



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD CON LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS CON CABUYA EN EL
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO
2018.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Pavón Ayala Jessica Viviana

Director: Ing. Daisy Jacqueline Romo Mera

Quito, Junio 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Quito, 14 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta) PAVÓN AYALA JESSICA VIVIANA de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS CON CABUYA EN EL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 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. DAISY ROMO
Tutor del Proyecto

ING. SOCORRO TORRES
Lector del proyecto



ING. EDUARDO VASCONEZ
Revisor de Proyecto



DR. PATRICIO GUANOPATIN
Director de Escuela (E)



MSC. GIOVANNI URBINA
Coordinador Unidad de Titulación

DECLARATORIA

Declaró 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.



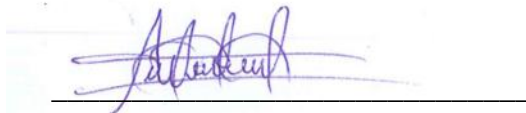
Jessica Viviana Pavón Ayala

C.C. 172461966-1

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Jessica Viviana Pavón Ayala** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **172461966-1** 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 con la implementación de una pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de artesanías con cabuya en el Norte del Distrito Metropolitano de Quito en el año 2018***, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Jessica Viviana Pavón Ayala

CEDULA

C.C. 172461966-1

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme en cada paso que he dado para cumplir mi meta tan anhelada el llegar a ser una profesional.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera que es fuente primordial para el nivel de enseñanza que transmiten a los estudiantes.

A cada uno de mis docentes que impartieron sus conocimientos por no solo ser una autoridad en el aula a ellos que se convirtieron en amigos por sus consejos que me ayudaron a ser mejor ser humano.

A la vez agradezco a la vida por haberme puesto en el camino a compañeros que se convirtieron en verdaderos amigos.

DEDICATORIA

El presente proyecto dedico a mi Madre Fabiola quien ha sido mi pilar para cumplir mis metas, a mi Padre Edison por su apoyo incondicional, a mi Hermano Sebastián quien es mi motivación para seguir luchando por mis sueños, a cada uno de los integrantes de mi familia gracias infinitas por siempre estar brindándome su apoyo, el mismo que me ayudado a levantarme día a día y esforzarme hasta llegar a cumplir mis anhelos.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

DECLARATORIA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	xix
CAPÍTULO I.....	1
1. Introducción.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes.....	2
CAPÍTULO II.....	4
2. Análisis Situacional.....	4
2.01 Ambiente Externo.....	4
2.01.01 Factor Económico.....	5
2.01.01.01 PIB.....	5
2.01.01.01.01 PIB Sectorial Manufacturero.....	6
2.01.01.02 Inflación.....	8
2.01.01.02.01 Inflación sectorial.....	9
2.01.01.03 Tasa de Interés Activa.....	9
2.01.01.04 Tasa de Interés Pasiva.....	10
2.01.01.05 Riesgo País.....	11
2.01.02 Factor Social.....	12

2.01.02.01	Población	12
2.01.02.02	Población Económicamente Activa (PEA).....	12
2.01.02.03	Empleo	14
2.01.02.04	Desempleo	15
2.01.02.05	Comunidad.....	16
2.01.03	Factor Legal.....	16
2.01.03.01	Servicio de Rentas Internas (SRI).....	16
2.01.03.02	Municipio.....	17
2.01.03.03	Ministerio de Cultura y Patrimonio	17
2.01.04	Factor Tecnológico.....	21
2.02	Entorno Local.....	21
2.02.01.	Clientes.....	21
2.02.02.	Proveedores	22
2.02.03.	Competidores.....	23
2.03	Análisis FODA.....	23
2.04.	Análisis Interno	25
2.04.01	Propuesta Estratégica.....	25
2.04.01.01	Misión.....	25
2.04.01.02	Visión.....	26
2.04.01.03	Objetivos.....	27
2.04.01.03.01	Objetivo General	27
2.04.01.03.02	Objetivo Específico.....	28
2.04.01.04	Principios y/o valores.....	28
2.04.01.04.01	Principios.....	28
2.04.01.04.02	Valores	29
2.04.02	Gestión Administrativa.....	31
2.04.02.01	Planificación	31
2.04.02.02	Diagrama de Gantt	31
2.04.02.03	Organización.....	32
2.04.02.04	Organigrama Estructural.....	32

2.04.02.05	Dirección.....	35
2.04.02.06	Liderazgo	36
2.04.02.07	Control	36
2.04.02.07.01	Hoja de Asistencia.....	36
2.04.02.07.02	Kardex	37
2.04.02.07.03	Factura	38
2.04.03	Gestión Operativa	39
2.04.04	Gestión Comercial	39
2.04.04.01	Marketing Mix	40
2.04.04.02	Producto	40
2.04.04.03	Precio	40
2.04.04.04	Plaza.....	41
2.04.04.05	Promoción.....	41
2.04.04.06	Manual de Imagen Corporativa.....	41
2.04.04.06.01	Nombre Comercial	42
2.04.04.06.02	Logotipo	42
2.04.04.06.03	Isotipo.....	43
2.04.04.06.04	Slogan.....	43
2.04.04.06.05	Publicidad.....	44
2.04.04.06.06	Tarjeta de Presentación	44
2.04.04.06.07	Página Web.....	44
CAPITULO III	45
3. Estudio de mercado	45
3.01	Análisis de Consumidor	45
3.01.01	Determinación de la población y muestra	45
3.01.01.01	Segmentación del Mercado.....	45
3.01.01.02	Muestra.....	46
3.01.01.02.01	Cálculo de la Muestra.....	46
3.01.02	Técnicas de Obtención de información	47
3.01.02.01	Encuesta.....	47

3.01.02.02	Análisis de la información.....	51
3.02	Oferta.....	64
3.02.01	Oferta Histórica	64
3.02.02	Oferta Actual	64
3.02.03	Oferta Proyectada	65
3.03	Demanda.....	66
3.03.01	Demanda Histórica	66
3.03.02	Demanda Actual	67
3.03.03	Demanda Proyectada	68
3.04	Balance Oferta –Demanda	69
3.04.01	Balance Actual.....	69
3.04.02	Balance Proyectado	70
CAPITULO IV	71
4.	Estudio técnico	71
4.01.	Tamaño del proyecto.....	71
4.01.01.	Capacidad instalada	71
4.01.02.	Capacidad óptima	73
4.02.	Localización	74
4.02.01.	Macro Localización	74
4.02.02.	Micro Localización.....	75
4.02.03.	Localización óptima	76
4.03.	Ingeniería del Producto	77
4.03.01.	Grados de cercanía	77
4.03.02.	Razones de cercanía	78
4.03.03.	Matriz SLP (Layout).....	78
4.03.04.	Distribución de planta.....	79
4.03.05.	Proceso productivo	80
4.03.05.01	Flujograma (ANSI).....	80
4.03.06.	Equipos	83
4.03.07.	Muebles y Enseres	83

CAPITULO V	84
5. Estudio Financiero	84
5.01. Ingresos	84
5.01.01 Ingresos operacionales.....	84
5.01.02 Ingresos no operacionales.....	85
5.02. Costos	86
5.02.01 Costo Directo	86
5.02.01.01 Materia Prima Directa (M.P.D).....	86
5.02.01.02 Mano de Obra Directa (M.O.D).....	87
5.02.02 Costo indirecto.....	88
5.02.03 Gastos administrativos.....	88
5.02.04 Gasto de Ventas	89
5.02.05 Gastos Financieros.....	90
5.02.06 Costos fijos	90
5.02.07 Costos variables	90
5.03. Inversiones.....	91
5.03.01 Inversión Fija.....	91
5.03.02 Activos Fijos.....	91
5.03.03 Activos Nominales.....	92
5.03.04 Capital de trabajo.....	92
5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	93
5.03.06 Amortización de financiamiento.....	93
5.03.07 Depreciaciones.....	95
5.03.08 Estado de Situación Inicial	95
5.03.09 Estado de Resultados	96
5.03.10 Flujo caja	97
5.04. Evaluación Financiera	98
5.04.01 Tasa de descuento	98
5.04.02 VAN (Valor Actual Neto)	98
5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno).....	99

5.04.04	PRI (Período de Recuperación de la Inversión)	99
5.04.05	RBC (Relación Costo Beneficio)	100
5.04.06	Punto de Equilibrio.....	101
5.04.06.01	Punto de Equilibrio en Unidades Rodapié.....	101
5.04.06.01.01	Punto de Equilibrio en Dinero Rodapié	101
5.04.06.02	Punto de Equilibrio en Unidades Botellas Decoradas	102
5.04.06.02.01	Punto de Equilibrio en Dinero Botellas Decoradas.....	103
5.04.07	Análisis de Índices Financieros	104
5.04.07.01	Índice de Endeudamiento.....	104
5.04.07.02	Rendimiento sobre el Patrimonio (ROE).....	105
5.04.07.03	Rendimiento sobre la Activos (ROA).....	105
5.04.07.04	Retorno sobre la Inversión (ROI)	106
5.04.07.05	Índice de Liquidez	106
CAPITULO VI	107
6. Análisis de Impactos	107
6.01	Impacto Ambiental.....	107
6.02	Impacto Económico.....	108
6.03	Impacto Productivo	108
6.04	Impacto Social.....	108
CAPITULO VII	110
7. Conclusiones y Recomendaciones	110
7.01	Conclusiones	110
7.02	Recomendaciones.....	111
ANEXOS	112
BIBLIOGRAFÍA	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Inflación Mensual	8
Tabla 2: Tasa de Interés Activa.....	10
Tabla 3: Tasa de Interés Pasiva.....	11
Tabla 4: Riesgo País.....	11
Tabla 5: Población Económicamente Activa	13
Tabla 6: Clientes	22
Tabla 7: Proveedores.....	22
Tabla 8: Competidores	23
Tabla 9: Matriz FODA Oportunidades	24
Tabla 10: Matriz FODA Amenazas	24
Tabla 11: Relación Matriz FODA.....	24
Tabla 12: Factores Claves para la Elaboración de la Misión.....	26
Tabla 13: Factores Claves para Elaborar la Visión.....	27
Tabla 14: Funciones	33
Tabla 15: Codificación de Funciones.....	33
Tabla 16: Función: Cargo Administrador	34
Tabla 17: Función: Cargo Asistente de Producción.....	35
Tabla 18: Segmentación de la Población Referencia Administración Zonal La Delicia	46
Tabla 19: Género.....	51
Tabla 20: Edad	52
Tabla 21: Pregunta 1. ¿Usted compraría artesanías elaboradas con cabuya?	53
Tabla 22: Pregunta 2. ¿Con que frecuencia compra artesanías para su hogar u oficina?	54
Tabla 23: Pregunta 3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una artesanía elaborada con cabuya? Rodapié	55
Tabla 24: Pregunta 3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una artesanía elaborada con cabuya? Botellas decoradas.....	56
Tabla 25: Pregunta 4. ¿Cómo le gustaría recibir la información del producto?	57

