



CARRERA DE ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
PEQUEÑA EMPRESA DESTINADA A LA ELABORACIÓN DE PORTA  
MACETEROS HECHOS A BASE DE MADERA DE PALETS, UBICADA EN EL  
SECTOR DE LA BILOXI, AÑO 2018

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración Bancaria y Financiera

Autora: Goyes Guerra Wendy Mercedes

Director: Ing. Eduardo Edmundo Vásquez Romero

Quito, 2018



## ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Quito, 14 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Sra), GOYES GUERRA WENDY MERCEDES de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DESTINADA A LA ELABORACIÓN DE PORTA MACETEROS HECHOS A BASE DE MADERA DE PALETS, UBICADA EN EL SECTOR DE LA BILOXI, AÑO 2018 ; 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. EDUARDO VASCONEZ

Tutor del Proyecto



ING. ANGELA PIMBO

Lector del proyecto



DR. PATRICIO GUANOPATIN

Director de Escuela (E)

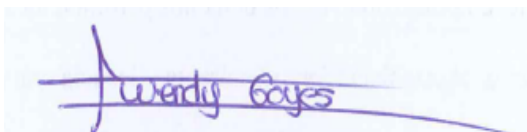


MSC. GEOVANNI URBINA

Coordinador Unidad de Titulación

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, 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.



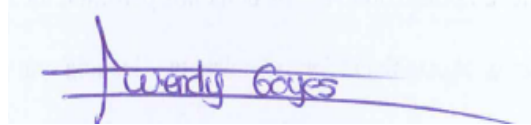
Goyes Guerra Wendy Mercedes  
CC 1751363829

## **LICENCIA DE USO NO COMERCIAL**

Yo, Goyes Guerra Wendy Mercedes portador de la cédula de ciudadanía asignada con el No. 1751363829 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 pequeña empresa destinada a la elaboración de porta maceteros hechos a base madera de pallets, ubicado en el sector de la Biloxi al sur

del Distrito Metropolitano de Quito, 2018” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

**FIRMA**



**NOMBRE**

Wendy Mercedes Goyes Guerra

**CEDULA**

CC 175136382-9

## AGRADECIMIENTO

Agradezco, primeramente, a Dios por haber guiado mi camino siempre y darme la capacidad para realizar el presente proyecto, A mis padres por su apoyo incondicional por inculcarme valores como la generosidad y responsabilidad, a mis hermanos, familia y amigos por el apoyo que me han brindado en el transcurso de mi carrera, A mis profesores por sus enseñanzas diarias Al instituto Tecnológico Cordillera por el aporte técnico y profesional brindado en el transcurso de la carrera.

## DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado a mis Padres, que han sido los pilares que impulsan mi crecimiento personal y profesional, a mis hermanos por su apoyo incondicional y en especial a mis sobrinas que son mi motivación de ser un ejemplo para sus vidas



## ÍNDICE GENERAL

<b>DECLARATORIA</b> .....	i
<b>LICENCIA DE USO NO COMERCIAL</b> .....	ii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iv
<b>DEDICATORIA</b> .....	v
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	vi
<b>ÍNDICE FIGURAS</b> .....	xiii
<b>ÍNDICE ANEXOS</b> .....	xv
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	xvi
<b>ABSTRAC</b> .....	xvii
<b>CAPÍTULO I</b> .....	2
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	2
<b>1.01 Justificación</b> .....	3
<b>1.02 Antecedentes</b> .....	5
<b>CAPÍTULO II</b> .....	7
<b>2. Análisis Situacional</b> .....	7
<b>2.01 Ambiente Externo</b> .....	7
<b>2.01.01 Factor Económico</b> .....	8
<b>2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)</b> .....	8
<b>2.01.01.02 Inflación</b> .....	10
<b>2.01.01.03 Tasa de Interés</b> .....	13
<b>2.01.01.04 Tasa de interés activa</b> .....	13
<b>2.01.01.05 Tasa de interés pasiva</b> .....	14
<b>2.01.02 Factor Social</b> .....	17
<b>2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA)</b> .....	17
<b>2.01.02.02 Desempleo y Subempleo</b> .....	18
<b>2.01.03 Factor Legal</b> .....	19
<b>2.01.03.03 Códigos de comercio</b> .....	23
<b>2.01.03.04 Código de trabajo</b> .....	24
<b>2.01.04 Factores Tecnológicos</b> .....	24
<b>2.01.04.01 Innovación Tecnológica</b> .....	25
<b>2.01.05 Factor Ambiental</b> .....	26
<b>2.02 Entorno Local</b> .....	27

2.02.01 Clientes.....	27
2.02.01 Proveedores .....	28
2.02.02 Competidores.....	30
2.03 Análisis FODA.....	31
2.04 Propuesta Estratégica .....	31
2.04.01 Misión.....	31
2.04.02 Visión.....	32
2.04.03 Objetivos .....	33
2.04.03.01 <i>Objetivo general</i> .....	33
2.04.03.02 <i>Objetivo específicos</i> .....	33
2.04.04 Principios y Valores .....	34
2.04.04.01 <i>Principios</i> .....	34
2.04.04.02 <i>Valores</i> .....	35
2.04.05 Gestión Administrativa.....	35
2.04.05.01 <i>Planificación</i> .....	35
2.04.05.02 <i>Organización</i> .....	35
2.04.05.03 <i>Organigrama Estructural</i> .....	36
2.04.05.04 <i>Organigrama Funcional</i> .....	36
2.04.05.05 <i>Manual de funciones</i> .....	37
2.04.05.06 <i>Dirección</i> .....	40
2.04.05.07 <i>Control</i> .....	40
2.04.06 Gestión Operativa .....	41
2.04.07 Gestión Comercial.....	42
2.04.07.01 <i>Slogan</i> .....	43
2.04.07.02 <i>Logo</i> .....	43
2.04.07.03 <i>Producto</i> .....	44
2.04.07.04 <i>Plaza</i> .....	44
2.04.07.05 <i>Promoción</i> .....	45
2.04.07.06 <i>Publicidad</i> .....	46
2.04.07.07 <i>Tripticos</i> .....	47
2.04.07.08 <i>Tarjeta de Presentación</i> .....	48
CAPÍTULO III.....	49
3. Estudio de Mercado .....	49
3.01 Análisis del Consumidor.....	49
3.01.01 Determinación de la población y muestra.....	50

3.01.01.01 Población .....	50
2.01.01.02 Segmentación de mercado .....	50
2.01.01.03 Muestra .....	52
2.01.01.04 Calculo de la muestra.....	53
3.01.02 Técnicas de obtención de la información .....	54
3.01.02.01 Encuesta .....	54
3.02 Oferta .....	67
3.02.01 Oferta Histórica .....	67
3.02.02 Oferta Actual .....	67
3.02.03 Oferta Proyectada .....	67
3.04 Demanda .....	68
3.01 Demanda histórica .....	68
3.02 Demanda Actual.....	69
3.03 Demanda Proyectada .....	70
3.05 Balance Oferta Demanda .....	71
3.05.02 Balance Proyectado.....	71
CAPITULO IV .....	72
4. Estudio Tecnico .....	72
4.01 Tamaño del proyecto .....	72
4.01.01 Capacidad Instalada .....	73
4.02 Localización.....	75
4.02.01 Macro localización .....	75
4.02.02 Micro localización .....	76
4.02.03 Localización Óptima.....	77
4.03 Ingenua del proyecto .....	78
4.03.01 Bien.....	78
4.03.02 Distribución de la planta .....	79
4.03.03 Proceso Productivo .....	80
4.03.04 Maquinaria y Equipo.....	82
CAPÍTULO V.....	84
5. Estudio Financiero .....	84
5.01 Ingresos .....	84
5.01.01 Ingresos Operacionales.....	84
5.01.02 Ingreso no Operacional .....	87
5.02 Costos .....	87

<b>5.02.01 Costo Directo</b> .....	87
<b>5.02.02 Costo Indirecto</b> .....	88
<b>5.02.03 Gastos Administrativos</b> .....	88
<b>5.02.04 Gastos de Ventas</b> .....	90
<b>5.02.05 Gastos Financieros</b> .....	92
<b>5.02.06 Costos Fijos y Variables</b> .....	92
<b>5.03 Inversiones</b> .....	93
<b>5.03.01 Inversión Fija</b> .....	93
<b>5.03.02 Activos Fijos</b> .....	93
<b>5.03.03 Capital de Trabajo</b> .....	94
<b>5.03.04 Fuente de Financiamiento y uso de fondos</b> .....	94
<b>5.03.05 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)</b> .....	95
<b>5.03.06 Depreciaciones (tabla de depreciaciones)</b> .....	97
<b>5.03.07 Estado de situación inicial</b> .....	97
<b>5.03.08 Estado de Resultados Projectado (a cinco años)</b> .....	98
<b>5.03.09 Flujo Caja Projectado</b> .....	99
<b>5.04 Evaluación</b> .....	100
<b>5.04.01 Tasa de descuento</b> .....	100
<b>5.04.02 Cálculo del Valor Presente Neto (VPN o VAN)</b> .....	100
<b>5.04.03 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)</b> .....	101
<b>5.04.04 Período de recuperación de la inversión (PRI)</b> .....	102
<b>5.04.05 Relación Costo Beneficio (RC/B)</b> .....	102
<b>5.04.06 Punto de equilibrio en dólares</b> .....	103
<b>5.04.07 Análisis de Índices financieros</b> .....	106
<b>CAPÍTULO VI</b> .....	109
<b>6. Análisis de Impactos</b> .....	109
<b>6.1 Impacto Ambiental</b> .....	109
<b>6.2 Impacto Económico</b> .....	109
<b>CAPÍTULO VII</b> .....	111
<b>7. Conclusiones y Recomendaciones</b> .....	111
<b>7.01 Conclusiones</b> .....	111
<b>7.02 Recomendaciones</b> .....	112
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	127

## ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 PIB Nacional por trimestres.....	9
Tabla 2 Inflación mensual.....	12
Tabla 3 Tasa de Interés Activa.....	13
Tabla 4 Tasa de Interés Pasiva.....	15
Tabla 5 Clientes .....	28
Tabla 6 Proveedores.....	29
Tabla 7 Análisis FODA .....	31
Tabla 8 Segmentación de Mercado.....	51
Tabla 9 Pregunta 1 .....	57
Tabla 10 Pregunta 2 .....	58
Tabla 11 Pregunta 3 .....	59
Tabla 12 Pregunta 4 .....	60
Tabla 13 Pregunta 5 .....	61
Tabla 14 Pregunta 6 .....	62
Tabla 15 Pregunta 7 .....	63
Tabla 16 Pregunta 8 .....	64
Tabla 17 Pregunta 9 .....	65
Tabla 18 Pregunta 10 .....	66
Tabla 19 Oferta actual.....	68
Tabla 20 Oferta Proyectada .....	68
Tabla 21 Demanda actual.....	69
Tabla 22 Demanda proyectada.....	70
Tabla 23 Balance Oferta Demanda .....	71

Tabla 24 Balance proyectado .....	71
Tabla 25 Capacidad de Producción .....	73
Tabla 26 Capacidad Optima.....	74
Tabla 27 Localización Optima .....	77
Tabla 28 Determinación de la Planta .....	79
Tabla 29 Maquinaria .....	82
Tabla 30 Equipo .....	82
Tabla 31 Muebles, Enseres y Herramientas .....	83
Tabla 32 Ingresos Operacionales .....	85
Tabla 33 Ingresos Operacionales Proyectados.....	85
Tabla 34 Mano de Obra Directa.....	86
Tabla 35 Mano de Prima Directa .....	86
Tabla 36 Costos Directos .....	88
Tabla 37 Costos Indirectos.....	88
Tabla 38 Gasto Personal.....	89
Tabla 39 Material de Aseo y Limpieza .....	89
Tabla 40 Suministro de Oficina .....	89
Tabla 41 Otros Gastos Administrativos .....	90
Tabla 42 Gasto Personal.....	90
Tabla 43 Otros Gastos de Ventas .....	90
Tabla 44 Proyección de Costos de Producción .....	91
Tabla 45 Proyección de Gastos Administrativos .....	91
Tabla 46 Proyección de Gastos de Ventas .....	91
Tabla 47 Proyección de Gastos de Ventas .....	92
Tabla 48 Costos Fijos y Variables .....	92

---

Tabla 49	Inversión Fija .....	93
Tabla 50	Capital de Trabajo.....	94
Tabla 51	Fuentes y usos .....	94
Tabla 52	Tabla de amortización.....	96
Tabla 53	Depreciaciones.....	97
Tabla 54	Estado de Situación Inicial .....	97
Tabla 55	Estado de Resultados .....	98
Tabla 56	Flujo Caja Proyectado.....	99
Tabla 57	TMAR.....	100
Tabla 58	VAN .....	101
Tabla 59	TIR .....	101
Tabla 60	Periodo de recuperación de la inversión .....	102
Tabla 61	RCB .....	103
Tabla 62	Punto de Equilibrio .....	103
Tabla 63	Punto de Equilibrio en Unidades .....	104

## ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 PIB Nacional por trimestres .....	9
Figura 2 PIB Sectorial .....	10
Figura 3 Inflación Anual .....	11
Figura 4 Inflación por productos .....	12
Figura 5 Riesgo País .....	16
Figura 6 PEA NACIONAL .....	18
Figura 7 Tasa de Desempleo .....	19
Figura 8 Tecnología .....	26
Figura 9 Organigrama Estructural .....	36
Figura 10 Organigrama Funcional .....	36
Figura 11 Flujograma de Proceso de Producción .....	42
Figura 12 Slogan .....	43
Figura 13 Logo .....	43
Figura 14 Macro localización .....	45
Figura 15 Publicidad .....	46
Figura 16 Tripticos .....	47
Figura 17 Tarjeta de Presentación .....	48
Figura 18 Pregunta 1 .....	57
Figura 19 Pregunta 2 .....	58
Figura 20 Pregunta 3 .....	59
Figura 21 Pregunta 4 .....	60
Figura 22 Pregunta 5 .....	61
Figura 23 Pregunta 7 .....	62



---

Figura 24 Pregunta 7.....	63
Figura 25 Pregunta 8.....	64
Figura 26 Pregunta 9.....	65
Figura 27 Pregunta 10.....	66
Figura 28 Macro localización .....	75
Figura 29 Micro localización .....	76
Figura 30 Plano del Proyecto.....	80
Figura 31 Proceso Productivo.....	81
Figura 32 Punto de Equilibrio.....	105

## ÍNDICE ANEXOS

Anexo 1 RUC.....	113
Anexo 2 LUAE .....	114
Anexo 3 Certificado de registro ambiental .....	115
Anexo 4 Elaboracion del producto.....	116
Anexo 5 Urkund.....	125

## RESUMEN EJECUTIVO

“VITAL PLANTS” es una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de productos hechos a base de pallets de madera y material reciclado, tiene como objetivo ampliar el mercado artesanal y reducir el uso excesivo de productos industrializados con productos innovadores y de alta calidad, la microempresa ayuda a disminuir la contaminación ambiental al utilizar materiales que son desechados a diario, mismos que no han perdido su valor al cumplir con las regulaciones técnicas y legales aplicables en la gestión ambiental, la organización se encontrará ubicada en el sector la Biloxi al sur de Quito debido a que es un lugar muy transitado y comercial, la pequeña empresa cuenta con un equipo de trabajo altamente calificado, manteniendo procesos productivos y eficientes que reducen la contaminación, gestiona la eficiencia y eficacia del proceso mediante una revisión de los procesos e indicadores con el fin de lograr satisfacer las necesidades del cliente en todo momento, buscando la aceptación de clientes potenciales con una adecuada publicidad los ingresos obtenidos en el proyecto serán generalmente de la venta de Porta maceteros de los cuales serán utilizados para cubrir los costos y gastos del mismo como conclusión se ha determinado que la implementación. Los resultados esperados de VITAL PLANT S son positivos de acuerdo al estudio financiero realizado demuestra que el proyecto es factible mismo que al ejecutarse estará creando fuentes de empleo contribuye de esta manera con el desarrollo y crecimiento económico del país y apoya a la matriz productiva.

## **ABSTRAC**

"VITAL PLANTS" is a micro company dedicated to the manufacture and commercialization of products made from wooden pallets and recycled material. Its objective is to expand the handicraft market and reduce the excessive use of industrialized products with innovative and high quality products. microenterprise helps to reduce environmental pollution by using materials that are discarded daily, which have not lost their value by complying with technical and legal regulations applicable to environmental management, the organization will be located in the Biloxi sector south of Quito because it is a busy and commercial place, the small company has a highly qualified work team, maintaining productive and efficient processes that reduce pollution, manages the efficiency and effectiveness of the process through a review of the processes and indicators with In order to achieve meet the needs of the client in all mome nto, looking for the acceptance of potential customers with adequate publicity the income obtained in the project will generally be from the sale of Porta pots from which they will be used to cover the costs and expenses of the same as conclusion has been determined that the implementation. The expected results of VITAL PLANT S are positive according to the financial study carried out. It shows that the project is feasible and that when it is executed, it will create employment sources, thus contributing to the development and economic growth of the country and supporting the productive matrix

## CAPÍTULO I

### 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el Sector Industrial constituye un aporte importante al Sector Manufacturero del PIB. Hace del sector industrial, altamente atractivo a la inversión, lo cual da oportunidad al negocio de emprender.

El presente proyecto ubicado en el Sector de la Biloxi al Sur del Distrito Metropolitano de Quito, es realizado para presentar una propuesta de negocio que tiene como fin la elaboración de Porta maceteros que no son muy comunes adquirirlos en el país, lo que se pretende es innovar en el mercado elaborando productos que sean llamativo y ecológicos, brindando una gran variedad.

La empresa desea ofrecer a los clientes confianza y trabajo con el fin de tener reconocimiento y es por eso que la empresa se preocupa en vender, en sitios donde la demanda es más alta.

En el proyecto se hace una explicación del análisis situacional donde se dará a conocer la propuesta estratégica y en el entorno externo tanto como el entorno local indicando los diferentes factores que pueden ser considerados una amenaza o una oportunidad para el negocio, luego se enfocará en realizar la investigación de mercado determinando la población y la muestra, aplicando técnicas para la obtención de información, después se guie en el estudio técnico donde se aplicará el proceso de producción del producto.

A continuación encontramos el estudio financiero en cual se establecerá los costos, ingresos y gastos de las proyecciones con la elaboración de los diferentes estados financieros, más adelante se realizara una evaluación en el cual permitirá verificar si el producto es viable mediante el estudio de Tasa de descuento, VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interna de Retorno), PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión), RCB (Relación Costo Beneficio), Punto de Equilibrio y Análisis de los índices financieros.

Para finalizar se establece el análisis de impactos en el aspecto ambiental, económico, productivo y social de igual manera las diferentes conclusiones y recomendaciones del proyecto, las fuentes bibliográficas de investigación y se adjuntan los anexos correspondientes

### **1.01 Justificación**

La contaminación ambiental es un problema que viene de años y cada vez se agudiza debido a la utilización desmedida de los recursos que la naturaleza nos brinda por tratar de facilitar la vida del hombre sin pensar las consecuencias que a futuro tendremos como el aire contaminado los cambios de clima constantes entre otros.

El proyecto analiza la factibilidad para la implementación de una pequeña empresa dedicada a la elaboración de porta maceteros hechos a base de madera de pallets ubicada en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

En la actualidad la economía del país crece se mantiene o decrece esto depende de la situación de los diferentes sectores que forman parte de la matriz productiva.

El Ecuador es considerado como un país artesano y diverso en materia prima, por lo que se hace fácil la obtención de la misma, los porta maceteros son hechos con madera de pallets para beneficio de las plantas ya que las raíces no sufrirán daños por los cambios climáticos pretendiendo así un cambio en el uso de los recursos ya que al ofrecer un producto natural ayudamos a la conservación del medio ambiente y al mismo tiempo se mantendrá un ambiente natural llamativo y ecológico

La mayoría de macetas que se comercializan en el país están hechas de diversos materiales como barro, metal entre otros, los porta maceteros es una buena opción frente a la demanda que existe en el país de las macetas comunes e industrializadas

El proyecto de investigación se basa en reutilizar los pallets que las empresas frecuentemente utilizan para transportar, distribuir o almacenar la mercadería.

Se debe tener en cuenta que los pallets en general es un material de uso masivo en las empresas no solamente en el ámbito local sino también en el ámbito nacional

Apoyando de esta manera a la matriz productiva ya que incentiva a reutilizar material reciclable como lo es la madera y las botellas de plástico para usarlo como materia prima para la elaboración de un nuevo producto que fomenta el uso de productos hechos a base de material reciclado contribuyendo así en preservar el ecosistema y crear una costumbre en las personas referente al cultivo de plantas.

Desde el ámbito económico el proyecto contribuirá con el ahorro de las personas, desde el ámbito social generando nuevas plazas de trabajo y desde el punto técnico innovando tecnología para mejorar el producto, entre otros.

El proyecto se lo realizara en base a que los pobladores del Ecuador tienen una gran acogida por la siembra y cuidado de las plantas, por lo cual es factible introducir el producto al mercado.

La propuesta está dirigida a los hogares, restaurantes y centros comerciales debido a que siempre están en busca de decoración para mantener un ambiente acogedor y llamativo

La finalidad de este proyecto es ofrecer porta maceteros innovadores de fácil manejo que estén al alcance de todas las personas brindando seguridad y confianza al ser adquiridos.

Cumpliendo con el objetivo 7 del plan nacional del buen vivir que es Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global

### **1.02 Antecedentes**

La historia de las macetas va muy ligada a la de la horticultura, arte que encontró su lugar gracias a que los humanos dieron con la forma de trasladar plantas de un ambiente a otro. Según se sabe, la cultura egipcia fue de las primeras en utilizar macetas para estos propósitos. (Torreon, 2015, pág. 23)

Asimismo, los romanos usaron la técnica para proteger a las plantas del tiempo frío.

“Varios siglos después, en el XVIII, el uso de macetas se volvió común para trasladar plantas no nativas en otros sitios a esos lugares, dándoles una cualidad adicional”. (Torreon, 2015)

Las primeras plantas en macetas de que hay constancia se cultivaron en Egipto hace unos 5.000 años. En Egipto se colocaban macetas en los templos y los palacios.



En China se utilizaban las macetas desde muy antiguo con el fin de disponer de plantas de intereses culinarios y ornamentales, procede la afición por los bonsáis, la cual pronto pasó a Japón.

Una de las funciones principales de las macetas es la de servir de recipiente para trasladar las plantas de un lugar a otro.

