACTOR LEGAL - REQUISITOS-FACTOR TECNOLÓGICO-ENTORNO LOCAL - CLIENTE INTERNO-CLIENTE EXTERNO - PROVEEDOR - COMPETIDOR - FODA - LOS REALIZO LOS DIAS 18 AL 30 DE ENERO 19	PROCESADO
6	2019-01-19	AUTONOMA	2019-01-19 08:15:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-19 15:15:00		7,00	CORRECCION / ANTECEDENTES ANALISIS SITUACIONAL - AMBIENTE EXTERNO - CORRECCION FACTOR ECONOMICO - INFLACION - PIB - TABLAS DEL PIB - BALANZA COMERCIAL - RIESGO PAIS - TASA PASIVA - FACTOR SOCIAL - CRECIMIENTO POBLACIONAL - TASA DE DESEMPEÑO CORRECCION PEA - FACTOR LEGAL - REQUISITOS-FACTOR TECNOLÓGICO-ENTORNO LOCAL - CLIENTE INTERNO-CLIENTE EXTERNO - PROVEEDOR - COMPETIDOR - FODA - LOS REALIZO LOS DIAS 18 AL 30 DE ENERO 19	PROCESADO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019



21	165819	2019-03-10	AUTONOMIA	2019-03-10 09:20:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-03-10 19:20:00	10,00	DEMANDA ACTUAL, DEMANDA PROYECTADA, BALANCE OFERTA DEMANDA, BALANCE APORTE FINANCIERO, TAMANO DEL PROYECTO, CAPACIDAD INSTALADA, CAPACIDAD OPTIMA MICRO LOCALIZACION, LOCALIZACION OPTIMA, CORRECCION DE OFERTA HISTORICA ACTUAL, PROYECTADA, CORRECCION DE TAMANO DEL PROYECTO, CAPACIDAD INSTALADA.	PROCESADO
22	159012	2019-03-21	INSITU	2019-03-21 19:30:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA DEMANDA	2019-03-21 20:30:00	1,00	REVISION DE LAS MODIFICACIONES ESTUDIO DE MERCADO Y SE APRUEBA AVANCE DE ESTUDIO TECNICO COMPLETO SE EXPLICA EL FINANCIERO	PROCESADO
23	159013	2019-03-16	AUTONOMIA	2019-03-16 10:41:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA DEMANDA	2019-03-16 21:41:00	11,00	MODIFICACIONES DE LAS OFERTAS Y MATRICES DE OFERTA DEMANDA Y BALANCE, TODA LA INFORMACION DEL ESTUDIO TECNICO	PROCESADO
24	160079	2019-03-27	INSITU	2019-03-27 18:30:00	ESTUDIO TECNICO / TAMANO DEL PROYECTO	2019-03-27 20:30:00	2,00	REVISION DE EXCEL FINANCIERO SE ENVIA MODIFICACIONES	PROCESADO
25	160080	2019-03-27	AUTONOMIA	2019-03-27 08:32:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-03-27 19:32:00	11,00	REALIZO LA INFORMACION DE LOS DATOS DE LA PLANTILLA DEL FINANCIERO Y LO REALIZO LOS DIAS LUNES MARES Y MIERCOLES	PROCESADO
26	160082	2019-03-28	INSITU	2019-03-28 19:30:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-03-28 21:30:00	2,00	REVISION DE EXCEL DE LOS CAMBIOS ENVIADOS EN LA ANTERIOR TUTORIA, MODIFICACIONES DEL TITULO CUARTO, Y AVANCES DEL ANÁLISIS DE IMPACTO SE ENVIA A MODIFICAR	PROCESADO
27	160083	2019-03-28	AUTONOMIA	2019-03-28 16:36:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-28 23:36:00	7,00	ARREGLO DEL FINANCIERO	PROCESADO
28	165583	2019-03-29	AUTONOMIA	2019-03-29 18:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-29 23:00:00	5,00	CORRECCIONES DE INVERSION FIA, ACTIVOS FIJOS, FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDOS	PROCESADO
29	165586	2019-04-04	INSITU	2019-04-04 19:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-04-04 21:30:00	2,00	REVISION DE LOS CAMBIOS ENVIADOS EN LA TUTORIA ANTERIOR, SE ENVIA NUEVAS MODIFICACIONES	PROCESADO
30	165587	2019-04-02	AUTONOMIA	2019-04-02 15:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-04-02 22:00:00	7,00	PROYECTADO, FLUJO CAJA, TASA DE DESCUENTO	PROCESADO
31	165588	2019-04-03	AUTONOMIA	2019-04-03 18:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-04-03 23:00:00	5,00	CORRECCIONES DE ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO, FLUJO CAJA, TASA DE DESCUENTO	PROCESADO
32	165589	2019-04-11	INSITU	2019-04-11 19:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-04-11 21:30:00	2,00	CORRECCION DEL FINANCIERO PARA PODER APROBAR Y PASAR A WORD	PROCESADO
33	165590	2019-04-05	AUTONOMIA	2019-04-05 15:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-04-05 22:00:00	7,00	CORRECCIONES DE COSTOS FIJOS, COSTOS FINANCIEROS	PROCESADO
34	165592	2019-04-09	AUTONOMIA	2019-04-09 16:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-04-09 23:00:00	7,00	CORRECCION ANALISIS DE INDICES FINANCIEROS	PROCESADO
35	165625	2019-04-08	AUTONOMIA	2019-04-08 14:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-04-08 22:00:00	8,00	CORRECCION VAN, TIR, PRI, RBC, PUNTO DE EQUILIBRIO, ANALISIS DE INDICES FINANCIEROS	PROCESADO
36	165593	2019-04-18	INSITU	2019-04-18 19:30:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-04-18 21:30:00	2,00	REVISION TOTAL DEL FINANCIERO Y SE APRUEBA SE ENVIA A PASAR A WORD	PROCESADO
37	165594	2019-04-13	AUTONOMIA	2019-04-13 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-04-13 20:00:00	10,00	PASAR A WORD TODAS LAS TABLA Y SE REALIZO LOS ANALISIS DE CADA UNO DE LOS ANALISIS	PROCESADO
38	165595	2019-04-14	AUTONOMIA	2019-04-14 16:30:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-04-14 22:30:00	6,00	SE REALIZO LOS CAMBIOS DE LOS ANALISIS DE IMPACTO	PROCESADO
39	165596	2019-04-22	INSITU	2019-04-22 19:30:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-04-22 20:30:00	1,00	REVISION DE TODA LA TESIS SE ENVIA A MODIFICAR PARA ENVIAR A URKUND	PROCESADO
40	165597	2019-04-20	AUTONOMIA	2019-04-20 10:55:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-04-20 21:55:00	11,00	REALIZO TODOS LOS CAMBIOS PARA PASAR A URKUND	PROCESADO
41	165598	2019-04-23	INSITU	2019-04-23 19:30:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-04-23 20:30:00	1,00	REVISION DE LOS CAMBIOS ENVIADOS A URKUND	PROCESADO
42	165600	2019-04-24	AUTONOMIA	2019-04-24 16:05:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-24 23:05:00	7,00	REALIZO LOS CAMBIOS DEL PL AGRO DE URKUND	PROCESADO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019