Tabla 26: Pregunta 5. ¿Cuáles son los lugares de preferencia al momento de comprar artesanías?	58
Tabla 27: Pregunta 6. ¿Cuándo compra artesanías en que se fija?	59
Tabla 28: Pregunta 7. ¿Le gustaría que la pequeña empresa realice diseños personalizados?	60
Tabla 29: Pregunta 8. ¿En caso de realizar la compra de las artesanías como le gustaría pagar?	61
Tabla 30: Pregunta 9. ¿En qué tipo de empaque le gustaría recibir las artesanías para el hogar u oficina?	62
Tabla 31: Pregunta 10 ¿Por medio de qué servicio le gustaría recibir las artesanías?.....	63
Tabla 32: Oferta Actual Rodapié	65
Tabla 33: Oferta Actual Botellas decoradas	65
Tabla 34: Oferta Proyectada Rodapié	65
Tabla 35: Oferta Proyectada Botellas decoradas	66
Tabla 36: Demanda Actual Rodapié	67
Tabla 37: Demanda Actual Botellas Decoradas	67
Tabla 38: Demanda Proyectada Rodapié	68
Tabla 39: Demanda Proyectada Botellas decoradas	68
Tabla 40: Balance Actual Rodapié	69
Tabla 41: Balance Actual Botellas decoradas	69
Tabla 42: Balance Proyectado Rodapié	70
Tabla 43: Balance Proyectado Botellas Decoradas	70
Tabla 44: Tabla de Automatización Rodapié.....	72
Tabla 45: Tabla de Automatización Botellas Decoradas	72
Tabla 46: Capacidad Instalada Rodapié.....	73
Tabla 47: Capacidad Instalada Botellas Decoradas	73
Tabla 48: Capacidad Óptima Rodapié	73
Tabla 49: Capacidad Óptima Botellas Decoradas	74
Tabla 50: Localización por puntos.....	76
Tabla 51: Grados de cercanía.....	77
Tabla 52: Razones de cercanía.....	78

Tabla 53: Dimensiones de la planta	79
Tabla 54: Simbología de flujograma (ANSI).....	81
Tabla 55: Equipos	83
Tabla 56: Muebles y Enseres	83
Tabla 57: Ingresos operacionales Rodapié.....	84
Tabla 58: Ingresos Operacionales Botellas Decoradas	85
Tabla 59: Materia Prima Directa Rodapié	86
Tabla 60: Materia Prima Directa Botellas Decoradas.....	87
Tabla 61: Rol de Pagos de Producción	87
Tabla 62: Mano de Obra por Minuto	87
Tabla 63: Costos Indirectos de Fabricación	87
Tabla 64: Costos Indirectos de Fabricación Rodapié.....	88
Tabla 65: Costos Indirectos de Fabricación Botellas Decoradas	88
Tabla 66: Gastos Administrativos.....	89
Tabla 67: Gastos de Ventas.....	89
Tabla 68: Costos Fijos y Variables Rodapié.....	90
Tabla 69: Costos Fijos y Variables Botellas Decoradas	91
Tabla 70: Activos Fijos	92
Tabla 71: Capital de Trabajo.....	92
Tabla 72: Fuentes de financiamiento y uso de fondos	93
Tabla 73: Tabla de Amortización.....	94
Tabla 74: Tabla de Amortización del Préstamo	94
Tabla 75: Depreciación	95
Tabla 76: Estado de Situación Financiera Inicial.....	96
Tabla 77: Estado de Resultados Proformado	97
Tabla 78: Flujos de efectivo.....	97
Tabla 79: Tasa de Descuento	98
Tabla 80: Periodo de Recuperación de la Inversión.....	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Variación del Producto Interno Bruto (PIB)	5
Figura 2: Composición del Sector Manufacturero.....	6
Figura 3: Divisiones de la CIIO Rev. 4.0 con mayores variaciones y su incidencia en la variación General	7
Figura 4: Sección 2 Evolución mensual de Reporte del Índice de Producción de la Industria Manufacturera.....	9
Figura 5: Composición de la Población Económicamente Activa 2017.....	13
Figura 6: Empleo.....	14
Figura 7: Desempleo	15
Figura 8: Diagrama de Gantt.....	32
Figura 9: Organigrama Estructural	33
Figura 10: Hoja de Asistencia.....	37
Figura 11: Tarjeta Kardex.....	38
Figura 12: Factura	38
Figura 13: Cadena de Valor	39
Figura 14: Logotipo	42
Figura 15: Isotipo.....	43
Figura 16: Tarjeta de Presentación	44
Figura 17: Pagina web	44
Figura 18: Género	51
Figura 19: Edad.....	52
Figura 20: ¿Usted compraría artesanías elaboradas con cabuya?.....	53
Figura 21: ¿Con que frecuencia compra artesanías para su hogar u oficina?.....	54
Figura 22: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una artesanía elaborada con cabuya? Rodapié	55
Figura 23: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una artesanía elaborada con cabuya? Botellas decoradas	56

Figura 24: ¿Cómo le gustaría recibir la información del producto?	57
Figura 25: ¿Cuáles son los lugares de preferencia al momento de comprar artesanías? 58	
Figura 26: ¿Cuándo compra artesanías en que se fija?	59
Figura 27: ¿Le gustaría que la pequeña empresa realice diseños personalizados?	60
Figura 28: ¿En caso de realizar la compra de las artesanías como le gustaría pagar?	61
Figura 29: ¿En qué tipo de empaque le gustaría recibir las artesanías para el hogar u oficina?	62
Figura 30: ¿Por medio de qué servicio le gustaría recibir las artesanías?.....	63
Figura 31: Macro Localización, Provincia de Pichincha	75
Figura 32: Micro Localización, San Antonio de Pichincha	75
Figura 33: Localización por Puntos: Calificación Ponderada San Antonio.....	77
Figura 34: Matriz SLP.....	78
Figura 35: Distribución de la planta.....	79
Figura 36: Diagrama de Flujo (ANSI)	82
Figura 37: Punto de Equilibrio Rodapié	102
Figura 38: Punto de Equilibrio Botellas Decoradas.....	103

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Computador Lenovo 4GB-1TB-W10-19.5"-Blanco-TM USB.....	112
Anexo 2: Multifuncional EPSON Sistema Continuo L380 10/5 PPM.....	112
Anexo 3: Sillas De Visita Y Esperas Tri Personal- Mueble De Oficina.	113
Anexo 4: Silla Giratoria Oficina Escritorios.....	113
Anexo 5: Vitrina mostrador	114
Anexo 6: Estanterías - Perchas Metálicas Regulables En Oferta.	114
Anexo 7: Hilo de Cabuya color natural.	115
Anexo 8: Hilo de Cabuya varios colores.	115
Anexo 9: Soga de Cabuya.....	116
Anexo 10: Botella Decorada.....	116
Anexo 11: Botella Decorada.....	117
Anexo 12: Rodapié	117

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto trata de la implementación de una pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de artesanías de cabuya, la misma que dará a conocer sus productos en el Norte del Distrito Metropolitano de Quito, con el objetivo de fomentar la utilización de materia prima de la Zona Andina del Ecuador, la cabuya siendo un material muy resistente permite realizar diversidad de artesanías en el proyecto se plantean dos productos claves en base a los cuales se ejecutaron los diferentes estudios para el proyecto.

Mediante el estudio financiero se determina que la pequeña empresa Cabuy Art recuperará la inversión a corto plazo, lo que indica que el proyecto es viable la aceptación de los productos de la pequeña empresa por parte de los clientes ha sido valorada por la calidad que poseen los productos que ofrece son para la decoración del hogar u oficinas permitiendo que las mismas den un toque de elegancia en el lugar donde se encuentran.

El impacto que la pequeña empresa Cabuy Art dará en el mercado será positivo porque trabajará con una materia prima que no es común ya que existe muy pocas artesanías realizadas con cabuya, el valor agregado que brindará la pequeña empresa a los clientes son productos con diseños únicos apreciando la acogida que den las personas nacionales y extranjeras al vincularse en el ambiente comercial ganará un lugar en el mismo por lo que podrá crecer empresarialmente y en el futuro obtener alianzas en mercados a nivel nacional fomentando los recursos naturales del Ecuador.

ABSTRACT

The present project deals with the implementation of a small company dedicated to the elaboration and commercialization of cabuya handicrafts, the same one that will present its products in the North of the Metropolitan District of Quito, with the objective of promoting the use of raw material of the Andean Zone of Ecuador, the cabuya being a very resistant material allows to realize diversity of crafts in the project, two key products are proposed based on which the different studies for the project were executed.

Through the financial study it is determined that the small business Cabuy Art will recover the investment in the short term, which indicates that the project is viable. The acceptance of the products of the small company by the clients has been valued for the quality that the The products that it offers are for the decoration of the home or offices allowing them to give a touch of elegance in the place where they are.

The impact that the small business Cabuy Art will give in the market will be positive because it will work with a raw material that is not common since there are very few crafts made with cabuya, the added value that the small business will provide to the clients are products with unique designs appreciating the welcome given by national and foreign people to be linked in the commercial environment will gain a place in it so you can grow business and in the future obtain alliances in national markets promoting the natural resources of Ecuador.

INTRODUCCIÓN

Con el presente proyecto de la pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de artesanías con cabuya se pretende lograr un realce cultural dando a conocer de donde proviene la cabuya, la textura de su fibra con la que se puede realizar infinidad de artículos decorativos para el hogar con apariencia rustica que manifestara un realce al espacio donde se ubique cada artesanía.

La pequeña empresa Cabuy Art tiene como objetivo aportar a la Matriz Productiva del Ecuador ya que al rescatar este tipo de material que es muy útil para realizar artesanías, contribuyendo con las comunidades de la Zona Andina del país con la generación de empleo, incentivando a las personas a cuidar uno de los recursos naturales más valiosos que tiene el país el mismo que no es reconocido en el mercado.

Se pretende lograr un amplio espacio en el mercado artesanal promocionando este tipo de artesanías que por el lugar donde se encontrara ubicada la pequeña empresa existe afluencia de personas nacionales y extranjeras que serán los posibles clientes.

CAPÍTULO I

1. Introducción

1.01 Justificación

Al implementar una pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de artesanías de cabuya trata de utilizar la materia prima de la Zona Andina del Ecuador, este recurso natural se lo puede tratar para la elaboración de una gran variedad de artesanías hechas a mano.

La elaboración de las artesanías con cabuya tiene gran resistencia por la contextura de su fibra, permitiendo realizar diferentes diseños, que son reconocidos en el sector artesanal por personas nacionales y extranjeras. Al poner en el mercado este tipo de artesanías novedosas, permiten que las personas conozcan que existe un material de excelente calidad que da oportunidad de crear artesanías únicas, con la habilidad del ser humano, este material ha cobrado vida y lo importante que tiene un valor por su calidad, diseños e innovación.

Con la implementación del proyecto, trata de recuperar una serie de materiales autóctonos de la región, la idea es fomentar el consumo de la materia prima que han ido quedando en el olvido, es rescatar la tradición de la elaboración de artesanías a base de cabuya, brindando un valor agregado, a cada una de las mismas. Incentivando a las personas de la región, a aprovechar las oportunidades de crear plazas de empleo por medio de este recurso natural.

La pequeña empresa contará con infraestructura necesaria, ofreciendo atención a los clientes, para lo que necesitarán personal capacitado para la fabricación y venta de sus artesanías.

1.02 Antecedentes

El Agave también es conocida con los nombres pita, maguey, cabuya, mezcal y fique, pertenece a la familia Agavaceae; es una planta con hojas agrupadas en forma de rosetas, es oriundo del continente americano, con una distribución que se extiende desde el sur de Estados Unidos hasta Colombia y Venezuela, incluyendo todas las islas del Caribe, ha sido utilizado desde la antigüedad para satisfacer y complementar una serie de necesidades básicas: alimento, forraje, medicamento y construcción, entre otros. (Inkanat, 2014, pág. S/N).