Ya sea para llevarlas a diferentes partes de la casa o del huerto con el fin de protegerlas de las inclemencias del tiempo, ya sea para transportarlas a largas distancias.

Es la época en que se comenzaron a construir los grandes invernaderos acristalados y en la que el cultivo de plantas de interior se consideró un adorno imprescindible en las clases altas.

Esta afición pasó a las clases medias y populares urbanas y no había casa que no dispusiera de macetas para su adorno. Actualmente el cultivo de plantas en macetas está de moda. No hay población que no cuente en sus inmediaciones con un vivero donde se encuentran macetas de variados modelos y numerosos tipos de plantas.

“Un pallet es una plataforma horizontal originada para almacenar, distribuir y transportar mercancías de manera compacta y ordenada, es utilizada junto con las carretillas elevadoras para el almacenamiento o transporte”. (Truck, 2016)

La madera ha sido un material históricamente utilizado para transportar mercancía sea cual sea el origen y destino en el mundo y su forma: caja, barril, etc. Fue en la década de 1920 cuando el precursor al pallet apareció en forma de patín de madera.

El origen del pallet fue en 1925 y permitió un transporte de mercancías más seguro y más eficiente permitiendo descargar en horas lo que antes se descargaba en días.

## CAPÍTULO II

### 2. Análisis Situacional

El análisis situacional es una exploración de todos los factores que influyen sobre las actividades que la empresa realiza y como influirán en el futuro. La óptima identificación del entorno permitirá determinar las oportunidades y amenazas presentes en el entorno externo y las fortalezas y debilidades que tiene en su ámbito interno (Salgado, 2015, pág. 2)

El análisis situacional es el estudio del medio en el que se desenvolverá la empresa en un determinado tiempo, en el que se toma en cuenta factores internos y externos, incluyendo el entorno local ya que estos influyen en cómo se proyecta la empresa.

El presente proyecto realizará un análisis externo como también del entorno local en general. Dentro del análisis se estudiarán las variables más significativas del macro entorno y sus diferentes áreas.

El análisis situacional permite conocer a fondo las oportunidades y amenazas que la empresa puede poseer es muy importante ya que de aquí se tomara varia información para el avance del proyecto.

#### 2.01 Ambiente Externo

“Estudio de variables sobre las cuales la empresa no tiene influencia alguna por tanto debe adaptarse a ellas”. (Salazar, 2004, pág. 15)

El entorno externo está fuera de los límites de las organizaciones son factores que no pueden ser controlados por la empresa, y se consideran como elementos muy relevantes que actúan directamente evaluando los acontecimientos y tendencias que se presentan en el medio, los mismos que pueden beneficiar o perjudicar significativamente al desarrollo del proyecto.

El ambiente externo en si explica como los factores pueden influir en el crecimiento de la pequeña empresa.

### **2.01.01 Factor Económico**

Son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía en el que se obtiene datos estadísticos y estudios de organizaciones como el Banco Central del Ecuador y del Instituto Nacional de Censos que realizan todos los meses la misma con la que se analizara diferente variables

#### ***2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)***

“El producto interno bruto se define como el valor de todos los bienes y servicios finales Producidos en una economía en un periodo determinado.”

(Sanchez V. , 2006, pág. 218)

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado mide el crecimiento o decrecimiento de la economía,

Tabla 1 PIB Nacional por trimestres

PIB NACIONAL POR TRIMESTRES				
	I	II	III	IV
Año 2016	-4,0%	-2,1%	-1,2%	1,5%
Año 2017	2,6%			

Fuente: BCE

Elaborado por: Goyes Wendy

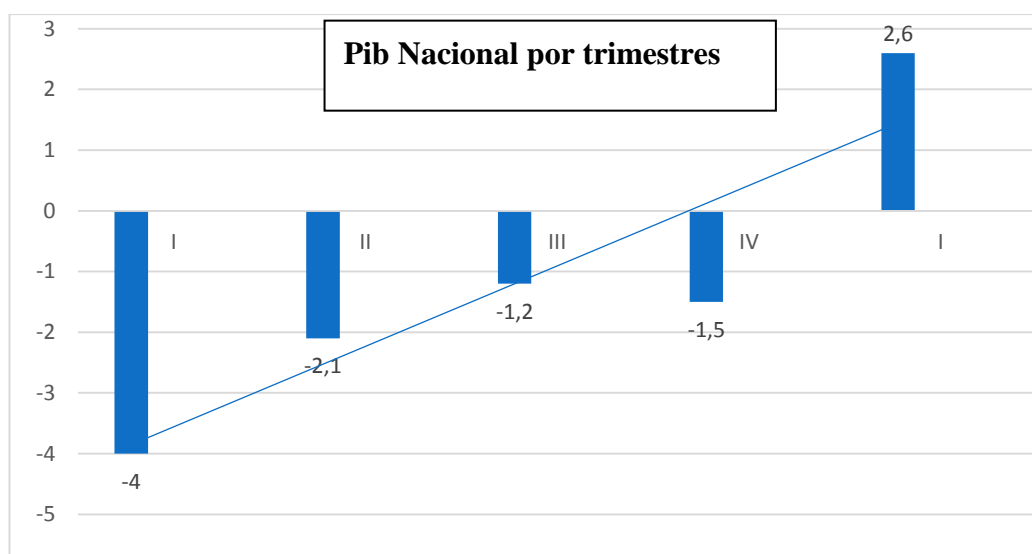


Figura 1 PIB Nacional por trimestres

Fuente: BCE

Elaborado por: Goyes Wendy

### Análisis:

Como se aprecia en la tabla y figura se observa un mayor crecimiento económico con respecto al anterior año, por lo tanto, empresarialmente se puede dar más servicios que favorece tanto al crecimiento del país como a la empresa. Pese a este crecimiento el PIB nacional es una oportunidad ya que se observa una representación positiva.

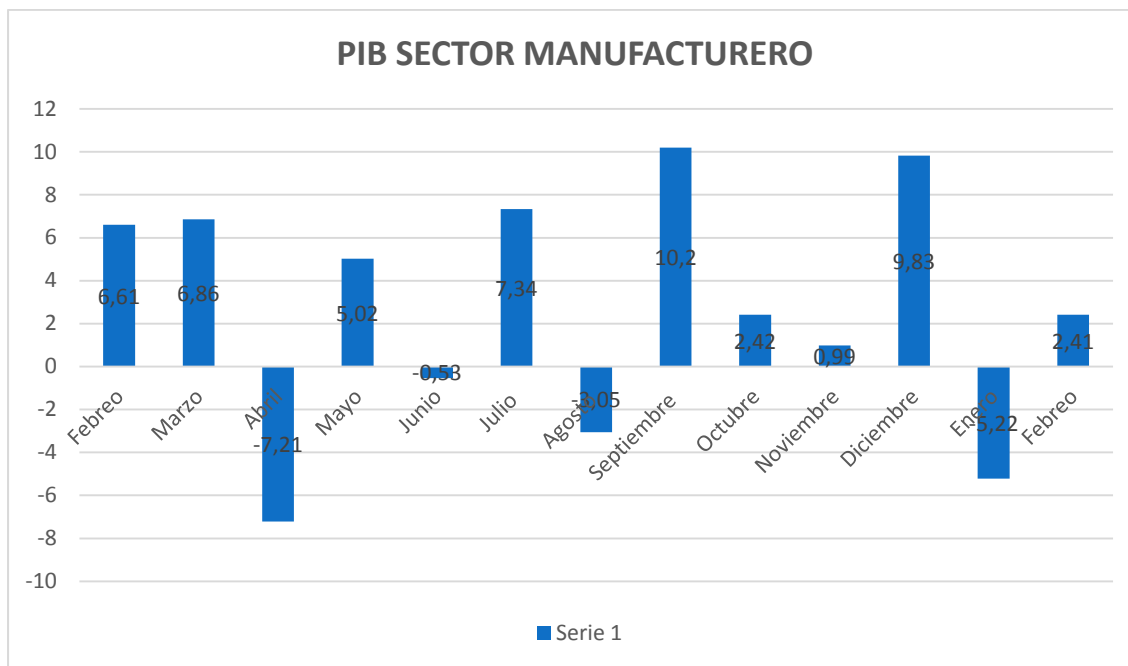


Figura 2 PIB Sectorial

Fuente: BCE

Elaborado por: Goyes Wendy

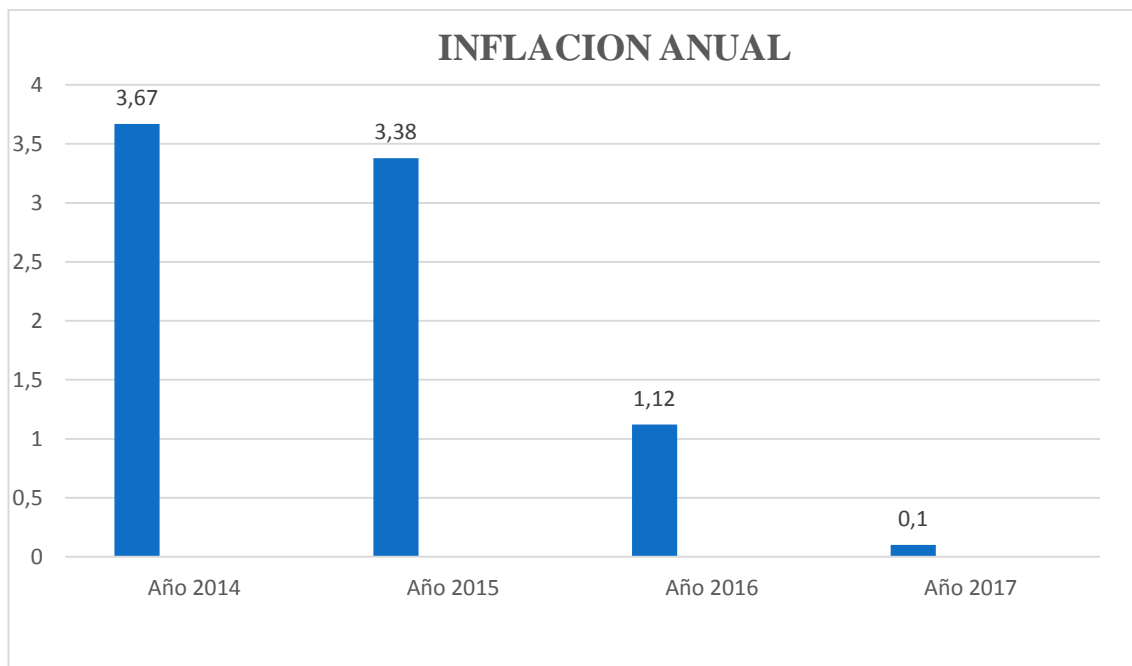
## Análisis

El PIB en relación al sector manufacturero como se aprecia en la figura es muy desfavorable ya que se tiene variaciones muy cambiantes en cuanto a recuperarse y declinar repentinamente por lo que el PIB manufacturero representa una amenaza por sus cambios irregulares.

### 2.01.01.02 Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2015)

La inflación es el aumento generalizado del nivel de precios de bienes y servicios.



*Figura 3 Inflación Anual*  
Fuente: BCE  
Elaborado por: Goyes Wendy

### **Análisis**

La inflación en el año 2014 y 2015 tuvo una variación de 0,29 lo que indica que hubo una disminución para el año 2015 a partir del año 2015 al 2016 se observa que hubo una caída de 2,26% en cuanto al año 2016 y 2017 hay una disminución de 0,22 lo que representa una oportunidad ya que los precios de los productos son accesibles para ser adquiridos.

### **Análisis:**

La inflación en este periodo ha disminuido de 0,04% a -0,10% lo que representa una amenaza al tener una inflación negativa ya que las personas optaran por comprar los más económico y esencial lo que perjudica en la venta de nuestro producto

Inflación por división de productos

Tabla 2 Inflación mensual

<b>INFLACION MENSUAL</b>	
Octubre-31-2017	-0.10 %
Septiembre-30-2017	0.04 %
Agosto-31-2017	0.20 %
Julio-31-2017	0.18 %
Junio-30-2017	0.32 %
Mayo-31-2017	0.91 %
Abril-30-2017	0.86 %
Marzo-31-2017	0.42 %
Febrero-28-2017	0.29 %
Enero-31-2017	0.09 %
Diciembre-31-2016	1.12 %
Noviembre-30-2016	0.96 %
Octubre-31-2016	1.11 %

Fuente: BCE

Elaborado por: Goyes Wendy

La mayor incidencia inflacionaria en enero de 2016 provino de tres divisiones, Restaurantes y hoteles (0,0827%), Bienes y servicios diversos (0,0590%) y Salud (0,0431%).

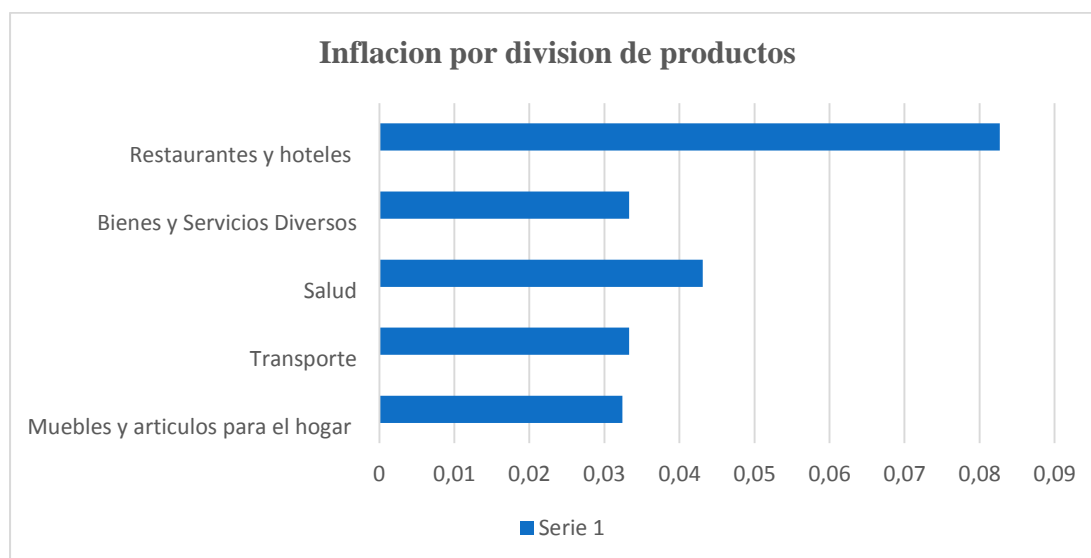


Figura 4 Inflación por productos

Fuente: INEC

Elaborado por: Goyes Wendy

### 2.01.01.03 Tasa de Interés

“Precio que se paga por el uso del dinero durante determinado período. Es el porcentaje de rendimiento o costo, respecto al capital comprometido por un instrumento de deuda”. (Superintendencia de Bancos del Ecuador, 2009)

La tasa de interés es el precio del dinero que una persona o empresa requiere para poder financiar sus operaciones.

### 2.01.01.04 Tasa de interés activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito). Son activas porque son recursos a favor de la banca. (Superintendencia de Bancos del Ecuador, 2009)

Es el porcentaje de dinero que una entidad financiera cobra por los créditos otorgados

Tabla 3 Tasa de Interés Activa

1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima	% anual
para el segmento:		para el segmento:	
Productivo Corporativo	7.75	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	8.92	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	10.80	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	7.99	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.83	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.89	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.58	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.70	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.48	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.49	Educativo	9.50



Inmobiliario	10.52	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.43	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	24.65	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.07	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.05	Inversión Pública	9.33

*Fuente: Banco Central del Ecuador*

*Elaborado por: Goyes Wendy*

### **Análisis:**

Se observa que la tasa activa Referencial para el segmento empresarial es de 8,92) lo que se representa como una oportunidad para la pequeña empresa ya que actualmente las entidades financieras incentivan el desarrollo productivo para emprender una pequeña empresa.

Una baja tasa de interés hace que las personas muestren interés al acceder a créditos que fomenten la inversión y el desarrollo de aquellas

#### ***2.01.01.05 Tasa de interés pasiva***

“Es el porcentaje de dinero que las instituciones financieras pagan a los ahorristas por sus depósitos”. (Robles, 2000)

Una baja tasa de interés resulta poco atractiva para las personas que desean ahorrar en una institución financiera y optan por invertirlo en sus actividades y obtener mayores recursos.

La tasa de interés siempre va hacer mayor a la pasiva ya que es la diferencia que le permite cubrir al intermediario financiero los costos administrativos dejando además una utilidad a sus finanzas.

Tasa de interés que las entidades financieras cobran debido a las prestaciones del circulante a los clientes, la tasa de interés cada banco aplica dependiendo el tiempo que fueron adquiridas y de ese interés la institución financiera crecerá más y se enriquece.

Tabla 4 Tasa de Interés Pasiva

Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.95	Depósitos de Ahorro	1.14
Depósitos monetarios	0.56	Depósitos de Tarjetahabientes	1.16
Operaciones de Reporto	0.10		

### 3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO

Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.50	Plazo 121-180	4.98
Plazo 61-90	4.20	Plazo 181-360	5.32
Plazo 91-120	4.79	Plazo 361 y más	7.05

*Fuente: Banco Central del Ecuador*

*Elaborado por: Goyes Wendy*

#### **Análisis:**

Como se observa en la tabla de tasa pasiva a plazo fijo se puede apreciar que no es rentable tener dinero en una entidad financiera ya que el interés que el banco paga por tener el dinero en su entidad es muy bajo por lo que se considera más rentable invertir en una empresa.

## Riesgo País

“El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras”. (Robles, 2000)

Es un indicador económico que les refleja el nivel de riesgo que está pasando el país para los inversionistas extranjeros poder analizar si van a tener rentabilidad o existirá pérdidas, en este indicador se refleja la estabilidad económica que el país está viviendo.

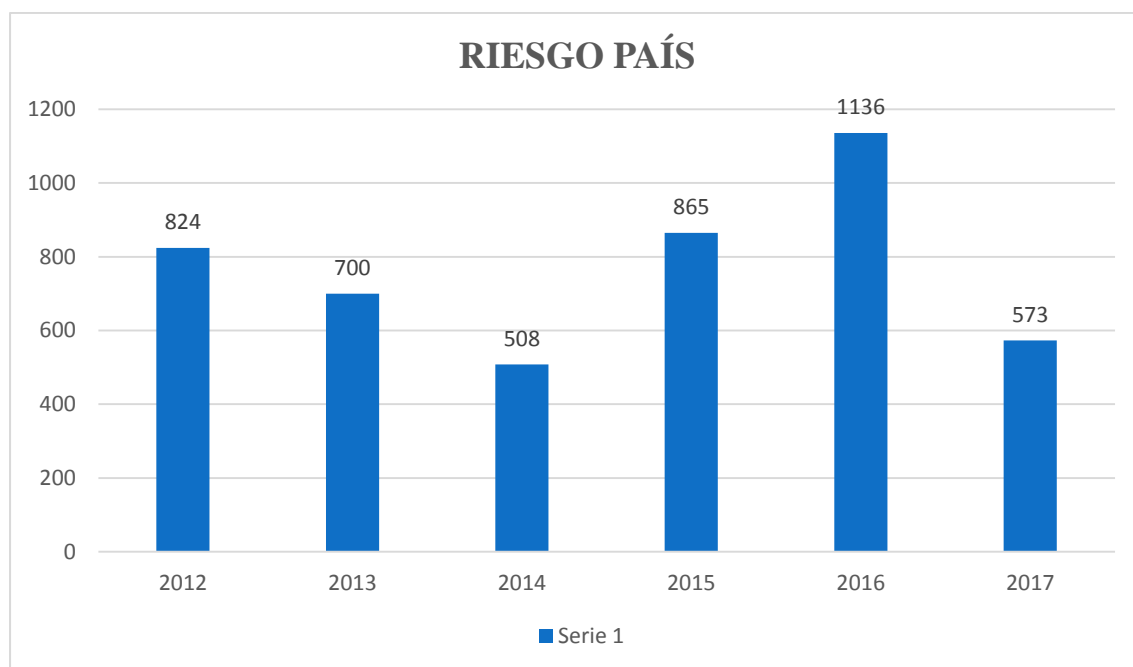


Figura 5 Riesgo País  
 Fuente: Banco Central del Ecuador  
 Elaborado por: Goyes Wendy

## Análisis

Para el proyecto representa una amenaza ya que la economía se ve altamente amenazada a más del corte de la inversión externa, por el aumento de la deuda externa; la caída de la actividad económica en el país, que afecta todas las nuevas

exportaciones incluyendo remesas; que nos hace perder competitividad; la reducción de los ingresos fiscales por la caída de las actividades económicas

### **2.01.02 Factor Social**

“Al momento de instalar una planta y de contratar al personal, se debe tomar en cuenta que cada nación tiene un sistema cultural y social que comprende determinadas creencias y valores”. (Da Silva, 2002)

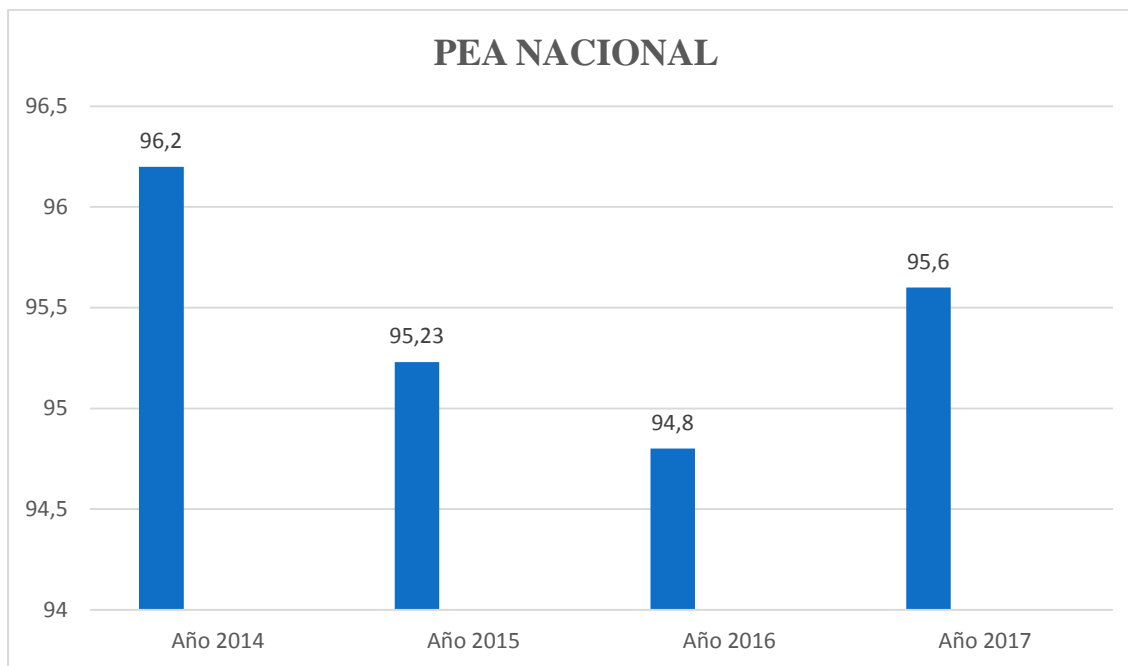
El Factor social es aquel que analiza el comportamiento de las personas incluye aspectos demográficos y culturales.