 <p>INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" RECIBIDO</p>	
<p>3 MAY 2019</p>	<p>GUARANDA, CANTÓN GUARANDA, PICHINCHA</p>
<p><i>Angela María</i></p>	<p><i>Alexander Javier</i></p>
<p>PIMBO BASTIDAS ANGELA MARIA TUTOR C.E. 1710685266</p>	<p>ALUMNO CEDENO MORAÑAS ALEXANDER JAVIER C.E. 1726500360</p>
<p>C.E. 1719712927</p>	<p>DELEGADO FECHA</p>
<p>Administración Industrial y de la Producción</p>	

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI, SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
CORDILLERA****ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN****ORDEN DE EMPASTADO**

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **CEDEÑO MORÁN ALEXANDER JAVIER**, portador de la cédula de identidad N° 1720500360, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 23 de mayo del 2019

  
23 MAY 2019  
  
Mariana Basco  
Srta. Mariana Basco  
"INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
CORDILLERA"  
RECIBIDO28 MAY 2019  
  
Delegada de la Unidad de Titulación**DELEGADA DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN**  
BIBLIOTECAIng. William Parra  
**BIBLIOTECA**  
28 MAY 2019  
S. G. Z. B. S.  
COORDINACIÓN PRÁCTICAIng. Samira Villalba  
**PRÁCTICAS PREPROFESIONALES**  
Ing. Christian Guerrero  
**DIRECTOR DE CARRERA**  
Adm. Bancaria y Productiva  
2019 2019  
Srta. Cristina Chuqui  
**SECRETARIA ACADÉMICA**

*Nuestro reto formar seres humanos con iguales  
derechos, deberes y obligaciones*

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS DEL CENTRO HISTORICO DE  
QUITO, A BASE DE YESO CERAMICO EN EL SECTOR DE GUAMANI,  
SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2019**