La cabuya conocida por distintos nombres, esta materia prima cuenta con una variedad de usos, en algunos lugares la manipulan para alimentación, vivienda, trabajos domésticos, artesanías, etc. La cabuya a lo largo de los años ha servido para que los seres humanos compensen ciertas necesidades.

El Agave es un cultivo de suma importancia a nivel agroindustrial, la mayor parte de las plantas se destinan para la obtención de bebidas alcohólicas con denominación de origen como el tequila y el mezcal, así también, una parte del agave cosechado se destina para la obtención de fibras. (Inkanat, 2014, pág. S/N).

El cultivo de esta planta es importante para distintos procesos que se los realiza para la elaboración de diversos productos, en cada creación tienen una manera diferente de tratamiento de la materia prima según las necesidades productivas de la empresa.

A una hora de Ibarra está ubicado Parambas, una zona rica en vegetación en donde la producción de cabuya es una de las más grandes del país. En ese lugar 50 manos, 25 mentes y una sola meta trabajan a diario para transformar a la planta en artesanías y tejidos. El proceso inicia con el corte de la fibra cuando su hoja alcanzó un metro de longitud, después pasa a la máquina desfibradora en donde se separa la fibra del resto de componentes. Pero años antes, cuando la tecnología no llegaba a Parambas, la forma de extraer la cabuya era a través de la maceración.

Colocaban las hojas en grandes tanques de agua y gracias a la descomposición de la sabia la fibra salía a flote después de 15 días. Sin embargo, los procesos de extracción de cabuya aún no son muy sistematizados. (Simbaña, 2006, pág. S/N).

Anteriormente la extracción de la materia prima era de manera rustica donde se desaprovechaba tiempo en los procesos, el material que se extraía se lo utilizaba para la producción de artesanías de la misma zona.

La cabuya no sólo sirve para hacer empaques, pues también se la usa como protección y nutriente de cultivos, refuerzo de materiales para construcción y como cuerdas para cercar sembríos. Es una fibra biodegradable que al descomponerse se emplea como alimento y abono. Además, no contamina el agua y permite hacer producción limpia. Sus ventajas son tanto ambientales como económicas. Tanto en Ecuador como en Colombia se usaban sacos de cabuya para empacar café y otros productos. Sin embargo, el cartón y el plástico desplazaron a la cabuya y eso desembocó en una seria crisis para quienes se dedicaban a trabajarla, que son los cultivadores de fibra. De la planta se usa únicamente el 4 por ciento, que es la fibra; el otro 96 por ciento se desecha. (Simbaña, 2006, pág. S/N).

Para la extracción de la materia prima se requiere de distintos procesos para obtener la fibra de excelente calidad para la elaboración de las artesanías, tomando en cuenta que la penca como se lo conoce en el Ecuador planta de donde proviene la cabuya, es extraída de sus hojas, la penca se restaura por la gran cantidad de semillas que deja caer de sus flores cuando ya está madura. De esta forma este tipo de plantas no se ven afectadas el medio ambiente al momento de iniciar el proceso de la extracción de la cabuya.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

Es el punto de partida del desarrollo del Planeamiento y también una valiosa herramienta de análisis y evaluación de problemas, el método se enfoca en la atención de aquellas variables controlables por el analista y dentro de ellas la separación e identificación de los aspectos positivos y negativos (Fortalezas y Debilidades), sobre las cuales no pueden ejercer ningún tipo de control (Oportunidades y Amenazas), puede aprovechar o enfrentar de acuerdo al control que ejecute sobre las primeras. (Bono, 2016, pág. S/N)

El análisis situacional, comprende el desarrollo de la pequeña empresa, se obtendrá las fortalezas y oportunidades en el mercado donde desempeña las actividades de elaboración y comercialización de las artesanías elaboradas a base de cabuya.

2.01 Ambiente Externo

“Es el conjunto de los factores que influyen en la organización, está dividido en dos secciones que permiten analizar variables directas o indirectas conocidas como Microambiente y Macroambiente”. (Barrios, 2011, pág. S/N). El modo correcto que desempeña la pequeña empresa dependerá de la estricta valoración que se realice del entorno externo donde realiza las acciones empresariales.

2.01.01 Factor Económico

“Los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa.” (Pérez y Merino, 2010, pág. S/N) El principal factor para el desarrollo de las actividades empresariales, se encamina en la satisfacción de las necesidades de los clientes.

2.01.01.01 PIB

Es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo es en términos globales y por ramas de actividad se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-Producto, describe los flujos de bienes y servicios en el sector productivo.
(Banco Central del Ecuador, 2017, pág. S/N)

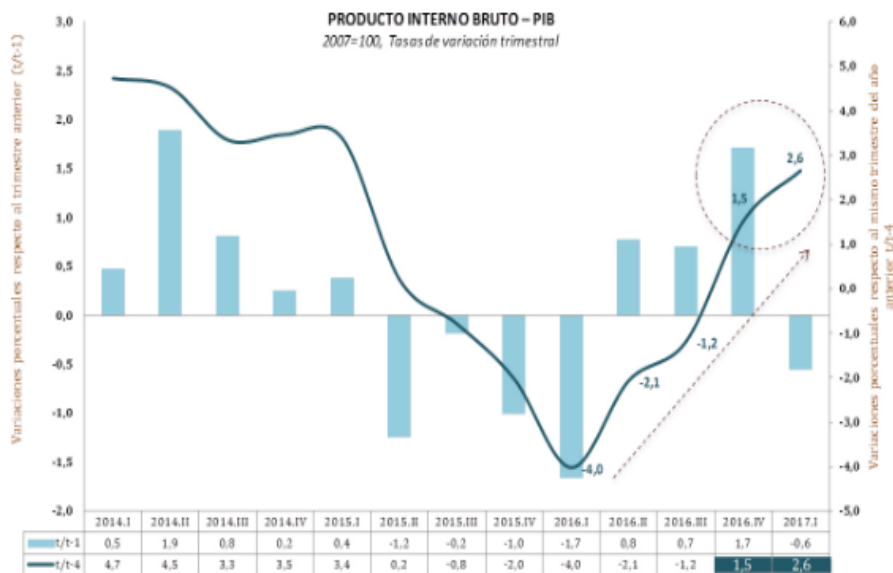


Figura 1: Variación del Producto Interno Bruto (PIB)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: (BCE, 2017)

Se observa la variación del Producto Interno Bruto (PIB) en el transcurso del tiempo en el 2017 se encuentra en un 2,6% en el primer trimestre siendo una amenaza para la pequeña empresa esto se debe a las medidas económicas del país este dato es el más actual que brinda el Banco Central de Ecuador.

2.01.01.01.01 PIB Sectorial Manufacturero

El Índice de Producción de la Industria Manufacturera (IPI-M Base 2015=100) es un indicador que mide el comportamiento, en la coyuntura nacional, de la producción generada por la industria manufacturera en el corto plazo. Se determina a partir del valor de ventas y la variación de existencias, de los bienes producidos en cada uno de los establecimientos manufactureros en el Ecuador. Este indicador forma parte del Sistema de Indicadores de la Producción (SIPRO), considerado como una innovación estadística para estandarizar y homologar conceptos, metodologías y procesos investigativos, en el marco de las buenas prácticas internacionales para la generación de números índices.
(Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017, p. S/N)

El PIB Sectorial Manufacturero representa la producción manufacturera del país en un determinado tiempo considerando aspectos importantes para brindar un buen servicio o producto.

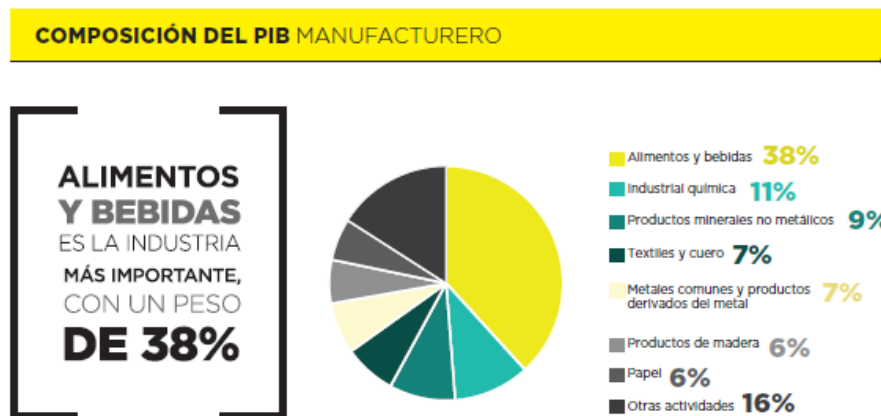


Figura 2: Composición del Sector Manufacturero
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

El PIB manufacturero representa la transformación de bienes del sector primario en bienes del sector secundario mediante un proceso productivo, en el actual estudio se tomará en cuenta la sección de otras actividades que representa un valor de 16%; debido a que la elaboración de artesanías de Cabuya se encuentra en esta categoría.

Divisiones de la CIU Rev. 4.0 con mayores variaciones y su incidencia en la variación General

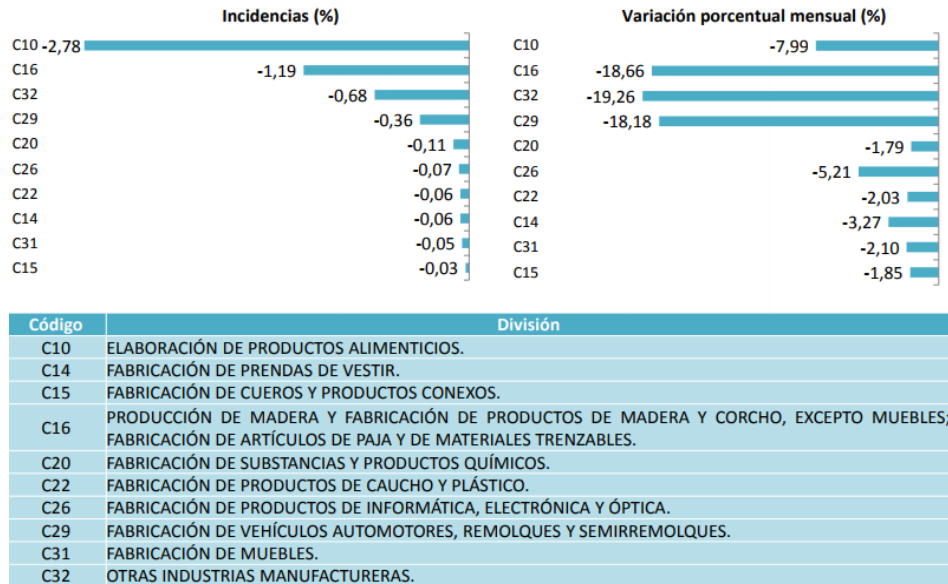


Figura 3: Divisiones de la CIU Rev. 4.0 con mayores variaciones y su incidencia en la variación General

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

El hecho de la Fabricación de Artículos de paja y de materiales trenzarles en el mes de septiembre del año 2017 refleja una variación de -18,66% mensual lo que representa una Amenaza debido a que por diversos factores tanto ambientales como económicos han provocado que en el sector de materiales trenzarles se vea afectado por los factores antes mencionados.

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”. (Banco Central del Ecuador, 2017, pág. S/N). Esta variable dependerá del manejo de la empresa en el mercado en donde se destacará lo atractivo de los productos que ofrece a los clientes.