Los Aspectos demográficos se refieren a la Edad, Nivel de educación, Distribución geográfica y densidad poblacional en la que se describe la composición de la población los aspectos culturales en cambio son todas las normas costumbres y valores de la población en general

#### **2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA)**

“ Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados) ”. (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2015)

La población económicamente activa es uno de los factores que indican los resultados de aquellas personas que se encuentran trabajando en alguna actividad en horario parcial y que por ello reciben una remuneración



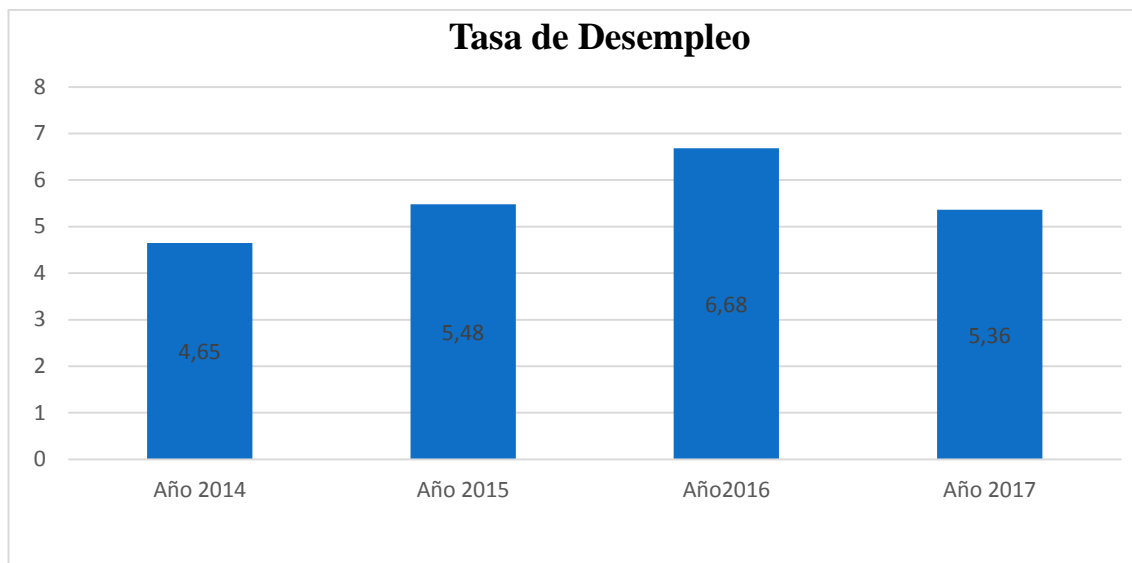
*Figura 6 PEA NACIONAL*  
*Fuente: Banco Central del Ecuador*  
*Elaborado por: Goyes Wendy*

## **Análisis**

La Población Económicamente Activa como se observa en la figura en el año 2014 y 2015 se tiene una diferencia de 0,95 entre el año 2015 y 2016 una diferencia de 0,43 de personas que trabajan en el Ecuador esto representa una oportunidad para el proyecto ya que se puede establecer plazas de trabajo.

### **2.01.02.02 Desempleo y Subempleo**

El desempleo es la situación en que las personas capacitadas y disponibles para trabajar carecen de empleo y se ven forzados a la inactividad laboral. A esto se asocia el subempleo y el comercio informal, en los cuales las personas se encuentran realizando actividades ajenas a sus habilidades y profesiones, cuyas remuneraciones están por debajo del salario mínimo y no mantienen una jornada laboral estable. (Gabriel, 2007, pág. 33)



*Figura 7 Tasa de Desempleo*

*Fuente: BCE*

*Elaborado por: Goyes Wendy*

## **Análisis**

Como se aprecia en la figura el desempleo en los últimos años representa una caída porcentual de 1.32 puntos lo que indica que una parte significativa de la población ha salido del desempleo, se considera como una oportunidad ya que las personas al tener empleo pueden adquirir nuestro producto.

### **2.01.03 Factor Legal**

Está formado por las leyes, las agencias gubernamentales y los grupos de presión que influyen en los individuos y organizaciones de una sociedad determinada. El gobierno afecta prácticamente a todas las empresas y todos los aspectos de la vida. En cuanto a lo referente a los negocios, desempeña dos papeles principales: los fomenta y los limita. (Melgar, 2011)

Para el correcto funcionamiento la empresa deberá contar con ciertos requisitos necesarios e indispensables que se detallan a continuación

### **Paso 1 Obtención del RUC (Registro Único del Contribuyente)**

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente

- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad:
  - Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
  - Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
  - Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.
  - Artesanos: Calificación artesanal vigente emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO

## **Paso 2 Para obtener la Licencia Metropolitana de funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito**

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos

- Artesanos: Calificación artesanal

Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:

- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
- En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA)

Obtener el permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

### **Paso 3 Obtener el Permiso de Funcionamiento por el Cuerpo de Bomberos**

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario
- Copia del RUC del establecimiento



- Copia de la patente Municipal
- Copia del certificado de permiso

### **Para Artesanos**

Copia del certificado de Artesanos

Exoneración del Municipio

#### **2.01.03.01 Ley orgánica de régimen tributario**

La declaración de impuestos es un procedimiento mediante el cual el contribuyente, cumple sus obligaciones tributarias, es decir, realiza el pago de sus impuestos a cargo, mismos que son producto de su actividad económica, ley a la cual tenemos que acogernos, y los procesos más importantes son la declaración de las obligaciones tributarias y exenciones de impuestos, se tomaría en cuenta para dar apertura, ya que el nivel de ventas del primer año podría acogerse al Régimen Impositivo Simplificado RISE, el cual tendría varios beneficios como son:

- No necesita hacer declaraciones, por lo tanto se evita la contratación de terceras personas
- Se evita que le hagan retenciones de impuestos.
- Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta
- No tendrá obligación de llevar contabilidad

### **Análisis**

Actualmente gracias a ley tributaria que ha sido implantada en el país por el gobierno creando una cultura tributaria en la que los contribuyentes cumplen con sus obligaciones con el fisco debido a esta situación y al importante crecimiento de los mismos para la empresa representa una oportunidad por el incremento de

contribuyente en el que permite acogernos al Régimen Impositivo Simplificado RISE para empezar nuestra actividad.

### **2.01.03.02 Código orgánico de la producción, comercio e inversiones**

**Art. 2.- Actividad Productiva.** - Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

**Art. 3.- Objeto.** - El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

#### **2.01.03.03 Códigos de comercio**

Art.1.El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Art.2.Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Art. 3.- Son actos de comercio, ya de parte de todos los contratantes, ya de parte de alguno de ellos ´

El Código de Comercio Señala las obligaciones que tiene el comerciante, quienes son considerados comerciantes los actos que realizan como el arriendo de locales, transporte de mercadería compra de bienes muebles e inmuebles entre otras.

#### ***2.01.03.04 Código de trabajo***

#### **Art. 1.- Ámbito de este Código. -**

Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo. Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

El código de trabajo indica en sus artículos las obligaciones que tiene el empleador hacia sus empleadores y viceversa el trabajo como un derecho y obligación a la sociedad sus beneficios cumplir con el contrato, afiliación al IESS ente otros

#### **2.01.04 Factores Tecnológicos**

Tecnología se refiere a la suma total del conocimiento que se tiene de las formas de hacer las cosas. Sin embargo su principal influencia es sobre la forma de hacer las cosas, cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y los servicios. (Pablo, 2012)

En la actualidad, la tecnología es un elemento de gran relevancia ya que impulsa al éxito empresarial debido a que mejora los procesos de distribución sustituye

tecnología obsoleta por nueva facilita la promoción y adquisición de productos por lo tanto es impredecible que toda empresa cuente con tecnología de punta

#### ***2.01.04.01 Innovación Tecnológica***

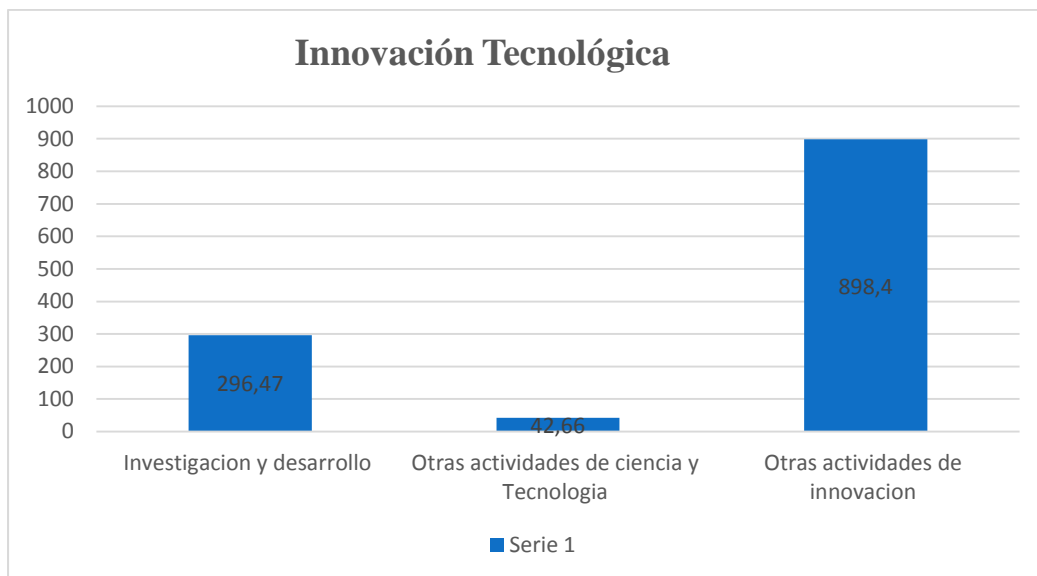
La innovación se entiende como un proceso de destrucción creativa, que permite que la economía y los agentes económicos evolucionen; asimismo, es la forma en que la empresa administra sus recursos a través del tiempo y desarrolla competencias que influyen en su competitividad. (Schumpeter, 1934)

#### **Análisis**

Cada día aparecen nuevos productos en el mercado que sustituyen a los ya existentes, los mercados se vuelven más competitivos y para poder integrarse en ellos es necesaria la renovación constante para así satisfacer las necesidades y los requerimientos detectados en los diferentes mercados en los que se mueve la microempresa.

La tecnología para la microempresa es una oportunidad ya que al encontrarse en un mundo competitivo gracias a los avances que tiene contribuye al crecimiento de la pequeña empresa, ayuda a mejorar y sacar más estilos diferentes para el producto que se va a realizar como también permite dar a conocer el producto en el mercado mediante las redes sociales Las empresas ecuatorianas introducen innovaciones, en mayor medida, en lo que se relaciona con procesos (de producción) y productos, y generan menos cambios en asuntos ligados a la comercialización y la misma organización.

Las empresas ecuatorianas introducen innovaciones, en mayor medida, en lo que se relaciona con procesos de producción y productos, y generan menos cambios en asuntos ligados a la comercialización y la misma organización.



*Figura 8 Tecnología*  
*Fuente: INEC y Senecyt (2009-2011)*  
*Elaborado por: Goyes Wendy*

### 2.01.05 Factor Ambiental

La contaminación ambiental es el resultado del desarrollo y progreso tecnológico, ha originado diversas formas de contaminación, las cuales alteran el equilibrio físico y mental del ser humano conllevando esto al gran desarrollo de las empresas y al deterioro excesivo de nuestro medio ambiente (Ambiente, 2016)

En el país se ha creado una Ley de Gestión Ambiental que constituye el cuerpo legal específico más importante atinente a la protección ambiental. Esta ley está relacionada directamente con la prevención, control y sanción a las actividades contaminantes a los recursos naturales y establece las directrices de política ambiental, así como determina las obligaciones, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones dentro de este campo.

## **Análisis**

El Entorno Ambiental dentro de la empresa es considerado una amenaza por varios aspectos entre ellos está la creación de la ley de gestión ambiental, esta ley le obliga a la empresa a crear planes de acción para mitigar el problema causándole a la empresa un gasto ya que todas las empresas deben cumplir de manera obligatoria con esta ley, lo que se quiere lograr es la concientización del daño que producen al medio ambiente.

### **2.02 Entorno Local**

Es la idea de determinar, por un lado, cual es el potencial de recursos con el que se cuenta y que está subutilizado y, por otro lado, cuáles las necesidades que se requiere satisfacer de las personas, de las comunidades, de las colectividades, y de la sociedad en su conjunto. (Roque, 1997)

#### **Análisis:**

En este microambiente se determina cuales serán nuestros clientes, proveedores y la competencia que tendremos

#### **2.02.01 Clientes**

El cliente es el individuo u organización que toma una decisión de compra, mientras que el consumidor es la persona o unidad corporativa que utiliza o consume un producto, en varias ocasiones el cliente es al mismo tiempo el consumidor. (Gabriel, 2007, pág. 37)

#### **Análisis:**

Las empresas deben analizar del cliente aspectos relacionados con variables sociales culturales económicas y los niveles de consumo per sección de calidad y durabilidad del bien o servicio que tiene el cliente se debe tener en cuenta las

tendencias y preferencias de consumo del mismo y niveles de demanda identificando el perfil, siendo ellos quienes crean la imagen de la empresa.

*Tabla 5 Clientes*

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Locales Comerciales	Los locales comerciales siempre están en busca de decoración y de un ambiente armónico por la gran afluencia de personas que a diario visitan estos lugares
Familias	Las familias frecuentemente adquieren plantas para armonizar el hogar
Restaurantes	Los restaurantes suelen decorar de diferentes maneras para hacer llamativo el lugar por lo que un porta maceteros daría un realce a este lugar ya que brinda un ambiente natural

*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Goyes Wendy*

### **Análisis:**

Los clientes o el target de mercado que el presente proyecto pretende llegar se centran en los Centros Comerciales, Restaurantes y familias del Sur de Quito ya que cuentan con los recursos económicos y pueden adquirir el producto en base al gusto preferencia o necesidad que el cliente tenga.

#### **2.02.01 Proveedores**

El desarrollo de los proveedores puede incidir de manera importante en la mercadotecnia, por lo que se debe supervisar la disponibilidad de los suministros, la escasez de materiales, las huelgas y otros eventos que pueden hacer disminuir las ventas a corto plazo, También necesitan observar las

tendencias de los precios de sus principales materias primas, un incremento en los costos de materiales podría obligar a incrementar los precios, lo cual afectaría negativamente el volumen de ventas de la compañía (Gabriel, 2007, pág. 41)

Los proveedores son quienes nos abastecen de insumos para poder transformar la materia prima en un producto y posteriormente venderlo al consumidor o cliente

*Tabla 6 Proveedores*

Proveedor	Descripción	Dirección	Imagen
EUROQUIMICA	Pallets	Calderón Sector la	
		Candelaria Pasaje Tila	
		María 1 y Juan cruz	
		Teléfono: 2829818	
MEGAKYWI	Maderol	Av. Quitumbe Ñan y Av. Rafael Morán Valverde	
	Aceite de linaza	4000 271 4000 273	
FERRETERIA CASTILLO	Tornillos		
HERMANOS S.A	Lijas	Av. Maldonado 10145 Y Cusubamba	
	Escofina	Teléfono: 2475785.	
	Flexómetro		

*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Goyes Wendy*



### **Análisis:**

Los Proveedores representan una oportunidad para la microempresa ya que de ellos se obtiene los insumos para dar paso a la producción y obtención del producto final, como se observa en la tabla se tiene varios proveedores principales de los cuales se va a obtener la materia prima por un largo periodo y se los ha escogido por que ofrecen materiales de buena calidad y costos de adquisición accesibles el proveedor principal es la empresa Euroquímica ya que de ahí se obtiene los Pallets reciclados con los que se realizará diferentes porta maceteros otro de los proveedores es kiwy de aquí se adquirirá lo que es él Maderol, Aceite de linaza con estos implementos será tratada la madera finalmente se contara con implementos como tornillos lijas entre otros para poder elaborar los porta maceteros

### **2.02.02 Competidores**

La competencia de una empresa corresponde a aquellos negocios que se enfocan a un público objetivo igual que el nuestro o que ofrecen productos o servicios que se encuentran en nuestra línea de mercado. Un correcto análisis de la competencia nos ofrece la posibilidad de conocer a fondo estas empresas y estudiar los movimientos de diferentes departamentos. Es habitual hacer un seguimiento de los departamentos de marketing de empresas afines a la nuestra con el objetivo de conocer sus acciones e incluso tener relación con sus representantes. (Lema, 2011)

### **Análisis**

Se considera competencia a otra empresa que produce los mismos productos y compite por los mismos clientes la competencia promueve un entorno positivo de negocios en razón de generar estrategias para atraer clientes que utilicen su producto o servicio al igual que se mejore los procesos y procedimientos de trabajo innovando cada vez más los productos con el fin de ofrecer productos de mejor calidad a menos costo

La microempresa no tiene competencia ya que en sus alrededores no existen locales que ofrezcan este producto lo que representa una oportunidad ya que se puede ser más competitivo

### 2.03 Análisis FODA

Tabla 7 Análisis FODA

Amenazas	Oportunidades
Inflación	Pib
Riesgo País	Factor Tecnológico
Tasa de Interés	Factor Social
Factor ambiental	Proveedores
Competidores	Clientes

*Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Goyes Wendy*

### 2.04 Propuesta Estratégica

La planeación estratégica es la 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. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo. (Gardey, 2008)

#### 2.04.01 Misión

Es un enunciado por medio del cual la empresa comunica, tanto a los agentes internos como a los externos, sus objetivos y filosofía. La misión es lo que distingue a una entidad ante las demás empresas y ante la sociedad. El enunciado de la misión debe ser corto, claro y conciso, para evitar

ambigüedades e imprecisiones. Asimismo, la misión genera compromisos, valores, etcétera. (Cervera, 2013)

### **Análisis**

Es la actividad principal de la empresa la razón de ser, como se va a desarrollar en el mercado a que se va a dedicar que necesidades va a satisfacer

### **Misión**

Somos una pequeña empresa dedicada a la producción de porta maceteros dirigida a los hogares, locales comerciales y restaurantes en general, en sitios y puntos estratégicos de venta. Sobresaliendo por proveer productos de alta calidad satisfaciendo las necesidades del consumidor y manejando precios altamente competitivos

#### **2.04.02 Visión**

“Define la situación de la empresa en el futuro. Los objetivos que se quieren alcanzar. Estos objetivos, deben ser realistas, ya que esta definición tiene un gran valor motivador para el trabajador.” (Cervera, 2013)

### **Análisis**

La Visión es la forma como la organización se visualiza en un período determinado y la filosofía es el conjunto de valores que la empresa inculca a su personal.

### **Visión**

Consolidarnos como una gran empresa con alta eficiencia en la fabricación y comercialización de porta maceteros en un periodo determinado de 5 años manejando un servicio oportuno, atención personalizada, altos estándares de calidad

en nuestros procesos y productos contribuyendo con el crecimiento económico del sector y país.

### **2.04.03 Objetivos**

Los Objetivos son los resultados deseados que se esperan alcanzar con la ejecución de las actividades que integran un proyecto deben ser medibles cuantificables realizables nos servirán de guía de las actividades a realizar

#### ***2.04.03.01 Objetivo general***

Los objetivos generales corresponden a las finalidades genéricas de un proyecto o entidad. No señalan resultados concretos ni directamente medibles por medio de indicadores, pero sí que expresan el propósito central del proyecto. Tienen que ser coherentes con la misión de la entidad. (Cervera, 2013)

#### **Objetivo general**

Ser una microempresa que propicie un reconocido producto dentro de la comunidad, que satisfaga las necesidades del cliente manejando estándares de calidad con costos adecuados y generando rentabilidad.

#### ***2.04.03.02 Objetivo específicos***

Se derivan de los objetivos generales y los concretan, señalando el camino que hay que seguir para conseguirlos. Indican los efectos específicos que se quieren conseguir, aunque no explicitan acciones directamente medibles mediante indicadores. (Cervera, 2013)

#### **Objetivo específicos**

- Dar a conocer al mercado un producto innovador y ecológico
- Adquirir la maquinaria indicada para la elaboración del producto

- Incrementar programas de manejo ambiental enfocado con los principios de producción para propiciar un producto de calidad.
- Evaluar continuamente desempeño del personal

#### **2.04.04 Principios y Valores**

Son nuestras pautas de actuación, nuestros principios. Las bases de la cultura empresarial que se convierten en el centro neurálgico de la personalidad de nuestra Compañía. Es la definición de las creencias de la empresa, la ética, a grandes rasgos. (Cervera, 2013)”

#### **Análisis**

Son reglas que se debe seguir con cierto propósito y con el fin de lograrse a través de disciplinas para que estos se cumplan

##### ***2.04.04.01 Principios***

- Adaptación y Personalizar La microempresa busca brindar comodidad, basándose en las exigencias y sugerencias (tamaño, forma, combinación, entre otros) de sus clientes.
- Mejoramiento Continúo Al estar en un mundo globalizado la empresa debe adaptarse a la innovación el ejemplo más evidente son las computadoras y las maquinarias y herramientas que se implementan para la elaboración de los productos.
- Búsqueda de un servicio superior La empresa busca destacarse por la calidad de los servicios que ofrece estos pueden ser a domicilio, personalmente, por internet incluso a vía telefónica, brindando además un ambiente de convivencia logrando la fidelidad de los clientes.

- Imparcialidad y neutralidad Con el fin de conservar la confianza de los clientes y ofertar el servicio requerido sin distinción (genero, raza, condición social, religión o credo político.)

#### **2.04.04.02 Valores**

- Eficacia Capacidad de lograr el efecto deseado, mediante la diversificación de servicios para la satisfacción de los clientes.
- Transparencia Es una de las cosas más cuidadas de la microempresa que permite que los clientes se den cuenta del manejo correcto de las funciones y desempeño a la cual se rige y constituye.
- Igualdad Una de las acciones más importantes es la de llegar al cliente de manera recíproca sin distinción y ofreciendo un trato justo a las personas.