Tabla 1: Inflación Mensual

Mes	Inflación
Nov-17	-0.22%
Oct-17	-0.09%
Sept-17	-0.03%
Ago-17	0.28%
Jul-17	0.10%
Jun-17	0.16%
May-17	1.10%
Abr-17	1.09%
Mar-17	0.96%
Feb-17	0.96%
Ener-17	0.90%
Dic-16	1.12%
Nov-16	1.05%

Fuente: (BCE, 2017)

Elaborado por: Jessica Pavón

Podemos determinar que Ecuador se encuentra en -0.22% en el período Noviembre del 2017, a diferencia de Noviembre del 2016 que era de 1.05% se establece como una Amenaza para la pequeña empresa, los precios de los bienes y servicios sufren variaciones dependiendo de la oferta y demanda.

2.01.01.02.01 Inflación sectorial

La inflación sectorial se refiere a la prolongación de los precios de bienes y servicios en un determinado período que atravesara la empresa en la evolución mensual de Reporte del Índice de Producción de la Industria Manufacturera.

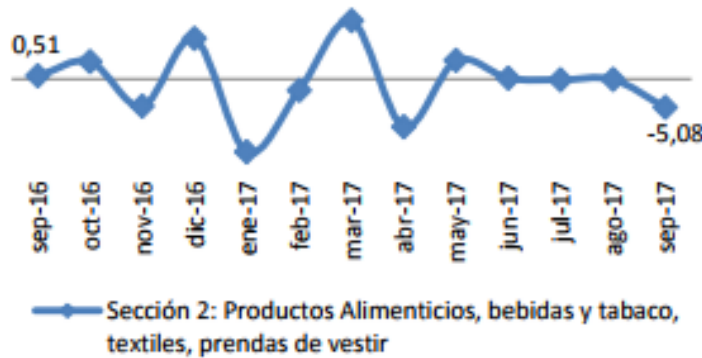


Figura 4: Sección 2 Evolución mensual de Reporte del Índice de Producción de la Industria Manufacturera

Fuente: Sistema de Indicadores de la Producción SIPRO

Elaborado por: (INEC, 2017)

Se observar la Evolución mensual del Reporte del Índice de Producción de la Industria Manufacturera de la Sección 2, donde se observa en Septiembre del 2017 con un -5.08% siendo un resultado negativo el mismo que es una Amenaza para el sector manufacturero del país.

2.01.01.03 Tasa de Interés Activa

La tasa de interés activa se refiere a la tasa de interés que cobran los bancos por el dinero que prestan a sus clientes. Se conoce por activa porque se centra en los bancos de las cuentas de activos (desde la perspectiva de los bancos, los préstamos son un activo). Cuanto mayor es la diferencia entre este tipo y el tipo de interés pagado por su propio financiamiento (tasa de interés pasiva), mayor es la ganancia para el banco en su actividad de intermediación financiera. (Nunes, 2015, pág. S/N).

La tasa de interés activa que cobran los bancos a las personas por algún tipo de crédito que realizan en las entidades financieras, ganan dinero el mismo que utilizaran para futuros créditos, consiguiendo recolectar más dinero la entidad financiera contara con mayor liquidez.

Tabla 2: Tasa de Interés Activa

Tasas de Interés			
Noviembre 2017			
1. Tasas de Interés Activas Efectivas Vigentes		Tasas Máximas	
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	7.34	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.84	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.41	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	7.95	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.79	Comercial Prioritario Corporativo	9.33

*Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2017)
Elaborado por: Jessica Pavón*

La tasa de interés activa en el sector productivo PYME se encuentra en un 11,41% anual en el año 2017 siendo esta la tasa referencial vigente una pequeña empresa podrá pedir un crédito siendo esta una Oportunidad para exaltar su volumen de producción.

2.01.01.04 Tasa de Interés Pasiva

La Tasa de Interés Pasiva es el tipo de interés que los bancos pagan por los préstamos que obtienen en el mercado, que puede ser representado por depósitos a la vista, depósitos a plazo, bonos, créditos de otras entidades de crédito u otros productos de similares características. Se conoce como pasiva porque se centra en las cuentas del pasivo de los bancos. (Nunes, 2015, pág. S/N).

La tasa de interés pasiva es la cantidad que pagan los bancos por los depósitos que realizan los usuarios, la entidad utiliza este dinero para nuevas inversiones que se realizan en el país las mismas que cuentan con un determinado tiempo en el que deberán cumplir diversas obligaciones.

Tabla 3: Tasa de Interés Pasiva

2. Tasas de Interés Pasivas Efectivas Promedio por Instrumento			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.91	Depósitos de Ahorro	1.13
Depósitos monetarios	0.87	Depósitos de Tarjeta habientes	1.17
Operaciones de Reporto	0.10		
3. Tasas de Interés Pasivas Efectivas Referenciales por Plazo			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.42	Plazo 121-180	4.85
Plazo 61-90	3.90	Plazo 181-360	5.37
Plazo 91-120	4.86	Plazo 361 y más	6.97

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2017)

Elaborado por: Jessica Pavón

La tasa de interés pasiva en el 2016 se encontraba en 5.51% y en el 2017 es de 4.91% por lo que existió un decrecimiento, representando una oportunidad para la pequeña empresa ya que tiene la decisión de invertir el dinero en una entidad financiera y ganar una pequeña proporción o utilizarlo para el crecimiento empresarial.

2.01.01.05 Riesgo País

“Hace referencia a la probabilidad de que un país, emisor de deuda, sea incapaz responder a sus compromisos de pago de deuda, en capital e intereses, en los términos acordados”. (Montilla, 2007, pág. S/N). Presenta los movimientos que realiza el país y la capacidad de pago para cancelar las deudas con el fin que el país tenga solvencia en todas las actividades en donde intervenga el dinero.

Tabla 4: Riesgo País

Fecha	Valor	Fecha	Valor
Noviembre 05-2017	547.00	Diciembre 01-2017	507.00
Noviembre 06-2017	543.00	Diciembre 02-2017	507.00
Noviembre 07-2017	558.00	Diciembre 03-2017	507.00

Fuente: (BCE, 2017)

Elaborado por: Jessica Pavón

Entre Noviembre y Diciembre de 2017 el Riesgo País del Ecuador disminuyó dando a conocer que el país va mejorando poco a poco, lo que le permitirá en el futuro hacer inversiones en el extranjero.

2.01.02 Factor Social

“Los factores sociales y culturales que intervienen en el desarrollo de la cognición se refieren a su tratamiento global y unilateral en relación con los factores individuales.” (Dongo, 2009, pág. 1). El estudio de los factores que se encuentran alrededor del negocio es importante ya que darán resultados reales del entorno donde se desarrollara la empresa.

2.01.02.01 Población

“La población es un ente colectivo con prolongación en el tiempo, integrado por personas de las cuales nos interesan las particulares y conductas que condicionan dicha estabilidad.” (Díaz J. , 2007, pág. S/N). Lugar donde la pequeña empresa va a poner a disposición de las personas sus productos los mismos serán aceptados por su calidad.

2.01.02.02 Población Económicamente Activa (PEA)

Es el conjunto de personas en una sociedad determinada, ejercen habitualmente una actividad económica o están en capacidad de trabajar, aunque se encuentren de momento sin ocupación por causas ajenas a su voluntad. La PEA está constituida por los productores, es decir, por quienes desempeñan alguna función en la actividad productiva de la sociedad o están en posibilidad de hacerlo por sus condiciones de edad y aptitud, aunque transitoriamente carezcan de empleo. (Borja, 2010, pág. S/N) .

La Población Económicamente Activa (PEA) está enfocada en las personas que aportar al país mediante el desempeño en actividades en los diferentes sectores productivos del país que les permitan obtener una remuneración por su trabajo.

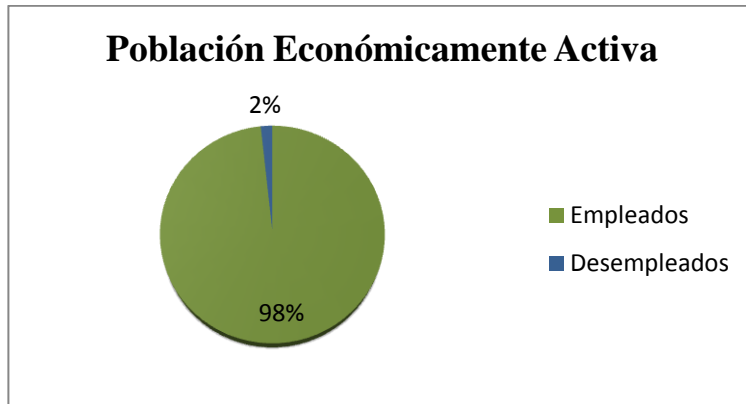


Figura 5: Composición de la Población Económicamente Activa 2017
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2017)
Elaborado por: Jessica Pavón

Mediante los datos obtenidos en el 2017 se determina que el 98,3% de las personas en el Ecuador cuentan con un empleo por el cual reciben una remuneración mensual, existe un porcentaje que no cuentan con un empleo por lo que es una oportunidad para la pequeña empresa de ingresar al mercado nacional y dar empleo a una persona desempleada siendo un aporte para que el país reduzca ese porcentaje.

Tabla 5: Población Económicamente Activa

Parroquia	Total
Pomasqui	19505
San Antonio	20111
Calacalí	2449
Total	42065

Fuente: (DMQ, 2010)
Elaborado por: Jessica Pavón

En la segmentación de la población económicamente activa de la zona rural determinamos el número de personas que hay según las edades, hemos tomado en cuenta los mismos que podrán ser nuestros clientes potenciales en un futuro.

2.01.02.03 Empleo

Puede entenderse como la acción y el efecto de generar trabajo y ofrecer puestos laborales. Como sabrán, emplear es un verbo que hace referencia al hecho de mantener ocupado a un individuo (ya sea, solicitándole un servicio o contratándolo para una determinada función remunerada), invertir dinero en una compra o, simplemente, utilizar algo. (Pérez & Merino, 2008, pág. S/N)

El empleo se refiere a actividades que las personas realizan en diferentes situaciones en el país por las cuales reciben un pago con el cual pueden sostener a su hogar.

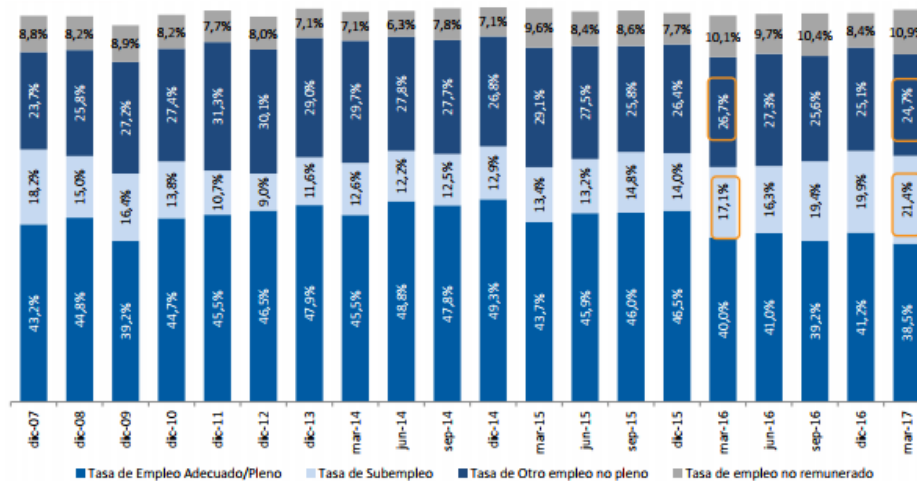


Figura 6: Empleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: (INEC, 2017, pág. 15)

En el Ecuador con los últimos datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos en Marzo del 2017 es del 24,7% comparando con un 26,7% de Marzo del 2016 se puede observar que existe una diferencia en el nivel de empleo en el Ecuador, es una oportunidad para que la pequeña empresa surja en el mercado artesanal.

2.01.02.04 Desempleo

El desempleo o desocupación es el paro forzoso de los asalariados que pueden y quieren trabajar pronto no encuentran un puesto de trabajo. La proporción de trabajadores desempleados muestra si se aprovecha adecuadamente los recursos humanos. La cuantía del desempleo se utiliza como una medida del bienestar de los trabajadores. (Castillo, 2000, pág. 61).

El desempleo es un problema en el país porque causa pobreza ya que las personas que son el soporte de los hogares ya no pueden llevar el salario con el cual sobrevivían.

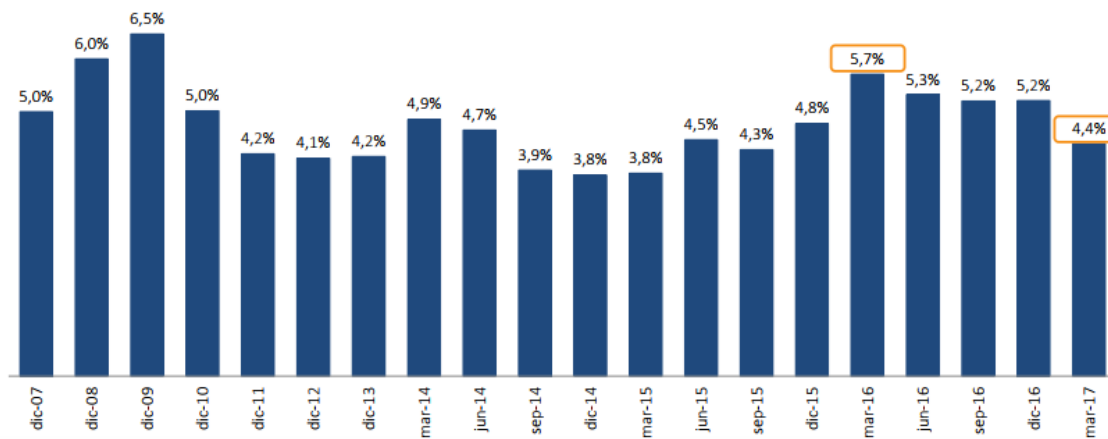


Figura 7: Desempleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: (INEC, 2017, pág. 14)

Mediante los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos se conoce la variación del desempleo que existe en el país en el transcurso del tiempo en Marzo del 2017 en un 4,4% y en el Marzo del 2016 un 5,7% lo que refleja que en el 2017 ha reducido el índice de desempleo en el Ecuador siendo una amenaza para la pequeña empresa.

2.01.02.05 Comunidad

“Una comunidad es un grupo de individuos que viven juntos en un lugar determinado, también un tipo de estructura social cuyos miembros se unen para lograr objetivos comunes, se constituye un escenario ideal para el trabajo sociocultural.”

(Luna, 2002, pág. S/N). Son el conjunto de personas que se encuentran en un lugar donde se trata de desempeñar actividades de interés común que les permita crecer y darse a conocer en el mercado por las actividades diarias que desempeñan.

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 (Calderón, 2011, pág. 4)

El factor legal se encarga de poner en conocimiento todas las leyes, reglamentos y requerimientos que los propietarios de una empresa deberán cumplir para su correcto funcionamiento en el sector comercial.

2.01.03.01 Servicio de Rentas Internas (SRI)

El Servicio de Rentas Internas nació el 2 de diciembre de 1997 basándose en los principios de justicia y equidad, con respuesta a la alta evasión tributaria, alimentada por la ausencia casi total de cultura tributaria. Desde su creación se ha destacado por ser una institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria. (Servicio de Rentas Internas, 2017, pág. S/N).

Entidad que se encarga del control y transparencia al momento de realizar pagos tributarios que las personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad, deben cumplir en las fechas indicadas por este órgano regulador del Estado ecuatoriano.

2.01.03.02 Municipio

“El Concejo Metropolitano cumple la tarea legislativa para la aprobación de ordenanzas, resoluciones y acuerdos en el Distrito Metropolitano de Quito. El Concejo está conformado por 21 concejales cada uno encargado de diferentes comisiones. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2017, pág. S/N). Entidad del Estado que se encarga de dar los permisos municipales para el que las pequeñas empresas desarrollen las actividades dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

2.01.03.03 Ministerio de Cultura y Patrimonio

El Ministerio de Cultura y Patrimonio tiene como iniciativa fortalecer la identidad del país, promoviendo la diversidad de cultural con la creación, difusión del patrimonio del Ecuador. El mismo que brinda apoyo a las pequeñas empresas para que prevalezcan en la actividad que se desempeñan dando iniciativa de crecimiento e innovación que les permitirá abrir espacio en el mercado para el mejor desarrollo de las actividades artesanales, culturales, sociales, etc. En las que se desarrollan sus funciones dentro del sector productivo del país.

Pasos para la constitución de una empresa

PASO 1: Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI

- 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.
- Artesanos: Calificación artesanal vigente emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO.

PASO 2: 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 Cédula de Identidad del Representante Legal.
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal.
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez).
- Artesanos: Calificación artesanal.
- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (establecimientos con publicidad existente).

PASO 3: Obtener Patente

Requisitos:

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.

- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Copia de la Escritura de Constitución en caso de Personas Jurídicas.
- Si el trámite lo realiza una tercera persona: Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
- En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

Requisitos adicionales:

- Copia de la licencia de conducir categoría profesional.(En el caso de que realice actividades de transporte).
- En caso de discapacidad, copia del carné del CONADIS.
- En caso de artesanos, copia de la calificación artesanal vigente. (Municipio de Quito, 2017)

PASO 4: 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.
- Copia del permiso del año anterior.

PASO 5: Obtener Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE)

Requisitos:

- Formulario de Solicitud LUAE.
- Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística.
- Copia de RUC.
- Copia de cédula del representante legal.
- Copia de papeleta de votación vigente del representante legal.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Autorización del dueño si el local es arrendado.
- Fotografía del rotulo con la fachada. Si el rótulo no está colocado un esquema gráfico con las dimensiones. (Cuerpo de Bomberos, 2016, pág. 1).

PASO 6: Obtener la Calificación Artesanal Autónoma.

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (adquirir formulario).
- Declaración juramentada.
- Copia de la Cédula de Ciudadanía.
- Copia del Certificado de Votación.
- Foto a color tamaño carné actualizada.
- Tipo de Sangre (Cruz Roja Ecuatoriana).
- Carnet del Gremio Actualizado.

2.01.04 Factor Tecnológico

La repercusión de la tecnología se manifiesta en nuevos productos, nuevas máquinas, nuevas herramientas, nuevos materiales y nuevos servicios. Algunos beneficios de la tecnología son: mayor productividad, estándares más altos de vida, más tiempo de descanso y una mayor variedad de productos. (Peñalver , 2012, pág. 2).

Actualmente el uso de la tecnología es un factor muy importante para el desarrollo de las empresa, la misma que ayuda a reducir los tiempos de elaboración, maximizando la producción, calidad y diseños de los productos en la pequeña empresa se utilizara la tecnología para dar a conocer los productos que se elaboran se ejecutara por medio de la página web.

2.02 Entorno Local

Se entiende como el entorno local a todo lo que rodea a una empresa como el sector, la comunidad, etc.

2.02.01. Clientes

“Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que desea para sí mismo o para otra persona, empresa u organización.” (Kotler, 2003, pág. S/N). Toda empresa que inicia sus operaciones dependerá de los clientes los que examinan la calidad del producto que se comercializa, se debe tomar en cuenta la satisfacción del cliente.

Tabla 6: Clientes

Factor de Segmentación	Indicador
Género	Femenino y Masculino
Edad	20 Años en adelante
Geografía	Norte del Distrito Metropolitano de Quito

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Jessica Pavón

El tipo de productos que la pequeña empresa va a distribuir está dirigido para todo público que sepa apreciar el trabajo de los artesanos como su precio y calidad con la que están elaborados.

2.02.02. Proveedores

Los proveedores son parte esencial de la empresa y por consiguiente es necesario establecer un programa de calidad, que permita conocer técnica y comercialmente a los proveedores potenciales, con el fin de que el proceso de selección sea adecuado para establecer relaciones basadas en la confianza que garanticen el cumplimiento de los requisitos exigidos.
(Viveros, 2007, pág. S/N).

Es de suma importancia para todo tipo de empresas contar con proveedores de materias primas y productos de calidad para el desarrollo de las actividades de la empresa, los mismos que se convertirán en un recurso fundamental para la empresa ya que a menudo necesitaran de su provisión.

Tabla 7: Proveedores

Denominación	Descripción	Factor de negociación
Rossi Arte & Hobby	Versalles y Alonso de Mercadillo	Hilo de cabuya
Creaciones y detalles de amor.	Antonio de Ulloa y Ramiro Dávalos	Detalles decorativos
Plaza de Ponchos	Otavaló	Soga de cabuya
International CO. S. A	De los Aceitunos N67-56 y Calle E-7	Botellas de Vidrio

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Jessica Pavón.

Los proveedores serán empresas que proporcionen materiales como el hilo de cabuya, botones, pegatinas, etc. Ayudaran a que los productos tengan un valor agregado cuando se pongan a ofertarse en el mercado.

2.02.03. Competidores

Cuando existe una situación de competencia efectiva en un mercado los vendedores de un producto o servicio luchan, de forma independiente, para alcanzar los objetivos de unos beneficios, unas ventas o una mayor cuota de mercado. La rivalidad competitiva se manifiesta en diferencias en los precios, en la calidad, en el servicio o bien a una combinación de estos factores y ha de poder ser valorada por los clientes.(Gordon, 2014, pág. 1).

La competencia es un factor importante al momento de implementar una nueva pequeña empresa dependerá mucho del sector donde va a desarrollar sus actividades y el tipo de productos que ponga en el mercado para el consumo de sus clientes.

Tabla 8: Competidores

Denominación	Descripción	Factor de diferenciación
Arte –Tubo	Antonio de Ulloa y Antonio Manchena	Variedad de productos
Artesanías y algo mas	Antonio de Ulloa y Antonio Manchena	Precios accesibles para el público
Rustico Hogar	Antonio de Ulloa	Calidad de las artesanías
Mercado Artesanal La Mariscal	18 de Septiembre y Juan León Mera	Variedad de Artesanías

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Jessica Pavón

Los competidores serán empresas establecidas en el mercado por algunos años con la comercialización al por mayor y menor de artículos elaborados con cabuya.

2.03 Análisis FODA

La matriz de análisis dafo o foda, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del

acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis dafo permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa. (Espinosa, 2013, pág. 1).

La matriz FODA es una herramienta que las empresas utilizan para medir los factores externos e internos de la empresa los mismos que determinaran el funcionamiento de la empresa, estos factores serán de gran ayuda para implementar estrategias que ayuden al crecimiento empresarial.