#### **2.04.05 Gestión Administrativa**

Es la forma en que se utilizan los recursos escasos para conseguir los objetivos deseados. Se realiza a través de 4 funciones específicas: planeación, organización, dirección y control utilizando todos los recursos que se presenten en una empresa con el fin de alcanzar aquellas metas que fueron planteadas al comienzo de la misma (Ayala, 2006)

##### **2.04.05.01 Planificación**

Consiste en definir los objetivos, los recursos necesarios y las actividades que se van a realizar con el fin de poder alcanzar los fines propuestos.

##### **2.04.05.02 Organización**

Implica la implementación de una estructura de funciones, vía la determinación de las actividades requeridas para alcanzar las metas de una empresa y de cada una de sus partes; Este agrupamiento de actividades y su asignación respectiva a cada uno de los miembros de la empresa, la delegación de autoridad para ejecutarlas, la provisión de los medios para la coordinación horizontal y vertical, de las relaciones de información y de

autoridad dentro de la estructura orgánica, constituye la función de organización. (Ayala, 2006)

### 2.04.05.03 Organigrama Estructural

Presentan solamente la estructura administrativa de la organización.



Figura 9 Organigrama Estructural  
 Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado: Wendy Goyes

### 2.04.05.04 Organigrama Funcional

Los organigramas funcionales muestran, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento

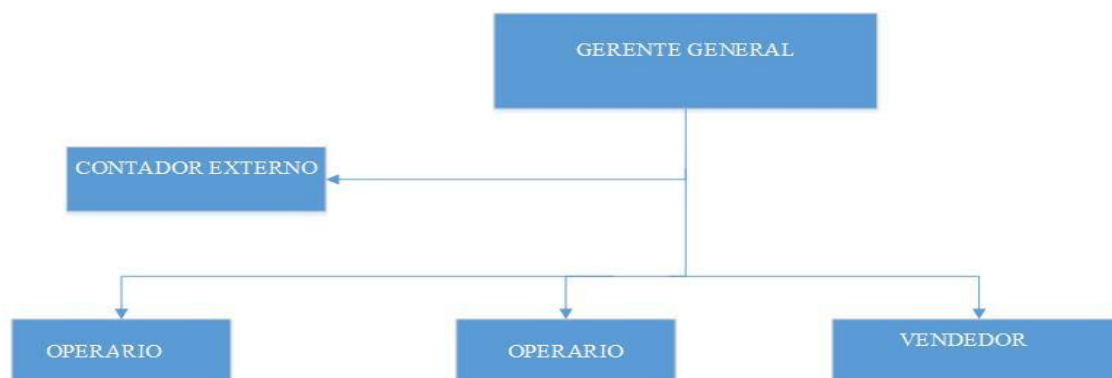


Figura 10 Organigrama Funcional  
 Fuente: Investigación propia  
 Elaborado: Wendy Goyes

### 2.04.05.05 Manual de funciones

Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas.” (Sanchez, 2012)

---

## GERENTE

### GENERAL

---

Cargo	Gerente General
Genero	Indistinto
Edad	25 a 32
Personas requeridas	1
Formación Profesional	Ingeniero en Administración de empresas, afines.
Competencias Requeridas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Formador de personal</li> <li>• Manejo de conflictos</li> <li>• Pensamiento estratégico</li> </ul>
Funciones del Cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representante legal de la empresa</li> <li>• Establecer estrategias, políticas y valores de la empresa</li> <li>• Toma decisiones Administrativas y financieras</li> <li>• Toma decisiones en la selección del personal</li> <li>• Ejercer liderazgo para guiar y motivar a las personas</li> <li>• Integra, promueve y evalúa a las personas dentro de la empresa de acuerdo a sus capacidades, habilidades y competencias</li> <li>• Verifica los logros de la empresa en producción y rentabilidad</li> <li>• Liderar la formulación y aplicación del plan de negocios</li> <li>• Actuar en coherencia con los valores organizacionales</li> </ul>

---



## CONTADOR EXTERNO

Cargo	Contador Externo
Genero	Indistinto
Edad	25 a 30
Personas requeridas	1
Formación Profesional	Ingeniero en Contabilidad y Auditoria
Competencias Requeridas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Pensamiento estratégico</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Capacidad mental de analizar y diagnosticar</li> </ul>
Funciones del Cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar un registro de los diferentes comprobantes de activos, pasivos, ingresos y egresos</li> <li>• Presentar reportes financieros cada fin de mes</li> <li>• Tener un informe de las deudas contraídas con otras instituciones financieras o proveedores</li> <li>• Realizar conciliaciones bancarias cada semana</li> <li>• Realizar un reporte de ventas y compras mensuales</li> </ul>

## OPERARIO

Cargo	Operario
Genero	Indistinto
Edad	25 a 30
Personas requeridas	2
Formación Profesional	Tecnólogo en Producción de industrias

---

Competencias Requeridas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Habilidad manual</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Orientación al Servicio</li> <li>• Trabajo en Equipo</li> <li>• Integridad</li> <li>• Pro actividad</li> </ul>
Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almacenar y clasificar correctamente la materia prima e insumos</li> <li>• Elaborar los productos</li> <li>• Realizar un control de calidad de los productos elaborados</li> <li>• Despacho de los productos</li> <li>• Mantener su lugar de trabajo limpio y ordenado</li> </ul>

---

### **VENDEDOR**

---

Cargo	Vendedor
Genero	Indistinto
Edad	25 a 30
Personas requeridas	1
Formación Profesional	Estudios Superiores en Ingeniería Comercial, Administración de Empresas, Ingeniería de Marketing, Tecnólogo o Marketing o carreras afines.
Competencias Requeridas	<p>Egresados</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saber escuchar</li> <li>• Tener buena memoria</li> <li>• Ser creativo</li> <li>• Tener espíritu de equipo</li> <li>• Ser auto disciplinado</li> <li>• Tener facilidad de palabra</li> <li>• Poseer empatía</li> <li>• Habilidad para captar clientes</li> <li>• Orientación al Servicio</li> </ul>

---

---

**Funciones del Cargo**

- Realizar visitas a los clientes de la zona con el objetivo de lograr ventas y cobros efectivos creando una relación perdurable con el cliente
  - Acordar términos de la venta, tanto en precios, plazos y entrega
  - Realizar la post venta
  - Solucionar inconvenientes del cliente referentes a la venta.
  - Reportar el trabajo diario de ventas
- 

**2.04.05.06 Dirección**

“La dirección es el elemento del proceso administrativo que tiene como finalidad coordinar los elementos humanos de las empresas, implica que un responsable con nivel de autoridad genere liderazgo, así como motivación, comunicación, cambio organizacional e individual y creatividad”. (Guadalupe, 2012, pág. 11)

La Dirección consiste en guiar, motivar y supervisar las operaciones y el esfuerzo común de los subordinados, al fin de lograr las metas propuestas, para el proyecto la empresa estará dirigida por el Gerente General, quien dará las directrices para conseguir que los trabajadores realicen las tareas encomendadas a cada uno de ellos.

**2.04.05.07 Control**

“Es un elemento del proceso administrativo que incluye todas las actividades que se emprenden para garantizar que las operaciones reales coincidan con las

operaciones planificadas. Es la función administrativa por medio de la cual se evalúa el rendimiento.” (Derkra, 2010)

El control es una etapa primordial en la que se cumple ciertos procedimientos que nos ayudan a identificar si las actividades de la empresa se están llevando correctamente, en caso de alguna actividad no se esté cumpliendo como se debe se puede tomar medidas correctivas de tal manera que las operaciones se desarrollen de acuerdo a lo planteado.

El control se llevará a cabo mediante herramientas como las KPI mediciones que se realizan al desempeño de las actividades; y mediante los indicadores financieros que nos permiten analizar la situación financiera de la empresa

#### **2.04.06 Gestión Operativa**

La gestión operativa en el ámbito empresarial se refiere al día a día, esto quiere decir que son acciones realizadas para que la empresa sobreviva, siga existiendo, al día siguiente.”

Puede definirse como un modelo de gestión compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejora de las organizaciones internas, con el fin de aumentar su capacidad para conseguir los propósitos de sus políticas y sus diferentes objetivos operativos (ISOTools, 2015)

El flujo grama de procesos que ocupa VITAL PLANTS muestra las actividades procesos y subprocesos mediante la representación gráfica que permite interpretar de manera rápida la descripción de la etapa que tiene un proceso

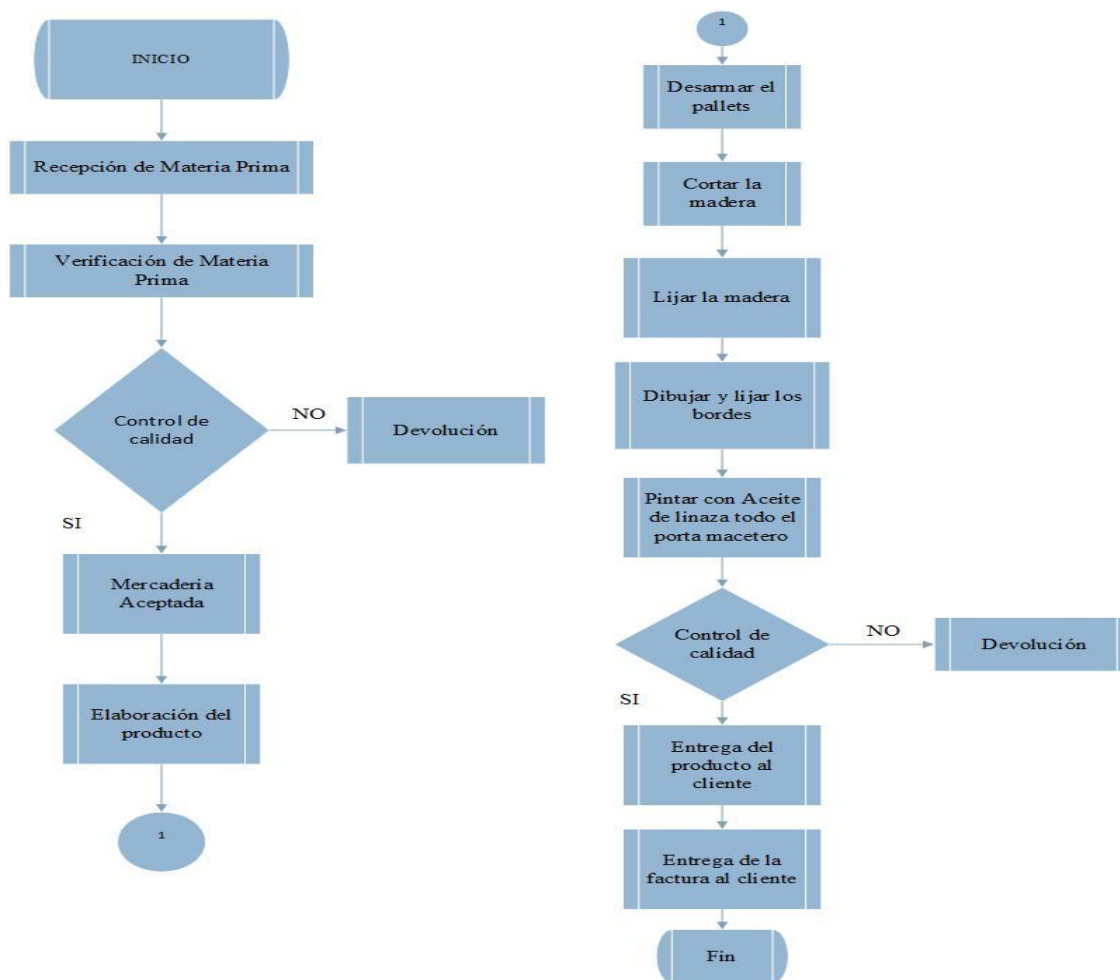


Figura 11 Flujograma de Proceso de Producción  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Wendy Goyes

#### 2.04.07 Gestión Comercial

##### Nombre de la Empresa

La Empresa se va a llamar: VITAL PLANTS (Planta y Vida)

VITAL PLANTS su significado en español es Planta y Vida el nombre fue elegido debido a la vitalidad que representan las plantas para el medio ambiente y la conservación del ecosistema, motivando así a las personas a tener un ambiente más ecológico y acogedor

### 2.04.07.01 Slogan

**Planta Tus Sueños Y Dejalos Crecer**

*Figura 12 Slogan*  
*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado: Wendy Goyes*

En la actualidad resulta difícil vivir en un ambiente que no exista contaminación debido a que la mayoría de personas no toman conciencia del daño que se causa al ecosistema el logo pretende concientizar a las personas sobre la importancia que tiene el medio ambiente en nuestras vidas pudiendo así mantener un espacio de naturaleza en los diferentes lugares conservando un ambiente más purificado

### 2.04.07.02 Logo



*Figura 13 Logo*  
*Fuente: Investigación propia*  
*Elaborado: Wendy Goyes*

### Colores

Son fundamentales en el momento de realizar el logo ya que de estos dependerá la atracción de nuestros posibles clientes.

**Crema:** Representa tranquilidad, elegancia y pureza

**Rosa Claro:** Refleja la comprensión sensibilidad y calma

Verde Refleja la naturaleza, esperanza, equilibrio y estabilidad

## **Figuras**

**Manos:** Simbolizan la humanidad, colaboración y igualdad lo que pretende el presente proyecto es contribuir con el medio ambiente mediante la fabricación de un nuevo producto que beneficia a las personas y al medio ambiente.

Maceta de Palet Refleja el material con el que se va a elaborar los portamaceteros

**Julieta Epipremnum aureum:** Es una de las mejores plantas purificadoras de aire de origen asiático sus hojas son purificadoras de aire sirve para humedecer los ambientes es eficaz para absorber formaldehído xileno y benceno es propicio para tener en oficinas restaurantes o casas gracias a todos sus beneficios

### ***2.04.07.03 Producto***

El producto para el proyecto son porta maceteros de dos tamaños medianos y grandes con un nombre específico elegido VITAL PLANTS.

### **2.04.0.04 Precio**

Es la cantidad de dinero que se pretende obtener por el producto ofertado de la empresa, los precios varían dependiendo el modelo que desee el cliente.

El precio es el monto que VITAL PLANTS fija a sus productos al ser comercializados y obtiene una rentabilidad.

### ***2.04.07.04 Plaza***

Determinar un lugar específico donde transite la gente más seguido que sea de fácil acceso donde el producto pueda ser visualizado son puntos importantes que se

debe tener en cuenta para que el cliente pueda sentirte cómodo al adquirir el producto y así la empresa pueda generar utilidad.

VITAL PLANTS está ubicado en el sector la Biloxi, al sur de la ciudad de Quito

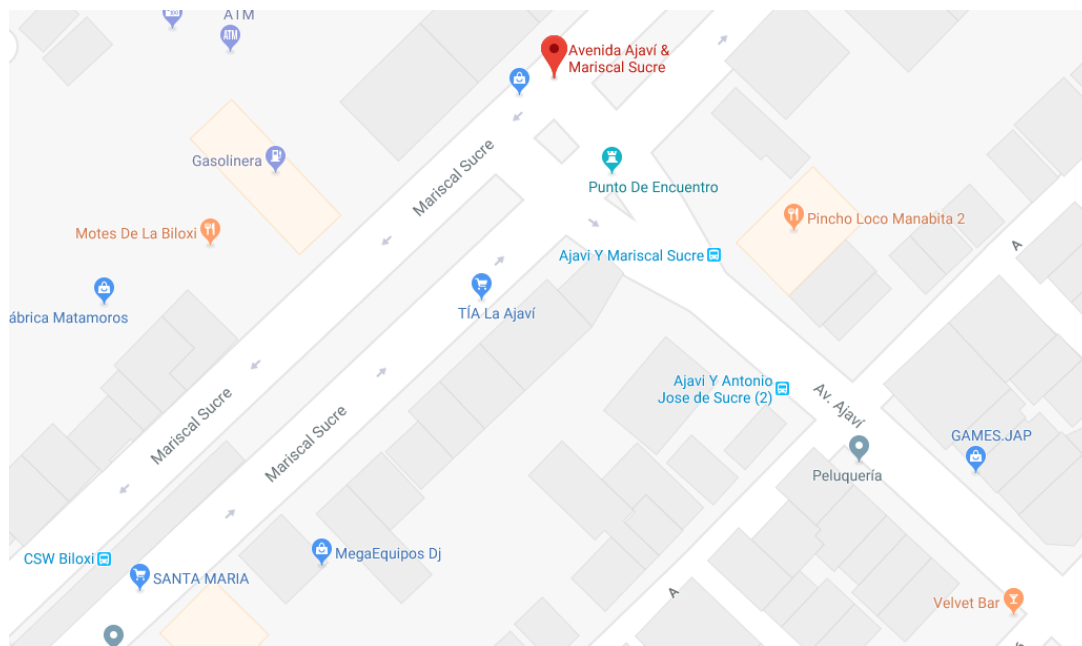


Figura 14 Macro localización

Fuente: Google Maps

Elaborado: Wendy Goyes

#### 2.04.07.05 Promoción

La comunicación con nuestros clientes es fundamental por lo que se brindará información sobre el producto y las promociones que se realizarán.

Las promociones que realizaremos son las siguientes

Por la compra de 5 Porta maceteros el 6to porta maceteros será gratis

Se realizarán descuentos por la compra de 10 Porta maceteros el descuento será del 5 al 10% de descuento

En épocas de San Valentín, Día de la madre Navidad se realizarán descuentos del 10 al 15% por cada porta macetero



### 2.04.07.06 Publicidad

Las redes sociales hoy en día son un medio importante de comunicación por lo que se utilizara Facebook, Twitter, WhatsApp e Instagram para difundir la publicidad a nuestros clientes permitiendo así responder cualquier inquietud que se presente antes de realizar la compra.



Figura 15 Publicidad

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Wendy Goyes

### 2.04.07.07 Tripticos

**PORTA  
MACETEROS**

Están elaborados con pallets de madera que contribuye al cuidado del medio ambiente y permite mantener un ambiente mas ecológico y acogedor .

Llevando un pedacito de naturaleza a cada espacio de nuestra ciudad



**VITAL PLANTS**



**VITAL PLANTS**

Av Mariscal Sucre y Ajavi

Teléfono: 022-685-246  
Cel: 09853-3301  
Correo electrónico:  
vitalplant3@gmail.com

**VITAL PLANTS**

*Planta tus sueños y déjalos crecer*

**PORTA MACETEROS**



**VITAL PLANTS**

*Planta Tus Sueños Y Dejalos Crecer*

Tel: 022-685-246 /099-853-3301




**VISION**

Consolidamos como una gran empresa con alta eficiencia en la fabricación y comercialización de porta maceteros en un periodo determinado de 5 años manejando un servicio oportuno, atención personalizada, altos estándares de calidad en nuestros procesos y productos contribuyendo con el crecimiento económico del sector y país.

**VITAL PLANTS**



**MISION**

Somos una pequeña empresa dedicada a la producción de porta maceteros dirigida a los hogares, locales comerciales y restaurantes en general, en sitios y puntos estratégicos de venta. Sobresaliendo por proveer productos de alta calidad satisfaciendo las necesidades del consumidor y manejando



*Figura 16 Trípticos  
Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado: Wendy Goyes*

### 2.04.07.08 Tarjeta de Presentación



Figura 17 Tarjeta de Presentación  
Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado: Wendy Goyes

## CAPÍTULO III

### 3. Estudio de Mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos. (Mercado, 2008)

Es la recopilación de datos de toda la información obtenida, nos ayuda a crear, expandir y mejorar los productos, determinamos la población que va a consumir el producto basando en variables. Para esto se establecen parámetros o metodologías para el estudio de este mercado en común es decir se plantea el tipo de investigación ya sea esta cualitativa, cuantitativa para el correcto análisis de la demanda.

#### 3.01 Análisis del Consumidor

Es aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios”, se habla de un comportamiento dirigido de manera específica a la satisfacción de necesidades mediante el uso de bienes o servicios o de actividades externas (búsqueda de un producto, compra física y el transporte del mismo) y actividades internas (el deseo de un producto, lealtad de marca, influencia psicológica producida por la publicidad). (Arellano, 2002, pág. 25)

El análisis del consumidor es investigar las necesidades que posee los consumidores tanto en gustos, preferencia y todas las características pertinentes que se puedan suscitar dentro de este mercado al cual se va a enfocar, para lo cual es necesario que se realice un análisis de las expectativas del consumidor siendo

necesario que la empresa pueda cubrir las necesidades del consumidor al momento de elegir.

### **3.01.01 Determinación de la población y muestra**

#### **3.01.01.01 Población**

“Es el conjunto de elementos o individuos que reúnen las características que se pretenden estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita y, cuando no se conoce su número, de población infinita”.

(C.Fuentelsaz, 2004, pág. 16)

Comprende un conjunto de individuos con características comunes que se selecciona para realizar estudios. Se habla de que una población es finita cuando consta de un número limitado de elementos. Una población es infinita cuando no se pueden contabilizar todos sus elementos pues existen en número ilimitado.

En el cantón se tiene 2'644.145 habitantes de los cuales se encuentran en el área urbana y en el área rural, de estos en la parroquia de La Mena que es donde se va aplicar el proyecto tiene habitantes dentro de su área poblacional, así como se muestra en el cuadro.

#### **2.01.01.02 Segmentación de mercado**

La segmentación de mercado se utiliza con mucha frecuencia en la implementación de estrategias sobre todo en pequeñas empresas y especializadas. Se define como la subdivisión de un mercado en grupos menores y diferentes de clientes según sus necesidades y hábitos de compra. (Fred, 2003, pág. 32)

También se puede decir que es una variable importante en la implementación de la estrategia como el desarrollo de mercados, el desarrollo de productos, la penetración en el mercado y la diversificación en el incremento de las ventas.

*Tabla 8 Segmentación de Mercado*

<b>SEGMENTACIÓN DE MERCADO</b>		
Producto:		
Porta Maceteros		
Geográficas		
País	Ecuador	16 662.799
Provincia	Pichincha	2'576.287
Ciudad	Quito	2'644.145
Sector	Sur 36%	951,892
Demográficas		
Mujeres	50,48%	480.515
Hombres	49,52%	471.377
Psicográficas		
Clase social		
Clase Media	83,3%	792.926
Familias		198.231

*Fuente: Inec 2010*

*Elaborado por: Wendy Goyes*

### **Análisis**

En el cantón Quito se tienen 2'644.145 habitantes de los cuales 951,892 se encuentran en el sur de Quito que corresponde al 36% de la población de estos



480.515 están conformados por mujeres y 471.377 son hombres los cuales el 83,3% representan a la clase social media que se va aplicar el proyecto tiene alrededor de 198.231 familias dentro de su área poblacional, así como se muestra en el cuadro.