Tabla 9: Matriz FODA Oportunidades

Indicadores	Bajo	Medio	Alto
Empleo			X
Desempleo		X	
Tasa de interés activa		X	
Tasa de interés pasiva	X		
Clientes			X
Proveedores			X

Fuente: Investigación propias

Elaborado por: Jessica Pavón

Tabla 10: Matriz FODA Amenazas

Indicadores	Bajo	Medio	Alto
Inflación			X
PIB		X	
Competidores			X
Riesgo país		X	

Fuente: Investigación propias

Elaborado por: Jessica Pavón

Tabla 11: Relación Matriz FODA

Oportunidades	Amenazas
Las oportunidades que los indicadores financieros brinda a la pequeña empresa Cabuy Art son de mucha ayuda permitiendo el crecimiento y el desarrollo competitivo que puede dar en el mercado.	Algunos indicadores financieros son una amenaza para la pequeña empresa por sus porcentajes muy altos que las misma no permitirán el crecimiento empresarial.

Fuente: Investigación propias

Elaborado por: Jessica Pavón

2.04. Análisis Interno

2.04.01 Propuesta Estratégica

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. Los planes estratégicos cuentan con un cierto presupuesto disponible, por lo que es esencial la correcta determinación de los objetivos a cumplir. (Perez y Gardey, 2008, pág. S/N).

Planificación estratégica se asemeja en gran parte a propuesta estratégica debido a que buscan declarar los mismos componentes en la organización; contar con una propuesta estratégica es importante ya que direcciona a la empresa a mejorar su calidad organizacional mediante la implementación de estos factores se conseguirá un buen funcionamiento de la empresa.

2.04.01.01 Misión

La misión es el motivo o la razón de la existencia de la organización, lo que le da sentido y orientación a las actividades; es lo que se pretende realizar para lograr la satisfacción del o los públicos objetivos, de la competencia y de la comunidad en general. (TMP, 2003, pág. 5).

La Misión sirve de guía para orientar al desarrollo adecuado de la empresa, definir la misma encamina a la organización al correcto desarrollo de sus operaciones tomando en cuenta el campo coherente y necesario en el que se cumplirán las actividades, la Misión debe ser establecida de una manera lógica y entendible ya que servirá como motor y guía para el cumplimiento de lo programado.

Tabla 12: Factores Claves para la Elaboración de la Misión

Factores Claves

Giro del Negocio

Target

Método de Trabajo

Valor o Principio Fundamental

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Jessica Pavón.

Misión

Ser una pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de artesanías a base de cabuya para el hogar u oficina con diseños innovadores satisfaciendo las necesidades de los clientes.

2.04.01.02 Visión

La visión representa una situación mentalmente desarrollada y desafiante, así como altamente deseable y reconfortante a medio y largo plazo. Es una aproximación de cómo la organización evolucionará para atender con eficiencia las cambiantes necesidades y gustos de su público destinatario. En este sentido, construye un concepto relativamente estable de lo que la organización debe ser y hacia dónde debe dirigirse, en tanto las condiciones y estrategias organizacionales pueden modificarse con el tiempo, pero la visión puede permanecer inalterable en su esencia. (TMP, 2003, pág. 2).

La Visión de una empresa es un factor asociado con el futuro o situación deseada, si bien es cierto es importante que la empresa mantenga expectativas para el futuro pero a su vez la Visión debe ser en gran parte apegada a la realidad de la empresa para que pueda cumplir, también debe contener un carácter de inspiración que influya a la organización a conseguir cumplirla

Tabla 13: Factores Claves para Elaborar la Visión

Factores Claves	
Producto	Artesanías de Cabuya
Factor de Diferenciación	Aprovechamiento de Recursos
Situación deseada	Reconocimiento en el Mercado
Tiempo	4 años
Principio Fundamental	Pluralismo
Alcance	Local

Fuente: Investigación Propia.

Elaborador por: Jessica Pavón

Visión

Para el 2021 la pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de artesanías de Cabuya tiene el propósito de ganar mercado por sus artículos de calidad, aprovechando recursos naturales del país ganando reconocimiento incentivando el pluralismo en la sociedad con el fin de rescatar las raíces de la Serranía del Ecuador.

2.04.01.03 Objetivos

“Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa, éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la empresa.” (Cabrejos, 2013, pág. S/N). Los objetivos son el resultado de las aspiraciones que tiene la empresa, al ser una aspiración por cumplir los mismos deben ser posibles de alcanzar en un mediano o largo plazo sirviendo de motivación para el desarrollo de actividades en la empresa

2.04.01.03.01 Objetivo General

Establecer a la pequeña empresa en el mercado nacional, ofreciendo artesanías de cabuya con recursos naturales de excelente calidad ganando, espacio en el mercado, satisfaciendo los requerimientos del cliente y generando empleo.

2.04.01.03.02 Objetivo Específico

- Utilizar recursos naturales disponibles de la zona disminuyendo el impacto ambiental en cuanto a la utilización de recursos.
- Estandarizar procesos de producción que posibiliten mejorar la calidad del producto final para satisfacción del cliente.
- Aportar al cambio de la Matriz Productiva con la transformación de bienes del sector primario convirtiéndolos en producto terminado y generando valor agregado.

2.04.01.04 Principios y/o valores

2.04.01.04.01 Principios

“Hablar de principios es tocar uno de los temas más sensibles al común de los seres humanos y del mayor interés filosófico y ético, a nivel personal, empresarial, político, etc.” (Yarce, 2017, pág. 11). Es la manera de proceder de las personas en referencia a sus valores que ha adquirido en el transcurso de la vida.

- **Mejoramiento Continuo**

El mejoramiento continuo en la pequeña empresa es fundamental para el crecimiento del negocio se logrará con el trabajo en equipo, mejorando el desarrollo de las actividades de la empresa que permanecerá en el mercado.

- **Servicio de Calidad**

La calidad que ofrece la pequeña empresa en sus artesanías es buena por el cuidado que tienen al momento de realizar cada detalle para que el diseño sea

único para que los clientes queden satisfechos al momento de adquirir una de estas artesanías elaboradas a mano.

- **Pluralismo**

El pluralismo engloba las tradiciones de un país, con la materia prima que es la cabuya se puede fabricar diversidad de artesanías las cuales los clientes la aprecian porque son fabricadas con materiales tradicionales del país.

- **Innovación**

La pequeña empresa desea fomentar el trabajo artesanal con la materia prima de la zona Andina del Ecuador, ya que cuenta con excelente calidad las fibras de cabuya son muy resistentes y dóciles al momento de crear una artesanía darle vida a este tipo de material es lo primordial para este emprendimiento.

- **Expansión de Estrategias**

La implementación de las estrategias es muy importante para el desarrollo de la empresa, las estrategias ayudaran que el giro del negocio sea el adecuado para el mercado donde desarrollara sus actividades comerciales.

2.04.01.04.02 Valores

“El valor es esa calidad particular e inconfundible que produce en nosotros la apreciación, porque se percibe con este sentimiento único que es el sentimiento de valor.” (Gallo, 2006, pág. 24). Son las características propias que demuestran las personas en cualquier lugar situación en la que se encuentran.

- **Perseverancia**

La perseverancia es muy importante ya que significa la constancia y la firmeza con la que las personas miembros de la pequeña empresa van a trabajar para hacer que el trabajo sea valorado y atraer más clientes.

- **Responsabilidad**

La responsabilidad con la que trabajan las artesanías es de suma importancia ya que para ofrecer productos de excelente calidad los que conforman a la pequeña empresa son personas que se preocupan por cuidar cada detalle del trabajo que realizan.

- **Honestidad**

Este es un valor que no debe perderse en ningún tipo de actividad que realice la pequeña empresa ya que intervendrá la forma de trabajo y la calidad de los materiales con los que trabaja y el tipo de producto que entregara al cliente.

- **Originalidad**

Interviene la creatividad de las personas que realizan las artesanías a las que les pondrán un valor agregado la que dará un factor diferenciador, se destacara cada una de las artesanías tendrá por el valor agregado del diseño que cada trabajador implementara.

- **Trabajo en Equipo**

Este es el valor más importante que se debe destacar en la pequeña empresa ya que si no cuenta con una buena organización para trabajar en equipo las artesanías que se realicen no contarán con la suficiente entrega, el trabajo que se

realice debe tener todos los requerimientos para que los clientes queden satisfechos con el producto.

2.04.02 Gestión Administrativa

Acción que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar. Es la capacidad de la institución para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos con el adecuado uso de los recursos disponibles. (Lazzo, 2012, pág. S/N).

Es el proceso la pequeña empresa deberá acoplar las actividades que realizan diariamente optimizando tiempo y recursos para lograr el éxito de la misma, alcanzando el crecimiento empresarial.

2.04.02.01 Planificación

“La planificación es la primera función administrativa porque sirve de base para las demás funciones. Esta función determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben cumplirse y que debe hacerse para alcanzarlos.” (Bernal, 2013, pág. 2). Con una buena planificación la pequeña empresa podrá lograr cumplir todas sus actividades en el menor tiempo posible.

2.04.02.02 Diagrama de Gantt

“El Diagrama de Gantt es una representación gráfica de la extensión de las actividades del proyecto sobre dos ejes, en el eje vertical se disponen las tareas del proyecto y en el horizontal se representa el tiempo.” (Díaz L. , 2005, pág. 149). Representa en una forma ordenada la secuencia que se realizara para el desarrollo de los procesos de producción respetando los plazos establecidos.

DIAGRAMA DE GANTT														
Día	Actividad	Duración Días	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Noviembre		Diciembre		Enero		Febrero		Marzo	
					01 al 15	16 al 30	01 al 15	16 al 31	01 al 15	16 al 31	01 al 15	16 al 28	01 al 15	16 al 31
1	Idea del Negocio	15	01/11/2017	15/11/2017										
2	Análisis Situacional	15	16/11/2017	30/11/2017										
3	Estudio de Mercado	30	01/12/2017	31/12/2017										
4	Estudio Técnico	15	01/01/2018	15/01/2018										
5	Estudio Financiero	30	16/01/2018	15/02/2018										
6	Análisis de Impactos	15	16/02/2018	28/02/2018										
7	Ejecución	15	01/03/2018	15/02/2018										
8	Evaluación	15	16/03/2018	31/03/2018										

Figura 8: Diagrama de Gantt
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

2.04.02.03 Organización

Sistema socio técnico abierto compuesto por tres sistemas principales sistema del entorno, de la empresa y de la comunicación externa e interna, junto a sus subsistemas del comportamiento, estratégica, operativa u organizacional y de dirección o toma de decisiones, siguiendo mi visión del sistema empresarial. (Manene, 2011, pág. S/N).

La organización empresarial es muy importante ya que esto es la guía fundamental para que la pequeña empresa mantenga un enfoque de superación el mismo que le permitirá establecerse con más seguridad en un mercado donde recién está comenzando.

2.04.02.04 Organigrama Estructural

Es un esquema que muestra la organización de la pequeña empresa sintetizando cada una de las funciones de los integrantes anunciando reseñas sobre las características de la organización.

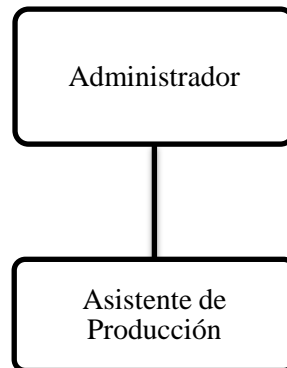


Figura 9: Organigrama Estructural

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Jessica Pavón

En el presente organigrama estructural se pone en conocimiento la estructura de funcionamiento de la pequeña empresa que dedicada a la elaboración de artesanía a base de cabuya.