---

<b>Parroquia La Mena Biloxi</b>	
Población	Según el Inec
951,892	2010
Familias	198.231

---

*Fuente: Inec 2010*

*Elaborado por: Wendy Goyes*

### **2.01.01.03 Muestra**

“Es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar a la población los resultados obtenidos en la muestra, ésta ha de ser representativa de dicha población.” (C.Fuentelsaz, 2004)

Es un subconjunto de la población, que se obtiene para averiguar las propiedades o características de esta última, por lo que interesa que sea un reflejo de la población, que sea representativa.

Una muestra debe ser adecuada en cantidad y en calidad. En relación con el primer aspecto, existen procedimientos estadísticos para saber cuál es el número mínimo de elementos que debemos incluir en el estudio para obtener resultados válidos

Se dice que una muestra es representativa de la población cuando es un reflejo de ella, es decir cuando reúne las características principales de la población en relación con la variable en estudio.

### 2.01.01.04 Cálculo de la muestra

La muestra es analizada con la probabilidad de que las personas acepten y consuman nuestro producto en el Sur de la ciudad de Quito.

Población del sector

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

En dónde:

N= Población

n= tamaño de la muestra para aplicar las encuestas

p= éxito=0.50

q= fracaso =0.50

e<sup>2</sup>= Error en la proporción de la muestra (5%)

z<sup>2</sup>=equivalente al nivel de confianza del (95%) que da (1,96)

n= Tamaño de la muestra.

e<sup>2</sup>= Error máximo admisible.

p= Probabilidad de que acierte

q=Probabilidad de que falle

$$n = \frac{(198231) * (0,50) * (0,50) * (1,96)^2}{(198231-1) * (0,05)^2 + (0,50) * (0,50) * (1,96)^2}$$



$$n = \frac{187.4998524}{0,4855775 + 1,937555}$$

$$n = \frac{187.499,85}{489,04}$$

$$n = 384$$

### ***3.01.02 Técnicas de obtención de la información***

Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de operatividad e implementar los métodos de investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata, las técnicas son también una invención del hombre y como tal existen tantas técnicas como problemas susceptibles de ser investigados. (C.Fuentelsaz, 2004)

Son medios que facilitan al investigador la recolección de datos a través de herramientas como la encuesta y permite llevar un control del tema a investigar.

#### ***3.01.02.01 Encuesta***

La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra puede ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población. (Grande Abascal, 2005, pág. 14)

La encuesta es una herramienta de recolección de datos que permite obtener de manera segura la información sobre una investigación a partir de una serie de preguntas específicas que conforman un cuestionario da a conocer opiniones, características, ideas, sugerencias de una población determinada

## Encuesta

### Instituto Tecnológico Superior Cordillera

#### Escuela de Administración

## ENCUESTA

### Objetivo:

El presente cuestionario pretende averiguar la aceptación que tendrá el producto Porta maceteros hechos a base de madera de pallets en el mercado

## DATOS

### 1. Género

Femenino  Masculino

### 2. Rango de Edad

20 a 30 años  31 a 40 años  40 años en adelante

## CUESTIONARIO

### 3. ¿Posee usted macetas en su hogar?

SI  NO

### 4. ¿Qué aspecto considera importante al momento de adquirir un producto?

Precio  Presentación  Calidad  Marca

### 5. ¿Con que frecuencia usted adquiere macetas?

Mensual  trimestral  semestral  anual

6. Si se implementara una empresa que produce porta maceteros a base de pallets ¿usted estaría dispuesto a adquirirla?

Sí

No

7. ¿De qué tipo de material que le gustaría que sea el producto?

Barro

Madera

Plástico

Metal

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una Porta macetero?

\$10-\$20

\$20-\$30

\$30-\$40

9. ¿En qué lugar usted preferiría adquirir el producto?

Internet

locales o establecimientos

Centros Comerciales

10. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre el producto? Internet

Anuncios

Televisión o Radio

Redes sociales

### 3.01.03 Análisis de la Información

El análisis de información forma parte del proceso de adquisición y apropiación de los conocimientos latentes acumulados en distintas fuentes de información. El análisis busca identificar la información "útil", es decir, aquella que interesa al usuario, a partir de una gran cantidad de datos.

Es identificar separar y distinguir una información en sus diferentes partes con el fin de poder interpreta su contenido. El objetivo del análisis de información es obtener ideas relevantes, de las distintas fuentes de información, lo cual permite expresar el contenido con el propósito de almacenar y recuperar la información contenida.

Tabla 9 Pregunta 1

### Genero del Encuestado

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	204	53,13%
Masculino	180	46,87%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

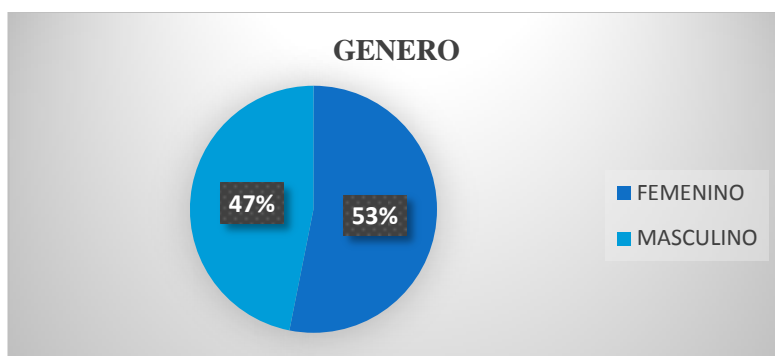


Figura 18 Pregunta 1

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### Analisis

Como se puede observar en la Figura 19 la encuesta se realizo a un total de 384 personas, de las cuales la mayoría pertenece al genero femenino con un valor de 204 mujeres lo que representa el 53,13%, y el genero masculino con un valor de 180 hombres lo que representna el 46,87% sumando los dos valores da el valor de 100% lo que representa el total de las encuestas realizadas.

Tabla 10 Pregunta 2

### Edad del Encuestado

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-30	150	39,10%
31-40	159	41,40%
40 en adelante	75	19,50%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

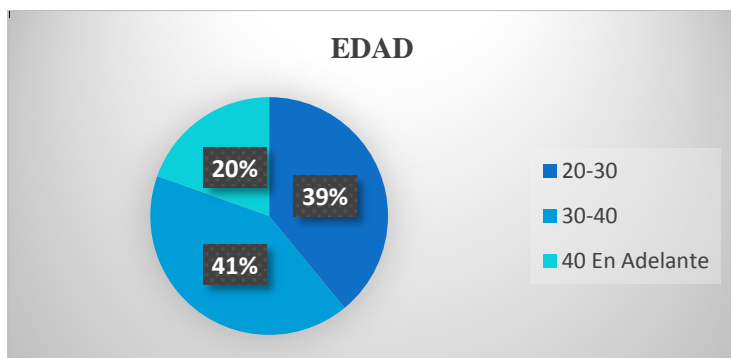


Figura 19 Pregunta 2

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### Análisis

Como se puede observar en la figura 20 fue destinado a la edad de las personas encuestadas lo cual indica que el 39,10% fueron personas de 20 a 30 años, el 41,40 fueron personas de 30 a 40 años y el restante con el 19,50% fueron personas mayores a 40 años sumando estos porcentajes nos da el 100% del total de las encuestas realizada

Tabla 11 Pregunta 3

**¿Posee usted macetas en su hogar?**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	314	81,77%
No	70	18,23%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

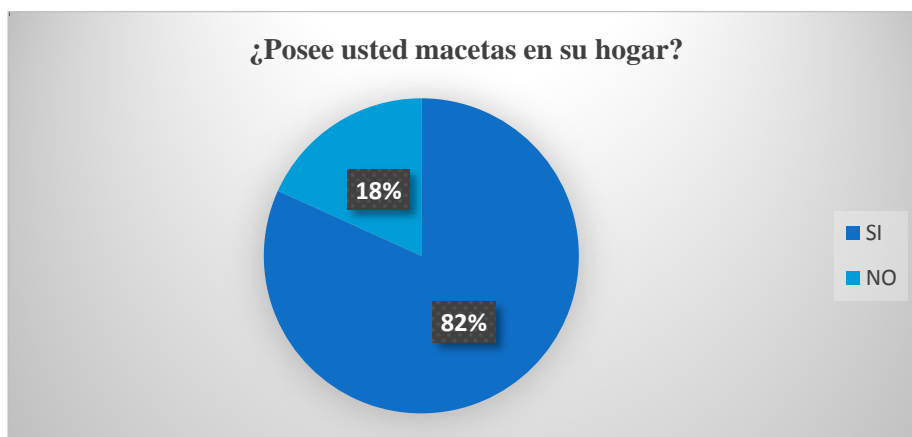


Figura 20 Pregunta 3  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

**Análisis:**

Como se observa en la Figura los resultados determinan que el 82% de las personas si poseen macetas en su hogar en cambio el 18% no adquirido macetas dando entre los dos el 100% de las encuestas dando entre los dos el 100% del total de las encuestas.

Tabla 12 Pregunta 4

**¿Qué Aspecto considera importante al adquirir un producto?**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Precio	75	19,53%
Presentación	90	23,43%
Calidad	207	53,90%
Marca	12	3,12%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes



Figura 21 Pregunta 4

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

**Analisis**

De las encuestas realizadas como se puede apreciar en la figura el aspecto mas importante que considera el cliente al momento de adquirir un producto con un 53,90% es la calidad seguido de la presentacion con un 23,43%, el precio con un 19,53% y solamente el 3,12% se fija en la marca.

Tabla 13 Pregunta 5

**¿Con que frecuencia usted adquiere macetas?**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Anual	132	34,38%
Semestral	90	23,44%
Trimestral	111	28,90%
Mensual	51	13,28%
Total	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Goyes

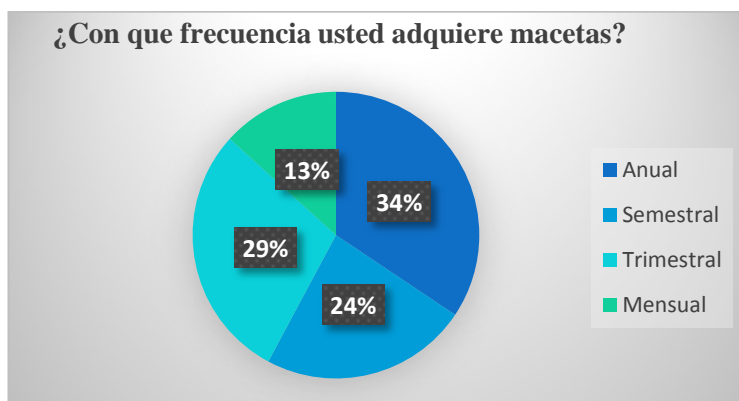


Figura 22 Pregunta 5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Goyes

**Analisis**

La frecuencia de adquisicion de macetas que tienen las personas conforme a los datos de la encuesta realizada para la pregunta N 4 se obtuvo los siguientes resultados la mayoría de personas que adquieren macetas anualmente representan el 34,38% seguido con el 28,90% de personas que trimestralmente compran macetas el



Tabla 14 Pregunta 6

**Si se implementara una empresa que produce porta maceteros a base de pallets**

**¿Usted estaría dispuesto a adquirirla?**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	321	83,59%
No	63	16,41
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes*

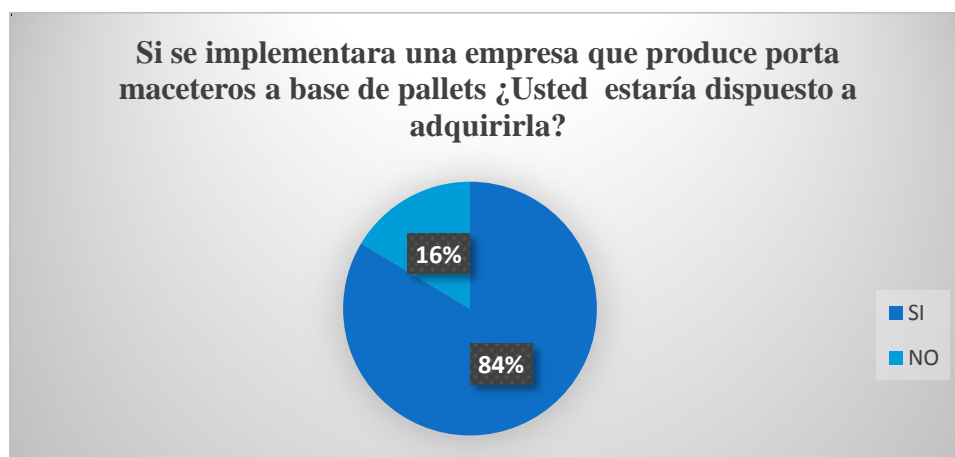


Figura 23 Pregunta 7

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes*

### **Analisis**

En la pregunta 5 la muestra indica que el 84% esta de acuerdo con la implementacion de una empresa dedicada a la producion de Porta maceteros hechos a base de pallets, y el 16% no esta de acuerdo lo que represanta un porcentaje pequeño que no afecta al proyecto.

Tabla 15 Pregunta 7

**¿De qué material le gustaría que sea el producto?**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Madera	272	70,83%
Barro	54	14,06%
Plástico	55	14,32%
Metal	3	0,78%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

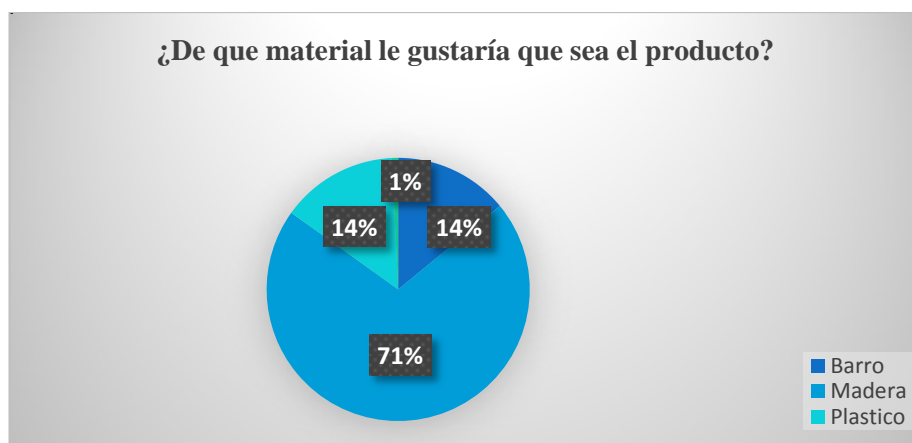


Figura 24 Pregunta 7  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### Analisis

De los datos obtenido en la pregunta 6, el 70,83% de las personas encuestadas prefieren que las macetas sean de madera, el 14,06% de barro, el 14,32% de plástico y el 0,78%. Los resultados son favorables para el proyecto porque las macetas serán de madera para el bienestar de la planta.

Tabla 16 Pregunta 8

**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un Porta maceteros?**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
\$10,00 a \$20,00	228	59,38%
\$20,00 a \$30,00	126	32,81%
\$30,00 a \$40,00	30	7,81%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes



Figura 25 Pregunta 8

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

**Análisis**

Según los datos obtenidos en la encuesta indica que el 59,38% estaría dispuesto a pagar entre \$10,00 a \$20,00 el 32,81% pagaría de \$20,00 a \$30,00 y el 7,81% pagaría entre \$30,00 a \$40,00.

Tabla 17 Pregunta 9

**¿En qué lugar usted preferiría adquirir el producto?**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Internet	117	30,47%
Locales o Establecimientos	192	50,00%
Centros Comerciales	75	19,53%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Goyes

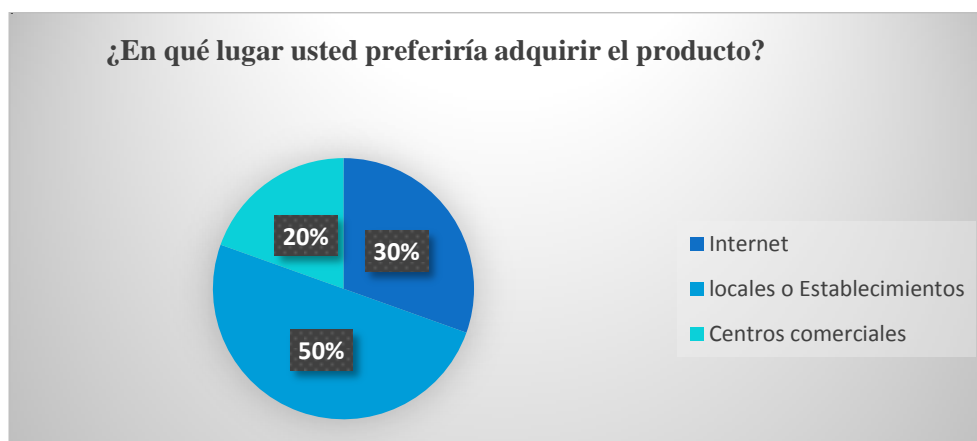


Figura 26 Pregunta 9

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Goyes

**Análisis**

Según los resultados obtenidos en la encuesta se puede observar que los posibles clientes prefieren adquirir el producto en locales o establecimientos con un 50% seguido por un 30,47% que prefieren adquirir el producto por internet y solamente un 19,53% prefieren adquirir el producto en centros comerciales.

Tabla 18 Pregunta 10

**¿A través de qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre el producto?**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Anuncios	129	33,59%
Televisión o Radio	33	8,59%
Redes Sociales	222	57,81%
Total	384	100%

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes



Figura 27 Pregunta 10

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### Analisis

Según los datos obtenidos en la encuesta realizada se puede observar que el 58% prefieren recibir información del producto por medio de redes sociales seguido por anuncios con un 33,59% y solamente un 8,59% prefieren informarse acerca del producto por medio de la televisión o radio.

### 3.02 Oferta

La oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto, puede decirse que la oferta es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos. (Julian Perez, 2009)

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que pueden llegar a ser vendidos a un precio determinado en el mercado ayuda a medir las cantidades o la evolución de precios que se dan en el mercado sobre un bien o servicio

#### 3.02.01 Oferta Histórica

Previamente realizando el estudio de mercado, se puede determinar que no existe una oferta histórica debido a que es un producto nuevo en el mercado.

#### 3.02.02 Oferta Actual

Analizar la oferta ayuda a medir las cantidades en que una economía puede adoptar un bien o servicio.

#### 3.02.03 Oferta Proyectada

“Determina la cantidad de un bien que los vendedores ofrecen al mercado en función del nivel de precio en años futuros” (Carreño, 2009)

El objetivo de este análisis, es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado por la competencia durante el periodo en que se va a evaluar el proyecto como se ha especificado los métodos planteados para proyectar la oferta pueden ser utilizados para pronosticar la demanda haciendo los ajustes adecuados de acuerdo a las variables con las que se vaya trabajar

## Calculo de la oferta actual

Tabla 19 Oferta actual

Demanda Actual	Competencia	Oferta Actual
854522	82%	6'98.485,93

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

## Oferta proyectada

Tabla 20 Oferta Proyectada

Años	Demanda proyectada	Competencia	Oferta Proyectada
2018	8'54.521,57	82%	6'98.485,93
2019	8'67.510,30	82%	7'09.102,92
2020	8'80.696,45	82%	7'19.881,28
2021	8'94.083,04	82%	7'30.823,48
2022	9'07.673,10	82%	7'41.931,99

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

## 3.04 Demanda

La demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. Puede hablarse de demanda individual (cuando involucra a un consumidor) o demanda total (con la participación de todos los consumidores de un mercado). (Julian Perez, 2009)

### 3.01 Demanda histórica

“La demanda histórica es conocer el comportamiento del consumo en el tiempo pasado, es decir la demanda del producto o servicio que hubo en años anteriores”(Manene, 2012)

Lo que se pretende obtener con la demanda histórica, es tener una idea aproximada de su evolución de la misma a través del tiempo pasado y lograr conseguir datos necesarios para el estudio.

### 3.02 Demanda Actual

“Un mercado describe a todos los vendedores y compradores que hacen transacciones sobre un bien o servicio es la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer sus necesidades y deseos específicos” (Carreño, 2009)

La demanda actual es cuando los consumidores escogen un producto o servicio en tiempo real o presente de su preferencia que son ofrecidos en el mercado para la satisfacción de sus necesidades

#### Calculo Demanda actual

*Tabla 21 Demanda actual*

<b>Demanda Actual</b>	
Consumo aparente	82%
Frecuencia (anual)	34,38%
Aceptación	83,59%
Precio (10-20)	15
<b>DEMANDA</b>	
Población	198.231
Aceptación	1'65.701
Frecuencia	56968
Precio	8'54.522
<b>Demanda Actual</b>	<b>8'54.522</b>

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes*



### 3.03 Demanda Projectada

La demanda proyectada es una proyección de consumo aparente, con la finalidad de estimar datos de la demanda a futuro donde se toma en cuenta el número de habitantes o clientes ya que guarda relación con una de sus determinantes, como lo es el número de demandantes (Chambi, 2012)

Como se menciona la demanda proyectada, es lo que las personas van a consumir en tiempo futuro en base al crecimiento supuesto de la población y esto se basará según el requerimiento para satisfacer gustos y preferencias de un bien o servicio futuro

#### **Demanda Projectada**

*Tabla 22 Demanda proyectada*

<b>Años</b>	<b>Crecimiento poblacional</b>	<b>Demanda proyectada</b>
	<b>1,0152%</b>	
2018	1	8'54.521,57
2019	1,0152	8'67.510,30
2020	1,0152	8'80.696,45
2021	1,0152	8'94.083,04
2022	1,0152	9'07.673,10

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes*

### 3.05 Balance Oferta Demanda

Tabla 23 Balance Oferta Demanda

<b>Oferta</b>	<b>Demanda</b>	<b>Demanda</b>
<b>Actual</b>	<b>Actual</b>	<b>Insatisfecha</b>
698485,93	854521,57	1'56.035,64

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Goyes

#### 3.05.02 Balance Proyectado

Tabla 24 Balance proyectado

<b>Año</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda</b>	<b>Demanda</b>
	<b>Proyectada</b>	<b>Proyectada</b>	<b>Insatisfecha</b>
2018	6'98.485,93	8'54.521,567	1'56.035,64
2019	7'09102,92	8'67.510,30	1'58.407,38
2020	7'19881,28	8'80.696,45	1'60.815,17
2021	7'30823,48	8'94.083,04	1'63.259,56
2022	7'41931,99	9'07.673,10	1'65.741,11

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Goyes

## CAPITULO IV

### 4. Estudio Técnico

“El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”. (Urbina, 2010)

Conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos (UNAM, 2010)

El estudio técnico consiste en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión. Determina la cantidad necesaria que se utilizara de maquinaria equipo y mano de obra de la misma manera se puede identificar proveedores, acreedores y herramientas que ayuden al correcto desarrollo del proyecto.

#### 4.01 Tamaño del proyecto

Es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

Para determinar el tamaño óptimo de la planta es necesario conocer con mayor precisión tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso.

Analiza y determina el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las

Instalaciones y la organización requerida para realizar la producción

#### 4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección puede lograr durante un periodo de tiempo determinado, teniendo en cuenta los recursos que tienen disponibles sea los equipos de producción disponibles, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia conocimiento entre otros. Es importante señalar que el hecho de estar cerca de la capacidad instalada no significa necesariamente que todos los recursos están cerca de su capacidad máxima (Núñez, 2015)

La capacidad instalada se refiere al volumen de producción que se puede obtener con los recursos disponibles en un determinado tiempo la manera de obtenerla es calcular cuantas unidades de producto puede la empresa elaborar en una hora y multiplicar ese resultado por las horas laborables disponibles

*Tabla 25 Capacidad de Producción*

<b>Producción</b>	<b>Día</b>	<b>Total</b>
Diario	1	9
Semanal	5	45
Mensual	22	198
Anual	360	3240

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes*

#### **Análisis**

La forma de obtener el cálculo es de la siguiente manera: las unidades del producto que la empresa fabricara por un día multiplicar por las unidades.

Normalmente se calcula por día, semanas, meses o años. En la empresa Vital Plants la producción diaria nos da un resultado de 9 unidades que se producirán al día, la producción semanal es de 45 unidades, la producción mensual es de 198 unidades y la producción anual es de 3240 unidades.

#### 4.01.02 Capacidad Óptima

“Es el máximo nivel de actividad que puede alcanzar con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es fundamental para la gestión empresarial en cuanto permite analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos de la organización y así tener oportunidad de optimizarlos los incrementos y disminuciones de la capacidad productiva provienen de decisiones de inversión de desinversión, por ejemplo, la adquisición de una maquinaria adicional además se debe tener en cuenta la mano de obra inventarios entre otros” (ESFA, 2011)

*Tabla 26 Capacidad Optima*

<b>Producción</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Capacidad Optima</b>
Diario	90%	8
Semanal	90%	40
Mensual	90%	176
Anual	90%	2880

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes*

#### **Análisis**

Es la capacidad máxima de producción con respecto al grado de uso de cada uno de los recursos y la capacidad de optimizar los mismos, el incremento o disminución de la producción proviene de inversión correcta que se realice en la empresa tomando en cuenta la mano de obra adecuada.

Podemos determinar que la capacidad óptima del proyecto representa el total de la producción ya que la empresa puede fabricar 9 unidades diarias, esto lo multiplicamos por 90% y nos da el total de la capacidad óptima de la planta que sería de 8 unidades por día y 2880 unidades al año.

## 4.02 Localización

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social. (Univerdiad Santo Tomas, 2015)

El estudio de localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas ocasionales, con el fin de buscar la localización que produzcan la máxima ganancia o el mínimo costo unitario, la ubicación de un proyecto es muy importante ya que determina en gran medida su clientela su duración y éxito.

### 4.02.01 Macro localización

“La macro localización la cual consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejor condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región”. (Univerdiad Santo Tomas, 2015)

Para establecer la macro localización de este proyecto, se ha considerado llevarlo a cabo en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, ciudad de Quito, Sector Sur



Figura 28 Macro localización  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

#### 4.02.02 Micro localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar el proyecto. (Miranda, 2005)

En el sector en el que se iniciarán las actividades el proyecto cuenta con un importante flujo vehicular en el cual se encuentran líneas de buses y transporte público, al ser su ubicación en una arteria vital para el tránsito de la ciudad con este punto nos referimos a la cercanía con la que se encuentre la empresa hacia los puntos a los cuales se va a distribuir el producto. El local debe estar cerca de los principales canales de distribución y estará ubicado en la dirección Av. Ajavi y Mariscal Sucre



Figura 29 Micro localización  
Fuente: Google Maps  
Elaborado por: Wendy Goyes

### 4.02.03 Localización Óptima

“Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital con la finalidad de llegar a determinar donde se instalara la planta”(Urbina, 2010)

Se define las características positivas o las ventajas de la localización de la microempresa en el lugar escogido en la macro y micro localización.

La localización escogida para la implementación de la microempresa productora de Porta maceteros será en la Biloxi debido a que existe cercanía con los proveedores, cuenta con servicios básicos, seguridad y no existe competencia considerando que existe gran circulación de personas diariamente lo que resulta beneficioso para el proyecto.

Tabla 27 Localización Optima

Factores Relevantes	Peso Asignado	Parroquia	La Mena	Parroquia	Chillogallo	Parroquia	Solanda
		Calificacion	Calificacion ponderada	Calificacion	Calificacion ponderada	Calificacion	Calificacion ponderada
Cercania con los clientes	0,25	9	2,25	5	1,25	5	1,25
Cercania con los proveedores	0,25	8	2	4	1	4	1
Ubicación geográfica	0,15	7	1,05	5	0,75	3	0,45
Seguridad	0,10	7	0,70	4	0,40	3	0,30



Seguridad	0,10	7	0,70	4	0,40	3	0,30
Servicios							
Basicos	0,10	7	0,70	4	0,40	3	0,30
Disponibilidad							
de mano obra	0,15	7	1,05	4	0,60	3	0,45
	1		7,75		4,40		3,75

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes*

Para determinar la localización óptima de la microempresa determinamos 6 factores más relevantes y asignamos un peso, para el factor de cercanía con los clientes consideramos un 0,25 ya que es importante, la cercanía con los proveedores se le asignó un 0,25, ubicación geográfica 0,15 Seguridad 0,10, servicios básicos 0,10 y disponibilidad de mano de obra 0,10. Obteniendo así el lugar óptimo para la implementación de la microempresa la misma que estará situada en la parroquia La Mena ya que es uno de los lugares más transitados lo que resulta favorable para el micro empresa

#### **4.03 Ingeniería del proyecto**

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva (Urbina, 2010)

#### **Definición de Bien**

##### **4.03.01 Bien**

Un bien es un elemento que se comercializa y que tiene la característica de satisfacer una necesidad humana de alguna manera. Desde el punto de vista moral, el bien es aquello que debe hacerse y buscarse, aquello que redundará en el bienestar propio y ajeno. (SCHOOL, 2010)

La empresa VITAL PLANTS se dedicará a la producción de un producto que está hecho a base de madera de pallets para preservar el cuidado de la naturaleza y mantener un ambiente más ecológico y acogedor

#### 4.03.02 Distribución de la planta

“Proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores” (Urbina, 2010)

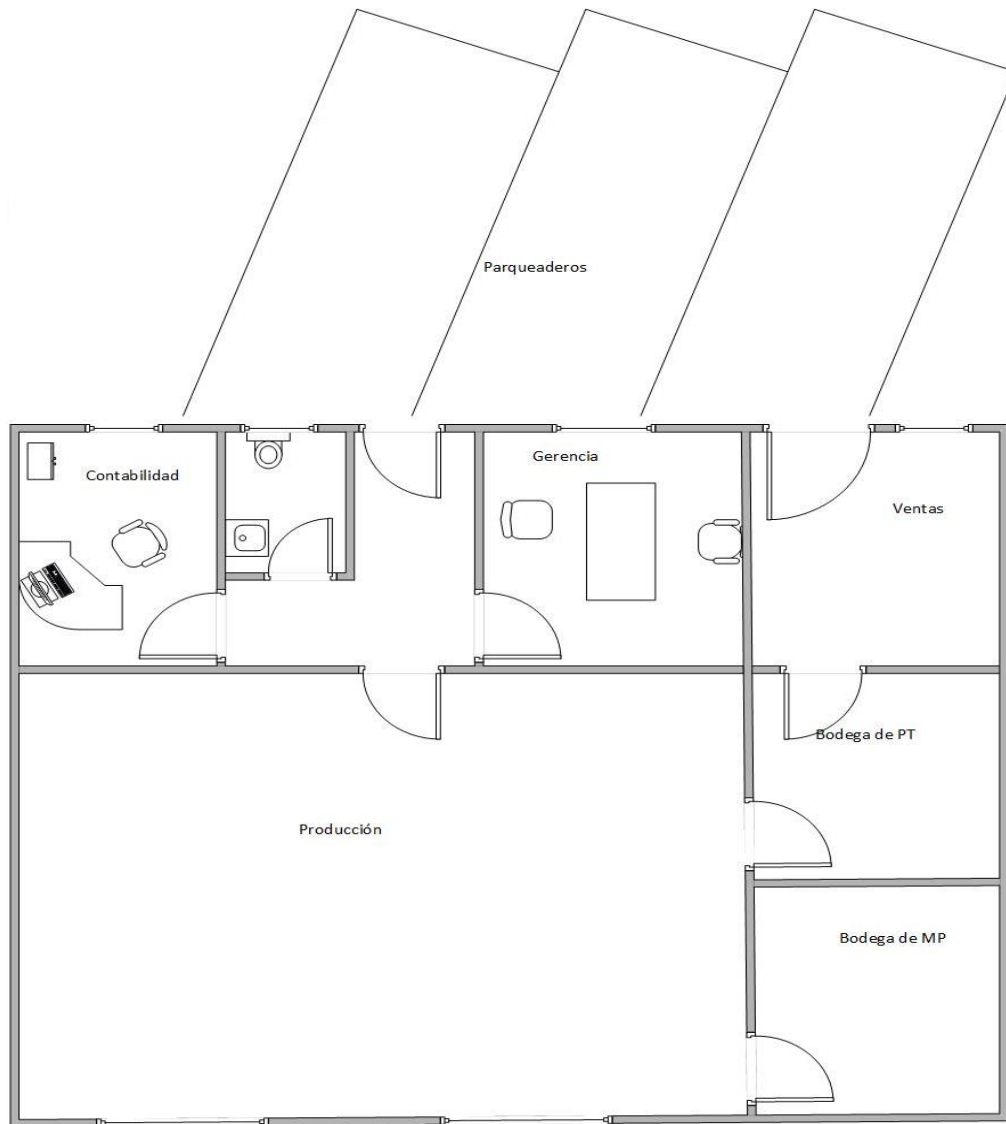
La distribución de la planta para el estudio de factibilidad se realizará de acuerdo a códigos y razones de cercanía, se determina la importancia y función de cada una de ellas

*Tabla 28 Determinación de la Planta*

<b>Departamento</b>	<b>Área</b>
Gerencia	4x3 (12m <sup>2</sup> )
Contabilidad	2x2 (4 m <sup>2</sup> )
Producción	6X6 (36m <sup>2</sup> )
Ventas	6x 4 (24m <sup>2</sup> )
Bodega MP	4X4 (16m <sup>2</sup> )
Bodega PT	4X4 (16m <sup>2</sup> )
Baño	1,50x2 (3m <sup>2</sup> )
Parqueadero 877	2X3(6m <sup>2</sup> )

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Wendy Goyes*



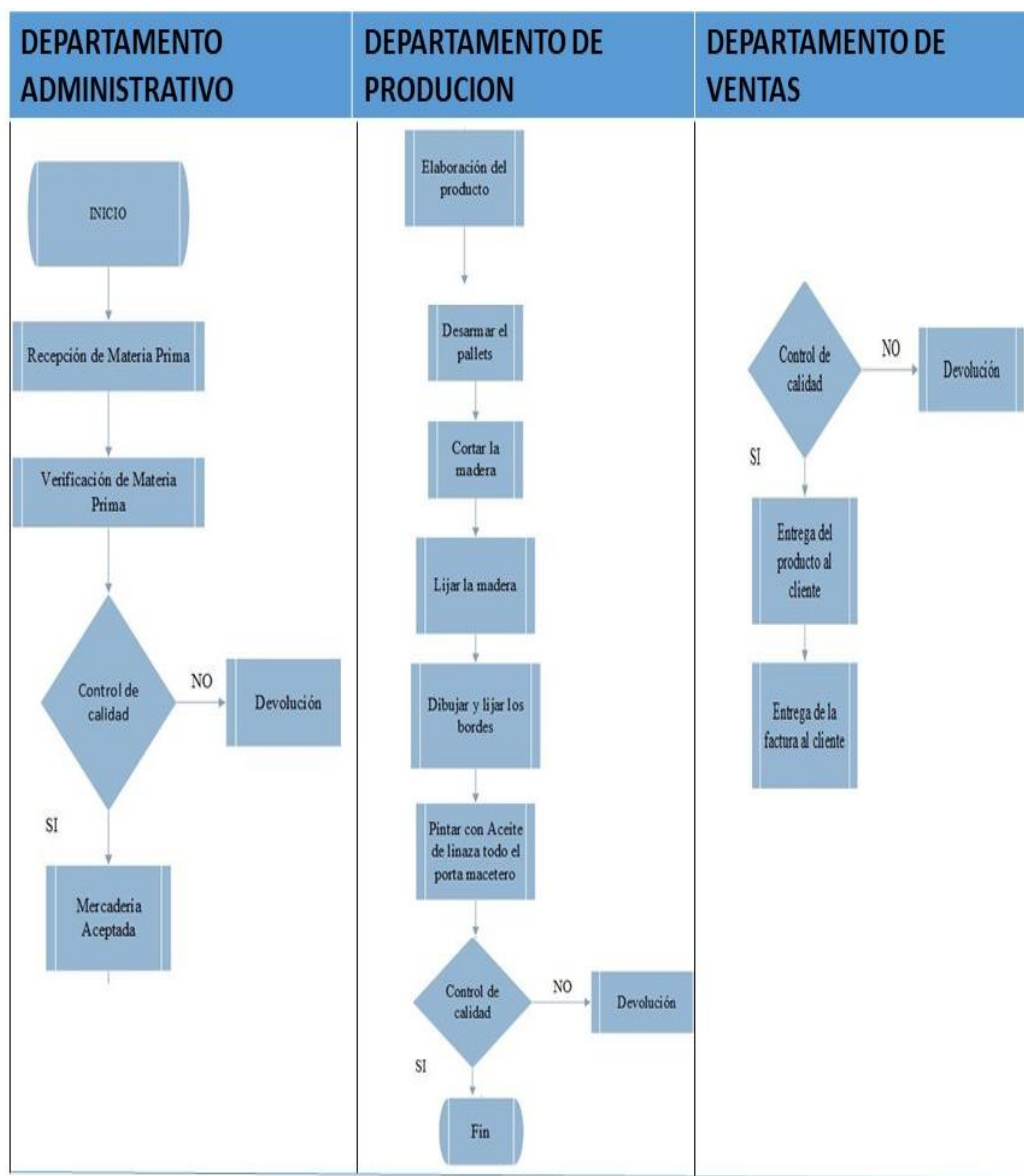
*Figura 30 Plano del Proyecto*  
*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado por: Wendy Goyes*

#### **4.03.03 Proceso Productivo**

Es la producción de bienes y servicios que consiste básicamente en un proceso de transformación ° que sigue unos planes organizados de actuación ° según

el cual las entradas de factores de producción, como materiales, conocimientos y habilidades, se convierten en los productos deseados (Montayo, 2011)

El proceso de producción es la Transformación de ciertos elementos por medio de un sistema de acciones que están relacionadas



*Figura 31 Proceso Productivo*  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

#### 4.03.04 Maquinaria y Equipo

Son activos fijos, utilizados por las empresas en la producción y distribución, así como en las áreas administrativas y de ventas

**Maquinaria :** Se considera Maquinaria a la maquinas que este destinada a la producción industrial sean mecánicas o semiautomáticas para la transformación de materia prima ejemplo: Lijadora Industrial, grapadora industrial

Tabla 29 Maquinaria

MAQUINARIA	CANTIDAD	PRECIO	VALOR TOTAL
Lijadora Banda Dewalt 3*21 960 w Industrial	1	\$373.31	\$373.31
Engrapadora/ Clavadora ¼ A 9/16 Industrial	1	\$31,017	\$31,017
<b>TOTAL</b>			<b>\$404,38</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

#### 4.03.05 Equipo

Tiene relación a los equipos electrónicos como el equipo de computación y equipo de oficina

Tabla 30 Equipo

EQUIPOS	CANTIDAD	PRECIO	VALORTOTAL
Computadora Dual Core 2gb 320 gb pantalla Lg 19	3	\$250	\$750
Impresora Epson MG5710	1	\$150,00	\$150,00
Teléfonos	4	\$30,00	\$150,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1050,00</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

*Tabla 31 Muebles, Enseres y Herramientas*

<b>EQUIPOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorios de mesa	3	\$150	\$450,00
Sillas giratorias	3	\$90,00	\$270,00
Mueble	1	\$150,00	\$150,00
Archivadores	2	\$50,00	\$100,00
SERRUCHO	2	\$5,87	\$11,74
Martillo	2	\$6,41	\$12,82
<b>TOTAL</b>			<b>\$994,56</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

## CAPÍTULO V

### 5. Estudio Financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad que tiene una empresa para ser sustentable viable y rentable en el tiempo

El objetivo del estudio financiero es determinar el monto de los recursos económicos que serán necesarios para llevar a cabo el proyecto al igual que una serie de indicadores que servirán de base para realizar la evaluación económica del proyecto.

#### 5.01 Ingresos

Importe de la venta de bienes y prestación de servicios que son el objeto del tráfico de la empresa. Comprende también otros ingresos, variación de existencias y beneficios del ejercicio.

##### 5.01.01 Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales son los que se relacionan directamente a la razón de ser del negocio es decir es el resultado de las actividades desarrolladas en el cumplimiento del objeto social.

Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa por lo general toda empresa esta dedicada a una o más actividades económicas principales y los ingresos originados en estas actividades son considerados ingresos operacionales.

Tabla 32 Ingresos Operacionales

<b>Ingresos Operacionales</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
CUF	9,64
Utilidad 40%	3,86
PVP	13,50
Producción mensual	459,13
Ingreso Mensual	6197,24
<b>Ingreso Anual</b>	<b>74.366,87</b>

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes*

Tabla 33 Ingresos Operacionales Proyectados

<b>Año</b>	<b>Ingreso Actual</b>	<b>Tasa de crecimiento</b>	<b>Ingreso Proyectado</b>
2018	74.366,87	Año base	74366,87
2019	74.366,87	1,026	76300,41
2020	76300,41	1,026	78284,22
2021	78284,22	1,026	80319,61
2022	80319,61	1,026	82407,92

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes*

Para poder realizar el cálculo de los ingresos operacionales, es necesario identificar los 3 costos fundamentales que se requieren para su cálculo.

### **MOD (Mano de Obra Directa)**

La mano de obra directa es el esfuerzo físico o mental que se consume al elaborar un producto o servicio.



Tabla 34 Mano de Obra Directa

Trabajador	Sueldo Mensual	Aporte IESS Patronal	Fondo de Reserva	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Total mensual	Total anual
Operario 1	386,00	46,89	32,17	32,17	32,17	16,08	545,48	6545,79
Operario 2	386,00	46,89	32,17	32,17	32,17	16,08	545,48	6545,79
<b>Total</b>							<b>1090,96</b>	<b>13091,58</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### MPD (Materia Prima Directa)

La materia prima directa son todos aquellos materiales que son usados para la elaboración del producto final.

Tabla 35 Mano de Prima Directa

Materia prima	Cantidad	Valor Unitario	Valor total	Prod. Mensual	Valor mensual	Valor anual
Madera	0,5	2,50	1,25	459,13	573,91	6886,96
Clavos	1,00	1,41	1,41	459,13	647,37	7768,49
Aceite de linaza	0,25	7,00	1,75	459,13	803,48	9641,74
Maderol	0,25	7,96	1,99	459,13	913,67	10964,03
<b>Total Materia Prima</b>			<b>6,40</b>		<b>2938,43</b>	<b>35261,22</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### CIF (Costos Indirectos de Fabricación)

Los Costos indirectos de fabricación son todos los asociados con la fabricación, excepto la mano de obra y la materia prima, incluyendo suministros, impuestos, mantenimientos y materia o mano de obra que no está relacionada directamente con la elaboración del producto, pero que es parte esencial para ello.

Tabla 35 Servicios Básicos

Concepto	Valor mensual	Valor Anual	Producción %	Administración %	Ventas %
Agua	20	240	10	5	5
Energía Eléctrica	75	900	63,75	7,5	3,75
Teléfono	15	180		7,5	7,5
Internet	20	240		6	14
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>1560</b>	<b>73,75</b>	<b>26</b>	<b>30,25</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wendy Goyes

### 5.01.02 Ingreso no Operacional

Si un ingreso no corresponde al objeto social de la empresa se considera como un ingreso no operacional al no ser propio de giro del negocio.

El presente proyecto no tendrá ingresos no operacionales debido a que no se realizará otro producto adicional.

### 5.02 Costos

(Baca, 2006). Afirma: “se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie”. (pág. 169).

Los costos son los valores que se desembolsan para realizar la elaboración del producto. Se clasifican en costos directos y costos indirectos

#### 5.02.01 Costo Directo

Son aquellos que tienen relación directa con la elaboración del producto están conformados por la mano de obra directa y los materiales en los costos directos se debe tener mayor control uno de los principales elementos de control resulta de obtener los insumos que se requiere.

Tabla 36 Costos Directos

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
MPD	35261,22
MOD	13091,58
<b>Total</b>	<b>48352,79</b>

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes*

### 5.02.02 Costo Indirecto

Son todos los costos que no intervienen directamente en la transformación del producto, pero aportan indirectamente.

Tabla 37 Costos Indirectos

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
MPI	285
Servicios Básicos	73,75
Etiquetado	211,2
Empaquetado	
<b>Total</b>	<b>569,95</b>

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes*

### 5.02.03 Gastos Administrativos

Son los que provienen de la realización de la función administrativa de la empresa. Se toman en consideración las remuneraciones, materiales de aseo y suministros.