Tabla 14: Funciones

Manual de Funciones	Versión del Manual	Nombre de la Empresa
MF	Primera Versión V01	Cabuy Art

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

Tabla 15: Codificación de Funciones

Cargo	Código
Administrador	ADM
Asistente de Producción	AP

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

Para la elaboración las funciones es necesario tener una adecuada codificación de los elementos que componen el mismo, facilitando su entendimiento asignando códigos a cada: área, cargo, para la empresa y en si para el manual; debido a que así se podrá tener una buena organización en la gestión del personal o a su vez para el reclutamiento.

Tabla 16: Función: Cargo Administrador

Cabuy Art			
Manual de Funciones y Descripción del Cargo			
Código	Versión		
MF-V01-CA-ADM-01	01	01/12/2017	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del Cargo:		Administrador	
Dependencia:		Oficina y Planta	
Número de Cargos:		1	
RESUMEN DEL CARGO			
<p>Coordinar, controlar las actividades administrativas para garantizar el buen funcionamiento organizacional de la empresa, siendo representante legal de Cabuy Art para cumplir y realizar gestiones necesarias tanto legales, productivas y administrativas, sirviendo también como imagen pública de la empresa.</p>			
FUNCIONES A DESEMPEÑAR			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar actividades, delegar funciones y comunicar resultados. 2. Realizar entrevistas de trabajo en cuanto a selección y contratación del personal. 3. Realizar actividades que favorezcan a la empresa, celebrar contratos, alianzas claves, asignar recursos a las áreas de la empresa. 4. Ser imagen de la empresa en todas las relaciones internas y externas en cuestiones de negocios o legales. 5. Verificar la calidad del producto terminado. 			
PERFIL REQUERIDO			
Edad Aproximada:		Nivel de Educación:	
22 años		Tecnólogo en Administración	
COMPETENCIAS			
Administrativas:		Conocimiento de Tributación y Contabilidad, asignación de recursos financieros y humanos.	
Laborales:		Trabajar más de 40 horas, Buenas relaciones Personales y resolución de problemas.	
Humanas:		Buen orador, motivador, líder, tolerante, disciplinado y perseverante.	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

Tabla 17: Función: Cargo Asistente de Producción

Cabuy Art			
Manual de Funciones y Descripción del Cargo			
Código MF-V01-CA-AP-03	Versión 01	01/12/2017	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del Cargo:		Asistente de Producción	
Dependencia:		Planta	
Número de Cargos:		1	
RESUMEN DEL CARGO			
Realizar el proceso de producción de una manera que los recursos sean aprovechados al máximo, controlar el excedente de desperdicios y entregar informes de lo efectuado a superiores.			
FUNCIONES A DESEMPEÑAR			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Controlar la recepción de materia prima para que la misma sea óptima para la producción. 2. Realizar informes de las actividades efectuadas durante el proceso de producción, donde se verifique el estado de las existencias. 3. Efectuar inventarios de Materia prima para evitar un sobreabastecimiento o un desabastecimiento. 4. Apoyar a la revisión del producto terminado permitiendo determinar su calidad. 			
PERFIL REQUERIDO			
Edad Aproximada: 18 años en adelante		Nivel de Educación: Educación Secundaria	
COMPETENCIAS			
Administrativas:		Conocimiento del Proceso productivo, conocimiento de Inventarios.	
Laborales:		Trabajar más de 40 horas bajo presión, organización de materiales.	
Humanas:		Buena actitud, proactivo, ambición de superación personal, responsable y creativo.	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

2.04.02.05 Dirección

“La dirección empresarial es la actividad destinada al liderazgo, la conducción y el control de los esfuerzos de un grupo de individuos, que forman la empresa, hacia determinados objetivos comunes.” (Villalona, 2014, pág. S/N). Es el enfoque empresarial que los directivos le quieren dar a su idea de negocio con el objetivo que sea aceptada en el mercado obteniendo beneficios empresariales.

2.04.02.06 Liderazgo

El liderazgo es muy importante para que una persona pueda dirigir a un grupo de trabajadores, un buen líder sabrá cuales son las mejores decisiones en beneficio de la pequeña empresa.

- **Liderazgo democrático**

“El liderazgo democrático es aquel que fomenta la participación de la comunidad, dejando que los empleados decidan más sobre sus funciones y tengan las suficientes competencias para tomar decisiones.” (Soto, 2016, pág. S/N). Este tipo de liderazgo es importante porque como jefe da la potestad de dejar intervenir en las decisiones empresariales a los trabajadores consiguiendo un buen clima laboral.

2.04.02.07 Control

“El control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente.” (Cruz, 2013, pág. S/N). La manera correcta de controlar los procesos que la pequeña empresa hace para la elaboración de las artesanías ayudara a determinar el tiempo, costo de la materia prima que se implementa en cada artesanía.

2.04.02.07.01 Hoja de Asistencia

Es la forma de controlar a los empleados verificar la hora de entrada y salida lo que permitirá comprobar la responsabilidad que los empleados tienen con la pequeña empresa.

HOJA DE ASISTENCIA						
MES DE TRABAJO:						
FECHA	NOMBRE DEL TRABAJADOR	HORA DE ENTRADA	FIRMA	HORA DE SALIDA	FIRMA	OBSERVACIONES

Figura 10: Hoja de Asistencia
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

2.04.02.07.02 Kardex

“Se conoce como Kardex las tarjetas utilizadas para el control de entradas y salidas de material o productos en una empresa, con esta sabemos las existencias que hay como saldo de cualquier producto” (Cuní, 2012, pág. S/N). El Kardex es una herramienta que la empresa utilizara para el control de las materias primas y las existencias de productos terminado, el método que se utilizará para el control será el promedio el que nos ayudará a tener detalles claros.

KARDEX										
ARTÍCULO:			CANTIDAD MÁXIMA:				UNIDAD DE MEDIDA:			
LOCALIZACIÓN:			CANTIDAD MÍNIMA:							
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
		UNIDAD	PRECIO	TOTAL	UNIDAD	PRECIO	TOTAL	UNIDAD	PRECIO	TOTAL

Figura 11: Tarjeta Kardex
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

2.04.02.07.03 Factura

Es un documento mercantil el mismo que sirve como comprobante de compra o venta de productos determinados.


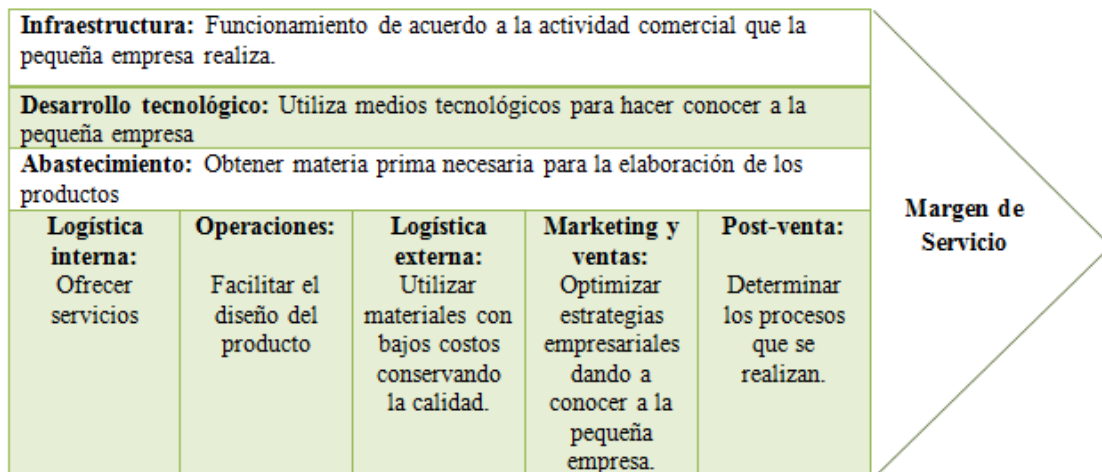
		RUC: 1711928696001	
		FACTURA	
		S 001-001	
		N° 001	
		Aut. SRI: 1120697213	
Fecha:		RUC/CI:	
Cliente :		Telf:	
Direc:			
CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT	V. TOTAL
SON:		SUBTOTAL	
		DESCUENTO	
		I.V.A. 0%	
		I.V.A. 12%	
FIRMA AUTORIZADA	RECIBE CONFORME	TOTAL	

Figura 12: Factura
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

2.04.03 Gestión Operativa

La Gestión Operativa de Proyectos consiste en desarrollar gráficamente el desarrollo de la gestión para la ejecución de un proyecto o actividad. Con la utilización de esta técnica se tiene de una forma resumida todos y cada uno de los pasos que es necesario dar para llevar a cabo la ejecución de los programas y proyectos que se insertan en el Plan Estratégico. (Sánchez & Zumeta, 2012, pág. 2)

Es la descripción de los procesos que se va realizando en la pequeña empresa para obtener el producto final el que se les ofrecerá a los clientes.



*Figura 13: Cadena de Valor
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

2.04.04 Gestión Comercial

La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad. (Herrero, 2001, pág. S/N).

Esta gestión tiene como objetivo dar a conocer los productos que elaboran, establecerse en un mercado que se enfoque precisamente en la actividad económica que realiza será el éxito ya que los clientes acudirán a comprar por lo que la pequeña empresa estará situada en un lugar estratégico.

2.04.04.01 Marketing Mix

El conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto. (Novoa, 2013, pág. 4).

El Marketing Mix permitirá a la pequeña empresa a promocionar los productos en un mercado donde interviene mucho la competencia en la que deberá sobresalir con la implementación de estrategias empresariales.

2.04.04.02 Producto

“Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades.” (Muñiz, 2017, pág. S/N). El producto se entrega o pone a disposición de los clientes los cuales tendrán calidad y serán valorados en dinero, como pequeña empresa entregaremos a los clientes productos elaborados manualmente los que tienen como iniciativa dar a conocer materiales rústicos que brindarán un realce a los productos.

2.04.04.03 Precio

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. (Thompson, 2008, pág. 3)

El precio es el valor con el cual se van a ofertar las artesanías que van a adquirir los clientes.

2.04.04.04 Plaza

“Es el conjunto de organizaciones independientes que participan el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor final o de un usuario industrial.” (Velazquez, 2012, pág. 48). Hace referencia a la forma de distribuir en un lugar los productos que la pequeña empresa tiene para ofrecer a los clientes.

2.04.04.05 Promoción

“La promoción es un Plan Integral de Marketing de corta duración, destinado a lograr objetivos específicamente delimitados por la empresa.” (Alfaro, 2000, pág. 2).

Forma de dar a conocer a la pequeña empresa que está iniciando en el mercado comercial, implementar estrategias será el éxito para que prospere.

Políticas de Promoción

- Los clientes que compren de tres artesanías en adelante recibieran un obsequio por parte de la pequeña empresa.
- Los clientes que paguen en efectivo las artesanías de tres en adelante tendrán un 15% de descuento.

2.04.04.06 Manual de Imagen Corporativa

La imagen corporativa es la forma en que se percibe una compañía, es la imagen de lo que la compañía significa, es un ejercicio en la dirección de percepción del espectador, la imagen corporativa es nuestra carta de presentación, la primera impresión que el público tendrá de nosotros. (Duarte, 2017, pág. 1)

La imagen corporativa es la carta de presentación que tendrá la pequeña empresa, dándose a conocer en el mercado por la forma de negocio que maneja.