Tabla 38 Gasto Personal

Concepto	Mensual	Aporte IESS Patronal	Fondo de reserva	13 er Sueldo	14 to Sueldo	Vacaciones	Total Mensual	Total Anual
Gerente	403,44	49,01	33,62	33,62	32,17	16,81	568,68	6824,14
Contador Externo	200,00						200,00	2400,00
<b>Total</b>							<b>768,68</b>	<b>9224,14</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

Tabla 39 Material de Aseo y Limpieza

Concepto	Valor
Escoba	1,50
Recogedor	1,70
Trapeador	2,50
Desinfectante	5,00
Ambiental	3,00
<b>Total</b>	<b>13,70</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

Tabla 40 Suministro de Oficina

Concepto	Valor
Resmas de papel	3,85
Factureros	12,00
Lápices	1,57
Bolígrafos	2,25
Borradores	1,25
Grapas	0,69
Clips	0,50
<b>Total</b>	<b>22,11</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

Tabla 41 Otros Gastos Administrativos

<b>Concepto</b>	<b>Gasto Mensual</b>	<b>Gasto anual</b>
Servicio Básicos	26,00	312,00
<b>Total</b>		<b>312,00</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

#### 5.02.04 Gastos de Ventas

Son los desembolsos hechos para realizar la comercialización de un producto o servicio; abarcan varias actividades, como mercadotecnia, investigación y desarrollo, estudios, promotores, entre otros.

Tabla 42 Gasto Personal

<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>	<b>Aporte IESS Personal</b>	<b>Fondo de reserva</b>	<b>13 er sueldo</b>	<b>14 to sueldo</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
Vendedor	400,00	48,60	33,33	33,33	32,17	16,67	564,10	6769,24
<b>Total</b>							<b>564,10</b>	<b>6769,24</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

Tabla 43 Otros Gastos de Ventas

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Servicios básicos	30,25
Gigantografías	60,00
Tarjetas de Presentación	35,00
Publicidad/Trípticos	100,00
Material Pop	100,00
<b>Total</b>	<b>295,00</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

## Proyección de Costos Gastos

Tabla 44 Proyección de Costos de Producción

Costo	Inflación	Años				
		2018	2019	2020	2021	2022
MPD	1,0019	35261,22	35328,21	35395,34	35462,59	35529,97
MOD		13091,58	13116,45	13141,37	13166,34	13191,36
CIF		569,95	571,03	572,12	573,20	574,29
<b>Total</b>		<b>48922,74</b>	<b>49015,70</b>	<b>49108,83</b>	<b>49202,13</b>	<b>49295,62</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

Tabla 45 Proyección de Gastos Administrativos

Concepto	Inflación	Años				
		2018	2019	2020	2021	2022
Gasto Personal	1,0019	9.224,14	9.241,66	9.259,22	9.276,81	9.294,44
Material Aseo		164,40	164,71	165,03	165,34	165,65
Suministro		265,32	265,82	266,33	266,84	267,34
Otros Gastos		312,00	312,59	313,19	313,78	314,38
<b>Total Gasto Administrativo</b>		<b>9.965,86</b>	<b>9.984,79</b>	<b>10.003,76</b>	<b>10.022,77</b>	<b>10.041,81</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

Tabla 46 Proyección de Gastos de Ventas

Concepto	Inflación	Años				
		2018	2019	2020	2021	2022
Gasto Personal	1,0019	6.769,24	6.782,10	6.794,99	6.807,90	6.820,83
Servicios básicos		363	363,69	364,38	365,07	365,77
Gigantografías		60,00	60,11	60,23	60,34	60,46
Tarjetas de Presentación		17,50	17,53	17,57	17,60	17,63
Publicidad		100,00	100,19	100,38	100,57	100,76
Material Pop		100,00	100,19	100,38	100,57	100,76
<b>Total</b>		<b>7.409,74</b>	<b>7.423,82</b>	<b>7.437,92</b>	<b>7.452,06</b>	<b>7.466,21</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### 5.02.05 Gastos Financieros

Son los intereses que se deben pagar debido a los capitales obtenidos en préstamo.

Tabla 47 Proyección de Gastos de Ventas

<b>GASTO FINANCIERO</b>		
Prestamo	6012,04	
Plazo	34	Meses
Tasa de Interés	15,98%	
Pagos	212,10	MENSUAL
Total interés	1199,43	

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### 5.02.06 Costos Fijos y Variables

Estos costos son valores que se desembolsarán ya sea para fines administrativos comerciales.

Tabla 48 Costos Fijos y Variables

<b>PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
INFLACION	1,0019				
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>11.107,18</b>	<b>10.845,50</b>	<b>10.621,75</b>	<b>10181,37</b>	<b>10200,44</b>
DEPRECIACION	456,10	456,10	456,10	141,10	459,57
AMORTIZACION DE LA INVERSION DIFERIDA	668,14	389,18	142,63	0,00	0,00
GASTOS ADMINISTRATIVO	9.983,26	10.002,22	10.021,23	10040,27	10059,34
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>56332,48</b>	<b>56.439,52</b>	<b>56.546,75</b>	<b>56654,19</b>	<b>56761,83</b>
MPD	35261,22	35.328,21	35.395,34	35462,59	35529,97
MOD	13091,58	13.116,45	13.141,37	13166,34	13191,36
CIF	569,95	571,03	572,12	573,20	574,29
GASTOS DE VENTAS	7423,70	7.437,81	7.451,94	7466,10	7480,28
<b>COSTOS FIJOS + COSTOS VARIABLES</b>	<b>67.439,67</b>	<b>67.285,02</b>	<b>67.168,50</b>	<b>66.835,56</b>	<b>66962,28</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### 5.03 Inversiones

La inversión es el capital inicial, o los recursos necesarios que se colocan en un proyecto o iniciativa empresarial con el fin de dar inicio a sus actividades, con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que genere ganancia.

#### 5.03.01 Inversión Fija

La inversión fija es el conjunto de recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto, Se llama fija porque el proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que se perjudique la empresa. Estos recursos tienen una vida útil mayor a un año y se deprecian, estos recursos son maquinaria, equipos muebles, vehículos, edificio, entre otros.

#### 5.03.02 Activos Fijos

(Baca, 2006), “dice que el activo fijo es el conjunto de bienes que son propiedad de la empresa. Es llamado fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasiona problemas a sus actividades productivas” (pag 146)

*Tabla 49 Inversión Fija*

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Maquinaria	373,18
Equipos de Oficina	200,00
Equipos de Computación	1050,00
Muebles y Enseres	994,56
<b>TOTAL</b>	<b>2617,74</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Wendy Goyes*



### 5.03.03 Capital de Trabajo

(Baca, 2006, pág. 145), se refiere al capital del trabajo, desde el punto de vista contable, como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante; desde el punto de vista práctico, es el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido), con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa. El Capital de Trabajo es el monto económico con el cual las empresas cubren la brecha existente entre el arranque de las operaciones y el inicio de la captación de las ganancias que éstas generan.

Tabla 50 Capital de Trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Arriendo	600,00
MPD	8815,30
MOD	3272,89
Servicios Básicos	390,00
Gasto Administrativo	2491,46
Gasto de ventas	1852,44
	<b>17422,10</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### 5.03.04 Fuente de Financiamiento y uso de fondos

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir sus necesidades económicas.

Un estado de flujo de fondos es de considerable ayuda, porque permite ver el empleo de fondos que ha hecho la empresa y la forma en que esas utilidades fueron financiadas

Permite definir cuál es la estructura financiera de la organización y determinar cómo se financia la empresa. Esto con el fin de realizar los correctivos que permitan lograr el principio de conformidad financiera.

Tabla 51 Fuentes y usos

<b>Conceptos</b>	<b>Valores</b>	<b>RECURSOS PROPIOS</b>	<b>BANCO</b>
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	2617,74	0,00	2617,74
Maquinaria	373,18		373,18
Equipos de Oficina	200,00		200,00
Equipos de Computación	1.050,00		1.050,00
Muebles y Enseres	994,56		994,56
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	17429,94		
Arriendo	600,00	600,00	
MPD	8.815,30	5.419,00	3.396,30
MOD	3.272,89	3.272,89	
Servicios Básicos	390,00	390,00	
Gasto Administrativo	2.491,46	2.491,46	0
Gasto de ventas	1.852,44	1.852,44	
<b>TOTAL</b>	<b>2.0039,84</b>	<b>14.028,79</b>	<b>6012,04</b>
		70,00	30,00
		<b>100,00</b>	

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### 5.03.05 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

El término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. Se aplica a los activos diferidos o intangibles. Indica la cantidad de dinero que se ha recuperado de la inversión inicial con el paso de los años

Durante el desarrollo del proyecto se debe tener en cuenta la forma en la cual se va a tomar el capital

**Tabla 52** Tabla de amortización

**Alianza del Valle Ltda.**  
Cooperativa de Ahorro y Crédito  
*Su cooperativa amiga!*
**DETALLE DE LA OPERACIÓN**

Monto Financiado:	<b>6012,04</b>	USD.	Monto del Crédito Aprobado.
Plazo:	34	Meses	Tiempo acordado para el pago del Crédito.
Cuota Aproximada:	<b>212,1</b>	USD.	Valor Aproximado a pagar durante el Plazo Aprobado.

**DETALLE TASAS DE INTERÉS**

Tasa Efectiva Anual:	15,98	%	Tasa de interés que incluye todos los costos asociados al Crédito.
----------------------	-------	---	--

**TABLA DE AMORTIZACIÓN TIPO FRANCESA**

Núm. Cuota	Fecha_Vencimiento	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro_Desg.	Couta
1	21/05/2018	6012,04	147,43	62,63	2,04	212,1
2	20/06/2018	5864,61	149,02	61,09	1,99	212,1
3	20/07/2018	5715,59	150,62	59,54	1,94	212,1
4	20/08/2018	5564,97	150,24	59,9	1,96	212,1
5	18/09/2018	5414,73	155,8	54,52	1,78	212,1
6	18/10/2018	5258,93	155,53	54,78	1,79	212,1
7	19/11/2018	5103,4	153,55	56,7	1,85	212,1
8	17/12/2018	4949,85	162,41	48,12	1,57	212,1
9	16/01/2019	4787,44	160,6	49,87	1,63	212,1
10	15/02/2019	4626,84	162,33	48,2	1,57	212,1
11	18/03/2019	4464,51	162,47	48,06	1,57	212,1
12	16/04/2019	4302,04	167,37	43,32	1,41	212,1
13	16/05/2019	4134,67	167,62	43,07	1,41	212,1
14	17/06/2019	3967,05	166,58	44,08	1,44	212,1
15	15/07/2019	3800,47	173,94	36,95	1,21	212,1
16	14/08/2019	3626,53	173,09	37,78	1,23	212,1
17	13/09/2019	3453,44	174,96	35,97	1,17	212,1
18	14/10/2019	3278,48	175,66	35,29	1,15	212,1
19	12/11/2019	3102,82	179,84	31,24	1,02	212,1
20	12/12/2019	2922,98	180,66	30,45	0,99	212,1
21	13/01/2020	2742,32	180,64	30,47	0,99	212,1
22	10/02/2020	2561,68	186,38	24,91	0,81	212,1
23	11/03/2020	2375,3	186,55	24,74	0,81	212,1
24	13/04/2020	2188,75	186,2	25,08	0,82	212,1
25	11/05/2020	2002,55	191,99	19,47	0,64	212,1
26	09/06/2020	1810,56	193,27	18,23	0,6	212,1
27	09/07/2020	1617,29	194,7	16,85	0,55	212,1
28	11/08/2020	1422,59	195,27	16,3	0,53	212,1
29	07/09/2020	1227,32	200,21	11,51	0,38	212,1
30	07/10/2020	1027,11	201,05	10,7	0,35	212,1
31	06/11/2020	826,06	203,22	8,6	0,28	212,1
32	07/12/2020	622,84	205,18	6,7	0,22	212,1
33	05/01/2021	417,66	207,75	4,21	0,14	212,1
34	04/02/2021	209,91	209,91	2,19	0,07	212,17
<b>TOTALES:</b>		<b>0</b>	<b>6012,04</b>	<b>1161,52</b>	<b>37,91</b>	<b>7211,47</b>

Fuente: Alianza del Valle

Elaborado por: Alianza del Valle

### 5.03.06 Depreciaciones (tabla de depreciaciones)

Hace referencia al valor que pierden los bienes con su uso.

Tabla 53 Depreciaciones

	<b>VALOR INICIAL</b>	<b>AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
MAQUINARIA	373,18	10	33,59	33,59	33,59	33,59	33,59
MUEBLES Y ENSERES	994,56	10	89,51	89,51	89,51	89,51	89,51
EQUIPO DE COMPUTACION	1050,00	3	315,00	315,00	315,00	0,00	0,00
EQUIPO DE OFICINA	200,00	10	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
<b>TOTAL</b>			<b>456,10</b>	<b>456,10</b>	<b>456,10</b>	<b>141,10</b>	<b>141,10</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### 5.03.07 Estado de situación inicial

Tabla 54 Estado de Situación Inicial

<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL EMPRESA VITAL PLANTS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>Corrientes</b>	<b>17.429,94</b>	<b>No Corrientes</b>	<b>6.014,04</b>
Caja Bancos	17.429,94	Préstamo Bancario por Pagar	6014,04
<b>No Corrientes (fijos)</b>	<b>2617,74</b>	<b>PATRIMINIO</b>	<b>14.033,64</b>
Maquinaria y herramienta	373,18	Capital	14033,64
Muebles y Enseres	994,56		
Equipo de Computación	1.050,00		
Equipo de Oficina	200,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>20047,68</b>	<b>TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO</b>	<b>20.047,68</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### 5.03.08 Estado de Resultados proyectado (a cinco años)

El Estado de resultados proyectado es la base para calcular los flujos netos de efectivo, y la utilidad neta, que son el beneficio real de la operación de la planta, con los cuales se realiza la evaluación financiera.

Tabla 55 Estado de Resultados

<b>EMPRESA VITAL PLANTS</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>DEL 2018 AL 2022</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
	<b>(AÑO</b>				
	<b>BASE)</b>				
<b>Ventas</b>	74366,87	76300,41	78284,22	80319,61	82407,92
<b>(-) Costo de Producción</b>	48922,74	49015,70	49108,83	49202,13	49295,62
<b>(-)Gastos Administrativos</b>	9.965,86	9.984,79	10.003,76	10.022,27	10.041,81
<b>(-)Gastos de Ventas</b>	7.409,74	7.423,82	7.437,92	7.452,06	7.466,21
<b>(-) Depreciaciones</b>	456,10	456,10	456,10	141,10	141,10
<b>(-)Gasto Financiero</b>	667,83	387,18	144,42	0,00	0,00
<b>(-) Amortización del diferido</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=)Utilidad Bruta</b>	<b>6.944,61</b>	<b>9.032,83</b>	<b>11.133,19</b>	<b>13.501,56</b>	<b>15.463,18</b>
<b>(+/-)Otro Ingresos o Gastos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	6.944,61	9.032,83	11.133,19	13.501,56	15.463,18
<b>(-) 15% Participación Trabajadores</b>	1.041,69	1.354,92	1.669,98	2.025,23	2.319,48
<b>(=)Utilidad antes de impuestos</b>	5.902,92	7.677,91	9.463,22	11.476,32	13.143,70
<b>(-) Impuesto a la renta</b>	-	-	-	10,32	93,69
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>5.902,92</b>	<b>7.677,91</b>	<b>9.463,22</b>	<b>11.466,01</b>	<b>13.050,02</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### 5.03.09 Flujo Caja Proyectado

El Flujo de Caja es muy importante en la valoración financiera, ya que éste permite determinar los fondos disponibles de efectivo que cubren el costo del proyecto

Tabla 56 Flujo Caja Proyectado

EMPRESA VITAL PLANTS					
FLUJO DE CAJA					
DEL 2018 AL 2022					
DESCRIPCION	2018 (AÑO BASE)	2019	2020	2021	2022
<b>Ventas</b>	74366,87	76300,41	78284,22	80319,61	82407,92
(-) Costo de Produccion	48922,74	49015,70	49108,83	49202,13	49295,62
(-)Gastos Administrativos	9.965,86	9.984,79	10.003,76	10.022,27	10041,81
(-)Gastos de Ventas	7409,74	7423,82	7437,92	7452,06	7466,21
(-)Depreciaciones	456,10	456,10	456,10	141,10	141,10
(-)Gastos financieros	667,83	387,18	144,42	0,00	0,00
(-)Amortizacion del diferido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=)Utilidad Bruta</b>	<b>6.944,61</b>	<b>9.032,83</b>	<b>11.133,19</b>	<b>13.501,56</b>	<b>15.463,18</b>
(+/-) Otros Ingresos o Gastos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=)Utilidad Operacional</b>	<b>6.944,61</b>	<b>9.032,83</b>	<b>11.133,19</b>	<b>13.501,56</b>	<b>15.463,18</b>
(-) 15% Participacion Trabajadores	1.041,69	1.354,92	1.669,98	2.025,23	2.319,48
<b>(=)Utilidad antes de impuestos</b>	<b>5.902,92</b>	<b>7.677,91</b>	<b>9.463,22</b>	<b>11.476,32</b>	<b>13.143,70</b>
(-) Impuesto a la renta	-	-	-	10,32	93,69
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>5.902,92</b>	<b>7.677,91</b>	<b>9.463,22</b>	<b>11.466,00</b>	<b>13.050,01</b>
(+)Depreciaciones	456,10	456,10	456,10	141,10	141,10
(+) Amortizacion del diferido	0	0	0	0	0
(-) Amortizacion de la deuda	1877,37	1944,69	2191,45	0	0
<b>(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO</b>	<b>8.236,39</b>	<b>10.078,70</b>	<b>12.110,77</b>	<b>11.607,10</b>	<b>13.191,11</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Goyes Wendy

## 5.04 Evaluación

La Evaluación Financiera es una investigación profunda de la información de los flujos de fondos y los riesgos existentes, dicho estudio nos va a permitir determinar una rentabilidad, demostrando que la inversión propuesta será económicamente viable.

### 5.04.01 Tasa de descuento

(Guevara, 2014), al referirse a la Tasa de Descuento asegura que ésta es la suma de la tasa activa del sector empresarial o del sector comercial pymes, más la tasa pasiva, que publica el Banco Central del Ecuador.

Tabla 57 TMAR

<b>CONCEPTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Tasa activa	15,98 %
Tasa pasiva	4,20 %
<b>TMAR</b>	<b>20,18 %</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### 5.04.02 Cálculo del Valor Presente Neto (VPN o VAN)

(Baca, 2006), señala que el valor presente neto, o valor actual neto: “es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (pág. 221). Esto 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

Tabla 58VAN

<b>TMAR</b>	20,18%
<b>INVERSIÓN</b>	-20.047,68
<b>2018</b>	8.236,39
<b>2019</b>	10.078,70
<b>2020</b>	12.110,77
<b>2021</b>	11.607,10
<b>2022</b>	13.191,11
<b>VAN</b>	<b>11.586,67</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### **Análisis.**

El cálculo del Valor Actual Neto en el proyecto es de \$**11586.67** con una inversión de \$ 20047,68 por lo que el indicador es aceptable.

#### **5.04.03 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)**

Es aquella que hace que el VAN sea igual a cero, es decir, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Tabla 59TIR

<b>TIR =</b>	<b>42,33%</b>
--------------	---------------

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### **Análisis.**

Los resultados obtenidos arrojan una TIR del 42.33%, lo cual determina que el proyecto es rentable ya que es mayor que la TMAR



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

El período de recuperación de la inversión determina el tiempo en años, meses y días en el que el valor invertido será recuperado.

Tabla 60 Período de recuperación de la inversión

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado Actualizado
0	20.047,68	-20.047,68	1,00	-20.047,68	-20.047,68
1	8.236,39	-11.811,29	0,83	6.853,37	-13.194,30
2	10.078,70	-1.732,60	0,69	6.978,14	-6.216,16
3	12.110,77	10.378,17	0,58	6.977,10	760,94
4	11.607,10	21.985,27	0,48	5.564,10	6.325,04
5	13.191,11	35.176,38	0,40	5.261,63	11.586,67

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

#### Análisis.

El tiempo en el que se recuperará la inversión será de 2 años, 2 meses en valores constantes y 2 años, 11 meses en valores actualizados lo que indica que el proyecto es recuperable

#### 5.04.05 Relación Costo Beneficio (RC/B)

Mide la relación entre los costos y los beneficios asociados a un proyecto, tomando la sumatoria de los flujos actualizados para el total que se ha invertido, de esta manera permite determinar la ganancia que el inversionista obtiene por cada dólar que ha invertido.

Tabla 61RCB

<b>Ingreso</b>	<b>74366,87</b>	=	<b>1,10</b>
<b>Egreso</b>	67453,94		

### Análisis.

Se puede observar que por cada dólar que se invierte en el proyecto, se obtiene \$0,10 de ganancia, lo cual es un excelente indicador de la rentabilidad del proyecto.

### Punto de equilibrio

Es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son iguales a los costos fijos y los variables. Se lo considera una técnica útil para estudiar las relaciones entre costos fijos, los costos variables y los beneficios, y de esta forma poder calcular con facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas.

#### 5.04.06 Punto de equilibrio en dólares

Para sacar el Punto de Equilibrio

en dólares usamos la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio}}}$$

Tabla 62 Punto de Equilibrio

PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES					
CONCEPTO	2018	2019	2020	2021	2022
INFLACION	1,0019				
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>11.107,18</b>	<b>10.845,50</b>	<b>10.621,75</b>	<b>10181,37</b>	<b>10200,44</b>
DEPRECIACION	456,10	456,10	456,10	141,10	459,57
AMORTIZACION DE LA INVERSION	668,14	389,18	142,63	0,00	0,00

DIFERIDA					
GASTOS					
ADMINISTRATIVO	9.983,26	10.002,22	10.021,23	10040,27	10059,34
<b>COSTOS</b>	<b>56332,48</b>	<b>56.439,52</b>	<b>56.546,75</b>	<b>56654,19</b>	<b>56761,83</b>
<b>VARIABLES</b>					
MPD	35261,22	35.328,21	35.395,34	35462,59	35529,97
MOD	13091,58	13.116,45	13.141,37	13166,34	13191,36
CIF	569,95	571,03	572,12	573,20	574,29
GASTOS DE VENTAS	7423,70	7.437,81	7.451,94	7466,10	7480,28
<b>COSTOS FIJOS + COSTOS VARIABLES</b>	<b>67.439,67</b>	<b>67.285,02</b>	<b>67.168,50</b>	<b>66.835,56</b>	<b>66962,28</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>11106,58</b>	<b>11.127,68</b>	<b>11.148,83</b>	<b>11170,01</b>	<b>11191,23</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

### Análisis.

En el año 2018 el punto de equilibrio es de \$ 11106,58 en el año 2019 de \$ 11127,68, en el año 2020 de \$ 11148,83, en el año 2021 de \$ 11170,01 en el año 2022 de \$ 11191,23

### Punto de equilibrio en unidades

Para sacar las unidades que deberé vender, aplicaremos la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Tabla 63 Punto de Equilibrio en Unidades

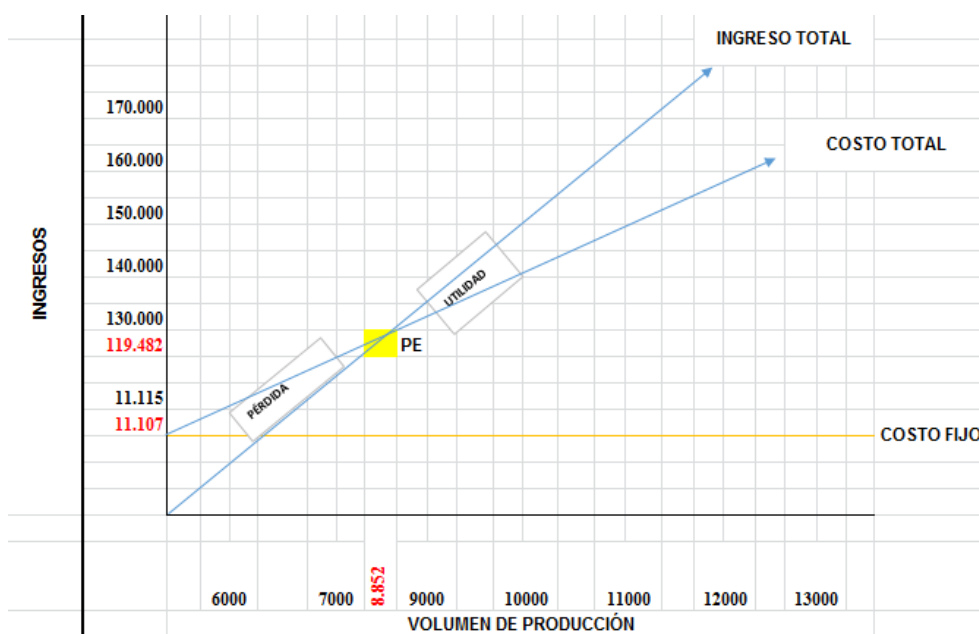
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	11.107,18
<b>Precio de Venta</b>	13,50
<b>Costo Variable Unitario</b>	12,24

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu} = \frac{11.107,18}{1,25} = 8.852 \text{ Unidades}$$

$$P.E. = 8.853 \times 13,50 = 11481.66 \text{ Ventas}$$

VENTAS	119.481,66
Costo Variable	<u>108.374,48</u>
Margen de Contribución	11.107,18
Costos Fijos	<u>11.107,18</u>
Utilidad / Pérdida	<u><u>0,00</u></u>

Como se puede notar, al multiplicar las unidades por el precio, nos proporciona el valor de las ventas, que, al restar de su costo variable, nos da el margen de contribución que es igual a los costos fijos, llegando a establecer el punto de equilibrio.



*Figura 32 Punto de Equilibrio*  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Wendy Goyes

Como se puede notar, al multiplicar las unidades por el precio, proporciona el valor de las ventas, que, al restar de su costo variable, da el margen de contribución que es igual a los costos fijos, llegando a establecer el punto de equilibrio.

#### 5.04.07 Análisis de Índices financieros

(Baca, 2006, pág. 152), “dice que estas técnicas no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no se relacionan de forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa”.

#### Razones de Apalancamiento

Mide el grado o la forma en que los activos de la empresa han sido financiados, considerando tanto el endeudamiento con terceros como la contribución de los propietarios.

#### Razón de Endeudamiento

Mide el grado o la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por medio de deuda

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{IE} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}} \times 100 = \frac{6.014,04}{14.033,64} \times 100 = 0,42 = 42,85$$

#### Análisis.

El grado de endeudamiento del activo total con deuda es del 42,85%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

#### Razones de Actividad o de Gerencia

Miden la efectividad de la actividad empresarial. Las razones de actividad a calcular son: rotación del activo fijo, y del activo total.

#### Rotación del Activo Total

Mide la relación entre el monto de los ingresos y la inversión total

$$\text{Rotación del Activo Total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

### Rotación del Activo Total

$$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}} = \frac{74366,87}{20047,68} = 3,709501$$

#### Análisis.

La rotación del proyecto indica que la empresa genera ingresos equivalentes a 3 veces la inversión del activo total.

### Razones de Rentabilidad

Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades a partir de los recursos disponibles

### Margen de Utilidad Neta

Este indicador mide el porcentaje que les queda a los propietarios

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} = \frac{5902,92}{74366,87} = 0,079375$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 79\%$$

#### Análisis.

El porcentaje que les queda a los propietarios por operar la empresa es del 79%.

### Rendimiento sobre Activos ROA

Este indicador mide el rendimiento que se obtiene sobre la inversión

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}} \quad \text{ROA} = \frac{5902,92}{20.047,68} = 0,29444$$

### Análisis.

El rendimiento que obtiene la empresa sobre los activos es del 29%, lo que significa que el activo genera una buena rentabilidad.

### Rendimiento sobre Patrimonio o Capital Contable ROE

Mide la rentabilidad que obtienen sobre el patrimonio de la empresa

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$$

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} \quad \text{ROE} = \frac{5902,92}{14.033,64} = 0,42$$

### Rendimiento sobre la Inversión ROI

Mide la rentabilidad que obtiene la empresa sobre la Inversión

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{ROI} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}} \times \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{ROI} = \frac{74366,87}{20.047,68} \times \frac{6944,60828}{74366,87}$$

$$\text{ROI} = 3,71 \times 0,09$$

$$\text{ROI} = 0,35$$

## CAPÍTULO VI

### 6. Análisis de Impactos

#### 6.1 Impacto Ambiental

El proyecto pretende evitar la contaminación del medio ambiente mediante la utilización de productos no contaminantes, por ejemplo, la laca no se utilizara porque tiene un alto grado de toxicidad y afectaría drásticamente al medio ambiente

Se reutilizará materiales que no han sido utilizados, tales como la madera, botellas de plástico entre otros y lo más importante se aportara con el medio ambiente disminuyendo en lo posible la contaminación y fomentando a que la sociedad concientice acerca del daño que se hace al planeta al adquirir macetas industrializadas

#### 6.2 Impacto Económico

El impacto económico que se producirá será según el desenvolvimiento que tenga la empresa como la reactivación del desarrollo productivo del país, si la empresa sigue creciendo y mantiene una buena rentabilidad se podrá implementar más personal y generaría más fuentes de empleo



### **6.3 Impacto Productivo**

El impacto productivo es muy importante ya que en base a este impacto la empresa establecerá la manera de evaluar la producción de los Porta maceteros tomando en cuenta los aspectos más importantes como la mano de obra calificada, materia prima de calidad con el fin de ofrecer productos de calidad y vigilar las etapas de producción para poder detectar cualquier error e ir mejorando

### **6.4 Impacto Social**

Es un proyecto innovador que genera aspectos positivos y beneficiosos para la sociedad y el medio ambiente el mismo que generara fuentes de trabajo. También cabe recalcar que al implementarse la microempresa se generara así mismo relaciones laborales y comerciales las mismas que nos abrirán las puertas de nuevos mercados dentro y fuera del país.

De la misma manera se ha puesto interés en cada uno de los trabajadores para que se sientan seguros y protegidos por la microempresa de tal forma que el empleado se sienta en un ambiente agradable y tranquilo donde el empleado pueda desempeñar correctamente y apoye incondicionalmente al desarrollo y crecimiento de la organización a futuro.

## CAPÍTULO VII

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01 Conclusiones

- ❖ En base a todo el estudio financiero realizado se puede determinar mediante indicadores financieros que el proyecto es factible, rentable y recuperable en el tiempo ya que tenemos como resultado un VAN positivo, un TIR superior a la TMAR y la inversión se recupera en un tiempo prudencial de 2 años y 2 meses en valores constantes y 2 años 11 meses en valores actualizados
- ❖ Se pretende alcanzar una estrategia comercial como herramienta para la competitividad a través del desarrollo de planificación estratégica empresarial
- ❖ En si el proyecto está enfocado en la necesidad de un cambio de pensamiento en las personas acerca de la contaminación ambiental ya que esto nos permitirá impulsar el desarrollo del país a través de la integración en los sectores productivos.
- ❖ Es así como la microempresa puede generar nuevas oportunidades como expandirnos en el mercado internacional esto permitirá crecer como organización y seres humanos ya que estamos prestos a contribuir con la generación de nuevas plazas de empleo y contribuye con el crecimiento económico del país

## 7.02 Recomendaciones

- ❖ La Microempresa VITAL PLANTS deberá estar manejada bajo las normativas legales y medioambientales, para que las personas que manejen la producción tengan pleno conocimiento sobre la misión y visión y así puedan cumplir a cabalidad con las responsabilidades encomendadas en la organización
- ❖ Mantener una buena relación con proveedores ya que se buscara alianzas estratégicas que permitan obtener beneficios en la adquisición de materia prima a bajo costo con el fin de no depender de un solo proveedor y mantener una buena producción
- ❖ Implementar un plan de marketing que dé a conocer el producto
- ❖ Manejar un control constante en el proceso de producción para poder cumplir con las exigencias requeridas
- ❖ Realizar evaluaciones financieras periódicas con el fin de verificar si se está trabajando correctamente

## ANEXOS

### Anexo 1 RUC

**SRI**  
...le hace bien al país

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES**

NUMERO RUC: 1751362829001

APELLIDOS Y NOMBRES: GOYES GUERRA WENDY MERCEDES

NOMBRE COMERCIAL: VITAL PLANTS

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: NUMERO:

---

FEC. NACIMIENTO: FEC. ACTUALIZACIÓN: 31-03-2022

FEC. INICIO ACTIVIDADES: FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:

FEC. INSCRIPCIÓN: 21-10-2017 FEC. REINICIO ACTIVIDADES: 31-10-2017

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

venta al por mayor y menor de productos hechos con pallets

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: Pichincha Cantón: Quito Parroquia: LA MENA Calles: Av Mariscal Sucre y Ajavi

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- \* ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- \* ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- \* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- \* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

---

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABIERTOS:	1
JURISDICCIÓN:	REGIONAL NORTE: PICHINCHA	CERRADOS:	0

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: REMP060213 Lugar de emisión: QUITO-PALEZ N22-57 Y Fecha y hora: 05/07/2013 09:01:52

Página 1 de 2

**SRI** la oficina de rentas internas S. S. y servicios de atención al contribuyente

000  
000004 05 JUL 2013 *Ebar*  
Luzmila *Ebar*  
Agente

**SRI.gob.ec**





Anexo 3 CERTIFICADO DE REGISTRO AMBIENTAL



Ministerio  
del Ambiente

### CERTIFICADO DE REGISTRO AMBIENTAL

DIRECCION PROVINCIAL DE PICHINCHA

La DIRECCION PROVINCIAL DE PICHINCHA, en cumplimiento a las disposiciones contenidas en la Constitución de la República del Ecuador, la normativa ambiental aplicable y los requerimientos previstos para esta categoría.

CERTIFICA QUE:

## VITAL PLANTS

Se encuentra registrada con el No. 01394-17-2014-RA-DPAPCH-MAE, debiendo observar durante todas las fases de su actividad la guía de buenas prácticas ambientales otorgada por el Ministerio del Ambiente del Ecuador y la normativa ambiental aplicable.

Las características generales de la actividad son las siguientes:

**DATOS TÉCNICOS:**

Categoría: CATEGORÍA I.  
Código (en base a CCAN): 72.2.2.1.1  
Nombre de la actividad (en base a CCAN): Locales de servicio limitado  
Ubicación Geográfica:  
Provincia: Pichincha Cantón: Quito Parroquia: La Mena Calles: Av Mariscal Sucre y Ajavi

**DATOS ADMINISTRATIVOS:**

Nombre del representante legal: GOYES GUERRA WENDY MERCEDES  
Dirección: Av Mariscal Sucre y Ajavi Sector la Biloxi  
Teléfono: 0998533301  
E-mail: vitalplant3@gmail.com

Código del Proyecto: MAE-RA-2014-101210

El presente certificado de registro ambiental tiene validez por 2 años desde la fecha de su emisión.

----- Fin del documento -----

Dado en QUITO, 21 de Octubre del 2017

Atentamente,



Ministerio  
del Ambiente

DIRECCION PROVINCIAL  
DEL AMBIENTE PICHINCHA

Documento Firmado Electrónicamente  
GUILLERMO SANTIAGO TAPIA NOBOA  
DIRECTOR PROVINCIAL DEL AMBIENTE PICHINCHA  
DIRECCION PROVINCIAL DEL AMBIENTE PICHINCHA

Calle Madrid 11-64 y Andacollo  
Quito-Ecuador  
Tel.: + (002) 2 3997000  
www.ambiente.gob.ec

1 / 1

Anexo 4 ELABORACION DEL PRODUCTO



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DESTINADA A LA ELABORACION DE PORTA MACETEROS HECHOS A BASE MADERA DE PALETS, UBICADO EN EL SECTOR DE LA BILOXI AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2018









ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DESTINADA A LA ELABORACION DE PORTA MACETEROS HECHOS A BASE MADERA DE PALETS, UBICADO EN EL SECTOR DE LA BILOXI AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2018















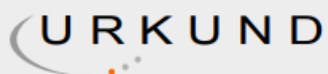








Anexo 5 URKUND



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** TESIS FINAL WENDY GOYES .pdf (D37088741)  
**Submitted:** 3/30/2018 5:20:00 AM  
**Submitted By:** wendygoyesitsco@gmail.com  
**Significance:** 3 %

### Sources included in the report:

Estrella Lema Jessica.pdf (D23361182)  
PROYECTO COQUIS.docx (D36995523)  
Guido Efraín Pilco Buñay.pdf (D30298396)  
ADRIANA ELIZABETH MOPOSITA ROJANO.pdf (D30301134)  
[http://www.bibliotecasdelecuador.com/Record/  
oai:oai:repositorio.uide.edu.ec:37000:37000-1659](http://www.bibliotecasdelecuador.com/Record/oai:oai:repositorio.uide.edu.ec:37000:37000-1659)  
<https://www.gestiopolis.com/el-proceso-administrativo-y-sus-funciones->

### Instances where selected sources appear:

27

Ing.Eduardo Vásquez

CI.1702783208

## BIBLIOGRAFÍA

Univerdiad Santo Tomas. (2015). Obtenido de Univerdiad Santo Tomas:

[http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/requerimientos\\_de\\_recursos.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/requerimientos_de_recursos.html)

Ambiente, M. (13 de junio de 2016). [www.medio.ambiente](http://www.medio.ambiente.gov.ec/calidad-ambiental/). Obtenido de

[www.medio.ambiente](http://www.medio.ambiente.gov.ec/calidad-ambiental/): <http://www.medio.ambiente.gov.ec/calidad-ambiental/>

Arellano, R. (2002). *Consumer*. Mexco: MC Graw Hill.

Ayala, S. (07 de 09 de 2006). GESTIOPOLIS. Obtenido de GESTIOPOLIS:

<https://www.gestiopolis.com/el-proceso-administrativo-y-sus-funciones-basicas/>

Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill

Ineramericana Editores.

BCE. (31 de MAYO de 2015). CONTENIDO BCE. Obtenido de CONTENIDO

BCE: [https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)

C.Fuentelsaz, G. (06 de 10 de 2004). *Calculo del tamaño de la muestra*. Obtenido de

*Calculo del tamaño de la muestra* :

<file:///C:/Users/paul%20santillan/Downloads/1400533589.1%20Muestreo.pdf>

f

Carreño, J. (2009). *Proyectos*. Peru: Norma .

Cervera, S. (18 de 09 de 2013). Conceptos Basicos en la empresa. Obtenido de

Conceptos Basicos en la empresa:

<https://susanacervera.wordpress.com/2013/09/18/los-tres-conceptos-basicos-en-la-empresa-mision-vision-y-valores/>

Chambi, G. (2012). Proyeccion de la oferta y la demanda. Estudio de mercado .

Bogota : S/E.

Churión, J. R. (2001). Economía al alcance de todos. Caracas: Grupo Alfa.

Da Silva, R. O. (2002). Teoria de la Administracion. Mexico: Thompson 1 Edition.

Derkra, C. (28 de 01 de 2010). Geostopolis. Obtenido de Geostopolis:

<https://www.gestiopolis.com/el-control-como-fase-del-proceso-administrativo/>

EAE, B. s. (08 de 09 de 2016). Liderazgo y gestión de equipos. Obtenido de

Liderazgo y gestión de equipos: <http://retos-directivos.eae.es/5-tipos-de-liderazgo-empresarial-que-clase-de-jefe-eres/>

ESFA, E. S. (04 de 03 de 2011). Escuela de las Fuerzas Armadas. Obtenido de

Escuela de las Fuerzas Armadas:

[http://www.academia.edu/9675837/CAPACIDAD\\_OPTIMA\\_DE\\_PLANTA\\_DE\\_PRODUCCI%C3%93N](http://www.academia.edu/9675837/CAPACIDAD_OPTIMA_DE_PLANTA_DE_PRODUCCI%C3%93N)

Figueros, S. (27 de 11 de 2011). [www.salvadorfigueros.com](http://www.salvadorfigueros.com). Obtenido de

[salvadorfigueros.com/jiPmortancia-de-los-clientes/](http://salvadorfigueros.com/jiPmortancia-de-los-clientes/)

Fred, D. R. (2003). Administración Estratégica (Novena ed.). Mexico: Pearson

Educación.

- Gabriel, S. (2007). <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>
- Gardey, A. (10 de 01 de 2008). Definicion.de. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/planeacion-estrategica/>
- Guadalupe, P. (2012). Direccion. MEXICO: RED TERCER MILENIO S.C.
- Guevara, J. (17 de mayo de 2014). Quito, Pichincha, Ecuador.
- ISOTools. (06 de 03 de 2015). Calidad y Exelencia. Obtenido de Calidad y Exelencia: <https://www.isotools.org/2015/03/26/que-es-la-gestion-operativa-de-una-empresa-y-como-mejorarla/>
- Julian Perez, A. G. (01 de 01 de 2009). Definicion.de. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/oferta/>
- Lema, S. (11 de 04 de 2011). Gestion.org . Obtenido de Gestion.org : <https://www.gestion.org/formacion-empresarial/837/cual-es-el-verdadero-lider/>
- Manene, L. M. (2012). Marketing. Bogota: S/E.
- Melgar, G. C. (21 de octubre de 2011). Marketing Internacional. Obtenido de <https://gloriacalderon.wordpress.com/tag/entorno-politico-legal/>
- Mercado, E. d. (Martes de Marzo de 2008). Emprendedores. Obtenido de Emprendedores: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- Miranda, J. (2005). Gestión de proyectos. Bogota: MM Editores.

- Montayo, A. (20 de 12 de 2011). Proceso de producción . Obtenido de Proceso de producción : [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19047/1/Tema\\_4\\_-\\_Proceso\\_de\\_produccion.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19047/1/Tema_4_-_Proceso_de_produccion.pdf)
- Núñez, P. (2015). Lisboa .
- Pablo, P. (17 de 11 de 2012). Proyecto Empresariaal . Obtenido de Proyecto Empresariaal : <https://proyectoempresarial.wordpress.com/2012/11/17/entorno-tecnologico/>
- Robles, J. (2000). Elementos de Economía 3. Quito.
- Roque, A. (1997). Metodología para el Desarrollo Económico Local, Dirección de Desarrollo y Gestión Local.
- Sabato, J. A. (1982). La producción de tecnología: autónoma o transnacional.
- SALAZAR, I. (2004). GESTIÓN ESTRATÉGICA. MEXICO: MBA.
- Salgado, G. (2007). <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>
- Salgado, G. (2015). Analisis Situacional. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/2/T-ESPE-021513-2.pdf>
- Sanchez, G. (03 de 10 de 2012). Manual de funciones . Obtenido de Manual de funciones : <https://gilbertogonzalezsanchez.files.wordpress.com/2012/10/trabajo-3-definicion-del-manual-funciones.pdf>

- SÁNCHEZ, V. (2006). INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA ECONÓMICA.  
MEXICO: INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA.
- SCHOOL, B. (15 de 2 de 2010). OBS. Obtenido de OBS: <http://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/ingenieria/elementos-clave-en-la-ingenieria-de-proyectos>
- Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development.
- Superintendencia de Bancos del Ecuador. (2009). Superintendencia de Bancos del Ecuador. Obtenido de Superintendencia de bancos: [http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=153&vp\\_tip=2](http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2)
- TORREON, C. (18 de 08 de 2015). EL SIGLO DEL TORREON. Obtenido de EL SIGLO DEL TORREON: <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/1143788.las-macetas-quienes-y-desde-cuando-empezaron-a-usarlas.html>
- Truck, O. (14 de 11 de 2016). El Blog de On Truck. Obtenido de El Blog de On Truck: <https://ontruck.com/blog/2016/11/14/origen-del-palet-o-pale-nacimiento-e-historia/>
- UNAM, F. D. (2010). ESTUDIO TECNICO . Obtenido de ESTUDIO TECNICO : <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- Urbina, G. B. (2010). Evaluacion de proyectos. Mexico: Mc Graw Hill.

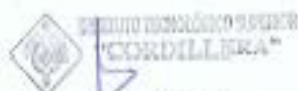


**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**  
**ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA**

**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) **GOYES GUERRA WENDY MERCEDES**, portador de la cédula de identidad N° 1751363829, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 16 de abril del 2018



07 MAY 2018

Sra. Mariela Balseca



CONSEJO DE CARRERA

Ing. *[Signature]*  
Escuela de Administración Financiera  
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra  
BIBLIOTECA



07 MAY 2018

9.44.185  
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba  
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

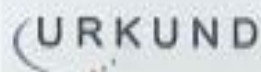


Dr. Patricio Guanoatín  
DIRECTOR DE CARRERA



Tgla. Cristina Chucui  
SECRETARÍA ACADÉMICA





## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** TESIS FINAL WENDY GOYES .pdf (D37088741)  
**Submitted:** 3/30/2018 5:20:00 AM  
**Submitted By:** wendygoyesitso@gmail.com  
**Significance:** 3 %

### Sources included in the report:

Estrella Lema jessica.pdf (D23361182)  
PROYECTO COQUIS.docx (D36995523)  
Guido Efraín Pico Buñay.pdf (D30298396)  
ADRIANA ELIZABETH MOPOSITA ROJANO.pdf (D36001134)  
<http://www.bibliotecasdeecuador.com/Record/oai:oa:repositorio.uide.edu.ec:37000:37000-1659>  
<https://www.gestiopolis.com/si-proceso-administrativo-y-sus-funciones->

### Instances where selected sources appear:

27



Ing. Eduardo Vasconez  
CL1702783208