2.04.04.06.01 Nombre Comercial

Cabuy Art

2.04.04.06.02 Logotipo

“Se le llama logo al elemento gráfico que identifica a una empresa, un proyecto, una institución, un producto” (Borges, 2017, pág. 3)



Figura 14: Logotipo
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

El logotipo de Cabuy Art demuestra de una forma sencilla el estilo de la pequeña empresa.

2.04.04.06.03 Isotipo

“El isotipo se caracterizaba por estar formado de símbolos gráficos por medio de los cuales se transmitía la información visualmente sin emplear ningún lenguaje escrito, lo que hacía de este un sistema de carácter universal”. (Ramos, 2011, pág. S/N).

Representa mediante un gráfico el tipo de empresa que está implantando en el mercado, con el isotipo el cliente reconocerá de inmediato que tipo de trabajo puede encontrar en la pequeña empresa.



Figura 15: Isotipo
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

2.04.04.06.04 Slogan

“El eslogan – en inglés, slogan – es esa frase que acompaña a tu marca y que intenta trasladarle a tu (posible) cliente el valor que tiene tu producto, el beneficio que le ofrece.” (Borges, 2017, pág. 2) Es la frase que caracteriza a la pequeña empresa por medio de la cual los clientes la reconocerán.

El arte de crear

2.04.04.06.05 Publicidad

La publicidad es una poderosa herramienta de la promoción que puede ser utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a un determinado grupo objetivo.
(Thompson, 2005, pág. S/N)

La publicidad que la pequeña empresa utilizara será hojas volantes, anuncios en las redes sociales para que los clientes conozcan los productos que están a disposición de ellos.

2.04.04.06.06 Tarjeta de Presentación



Figura 16: Tarjeta de Presentación
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

2.04.04.06.07 Página Web

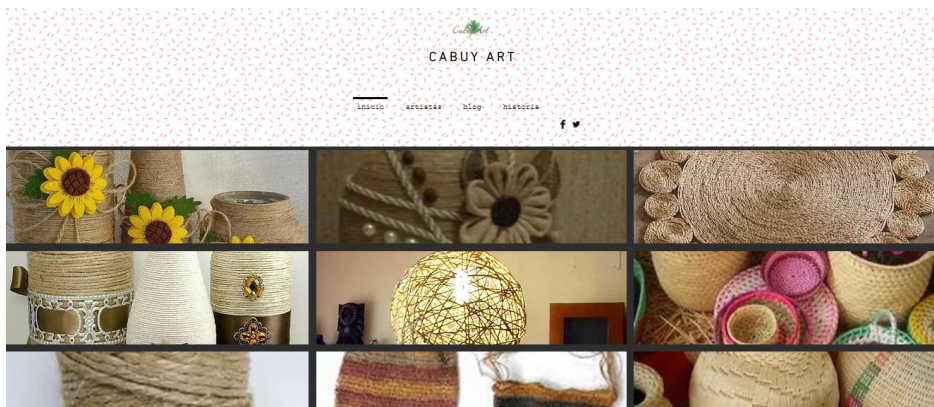


Figura 17: Pagina web
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

CAPITULO III

3. Estudio de mercado

Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (Thompson, 2008, pág. S/N).

El estudio de mercado ayudara al proyecto para determinar datos que aporten para el crecimiento de la empresa con los que se tomara decisiones acordes a las necesidades del negocio.

3.01 Análisis de Consumidor

“El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo.” (López, 2013, pág. 1). Se estudia el mercado donde se encuentran los posibles clientes del negocio permitiendo alcanzar un mercado competitivo

3.01.01 Determinación de la población y muestra

3.01.01.01 Segmentación del Mercado

Es la división de los posibles clientes que tendrá la pequeña empresa, determinando las necesidades que tienen las personas con la segmentación del mercado los empresarios podrán aplicar estrategias que les permitirá establecerse en el mercado.

Tabla 18: Segmentación de la Población Referencia Administración Zonal La Delicia

Año	Total
2010	42065
2011	54685
2012	71090
2013	92417
2014	120142
2015	156185
2016	203040
2017	263952
2018	343138

Fuente: Distrito Metropolitano de Quito 2010 (DMQ, 2010)

Elaborado por: Jessica Pavón

En la segmentación de la población se ha considerado como referencia la Administración Zonal La Delicia en la misma que se encuentran los sectores cercanos a la ubicación que tendrá la pequeña empresa el rango de edad que se ha considerado para realizar la segmentación es de 20 años en adelante los que considera tienen un ingreso de dinero por lo que serán los posibles clientes.

3.01.01.02 Muestra

Es una parte de la población que se toma para realizar el estudio del mercado en donde se pondrá en marcha el proyecto, obteniendo datos que ayudaran a tomar decisiones estratégicas.

3.01.01.02.01 Cálculo de la Muestra

Fórmula de la muestra infinita:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza

p = Variabilidad negativa

q = Variabilidad positiva

e = Error de la muestra

$$n = \frac{(1.92)^2 * (0.50) * (0.50)}{(0.05)^2}$$

$$n = 368,64$$

$$n = 369$$

3.01.02 Técnicas de Obtención de información

3.01.02.01 Encuesta

Una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población. (García, 1993, pág. 6).

La encuesta es un mecanismo mediante el cual se obtiene datos que ayudara para el estudio de mercado donde se va incluir el proyecto datos que permitirán implementar estrategias que ayuden al desarrollo del proyecto.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA
ENCUESTA

Objetivo: Recolectar información confiable mediante la cual se medirá el nivel de aceptación de la pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de artesanías a base de cabuya

Instructivo: Elegir una sola respuesta con responsabilidad marcándola con una “X” la que usted considere correcta.

Género:

Masculino Femenino

Edad:

20-30 31-40 41-50 51 en adelante

Preguntas:

1. ¿Usted compraría artesanías elaboradas con cabuya?

Sí No

2. ¿Con que frecuencia compra artesanías para su hogar u oficina?

Cada 3 meses

Cada 6 meses

Cada año

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una artesanía elaborada con cabuya?

Rodapié	\$18	<input type="checkbox"/>	\$25	<input type="checkbox"/>
Botellas decoradas	\$30	<input type="checkbox"/>	\$40	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cómo le gustaría recibir la información del producto?

Redes Sociales	<input type="checkbox"/>
Publicidad	<input type="checkbox"/>
Promotores	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuáles son los lugares de preferencia al momento de comprar artesanías?

Local Comercial	<input type="checkbox"/>
Mercados Artesanales	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuándo compra artesanías en que se fija?

Presentación	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>

7. ¿Le gustaría que la pequeña empresa realice diseños personalizados?

Sí No

8. ¿En caso de realizar la compra de las artesanías como le gustaría pagar?

Efectivo	<input type="checkbox"/>
Tarjetas de Crédito	<input type="checkbox"/>

9. ¿En qué tipo de empaque le gustaría recibir las artesanías para el hogar u oficina?

Funda de papel

Caja de cartón

Empaque plástico

10. ¿Por medio de qué servicio le gustaría recibir las artesanías?

Servientrega

Urbano

Otros

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

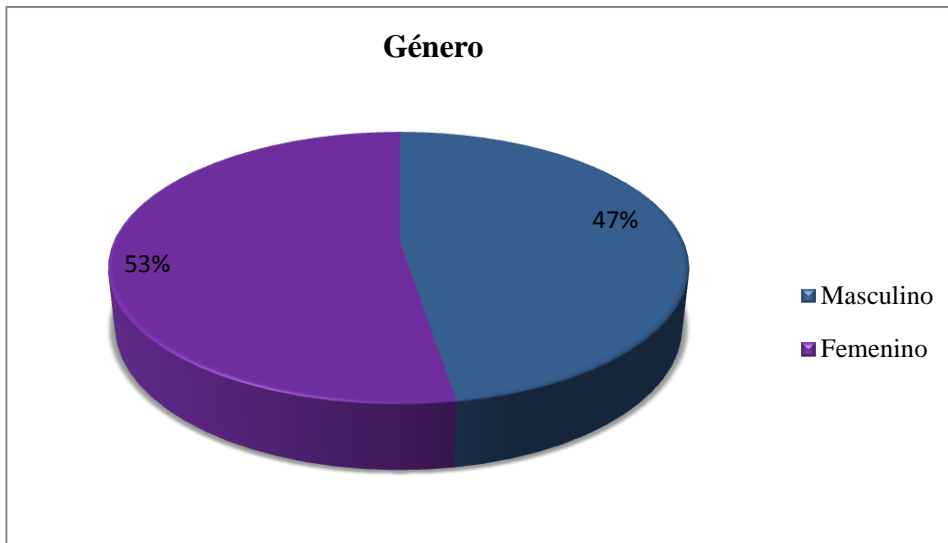
3.01.02.02 Análisis de la información

Datos demográficos

Tabla 19: Género

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	175	47.43%
Femenino	194	52.57%
Total	369	100%

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*



*Figura 18: Género
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Con la realización de la encuesta determinamos que el total de encuestados son 369 personas dando un 47% Masculino y el 53% Femenino que han contribuido con responsabilidad en las respuestas de la encuesta.

Tabla 20: Edad

Escala	Frecuencia	Porcentaje
20-30	78	21.14%
31-40	114	30.89%
41-50	108	29.27%
51 en adelante	69	18.70%
Total	369	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

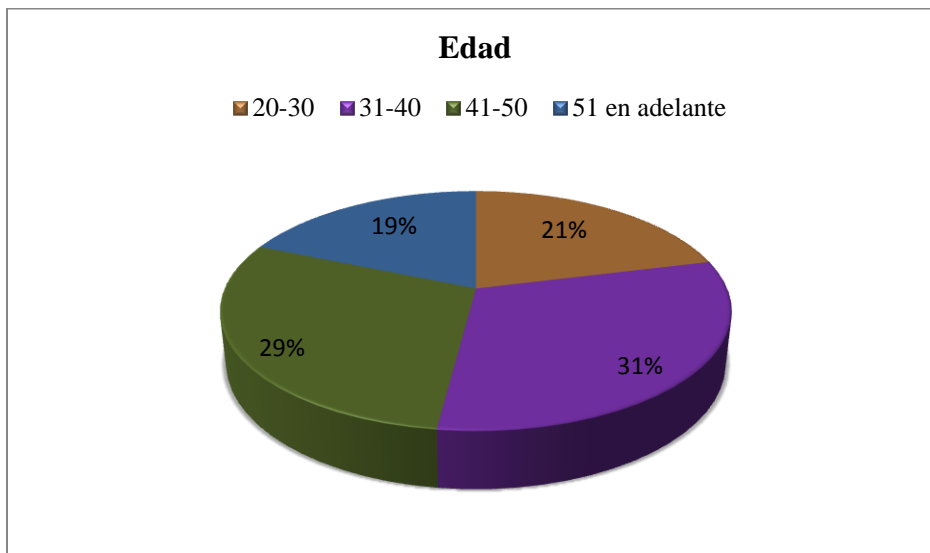


Figura 19: Edad
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

En la presente encuesta se ha tomado rangos de edad dando como resultado un 21% entre 20 y 30 años; 31% entre 31 y 40 años; 29% ente 41 y 50 años y 19% de 51 años en adelante siendo nuestro porcentaje más alto de personas encuestadas de 31% que se encuentran en la edad entre 31 y 40 años los que serán posibles clientes de la pequeña empresa.

Tabla 21: Pregunta 1. ¿Usted compraría artesanías elaboradas con cabuya?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	303	82.11%
No	66	17.89%
Total	369	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

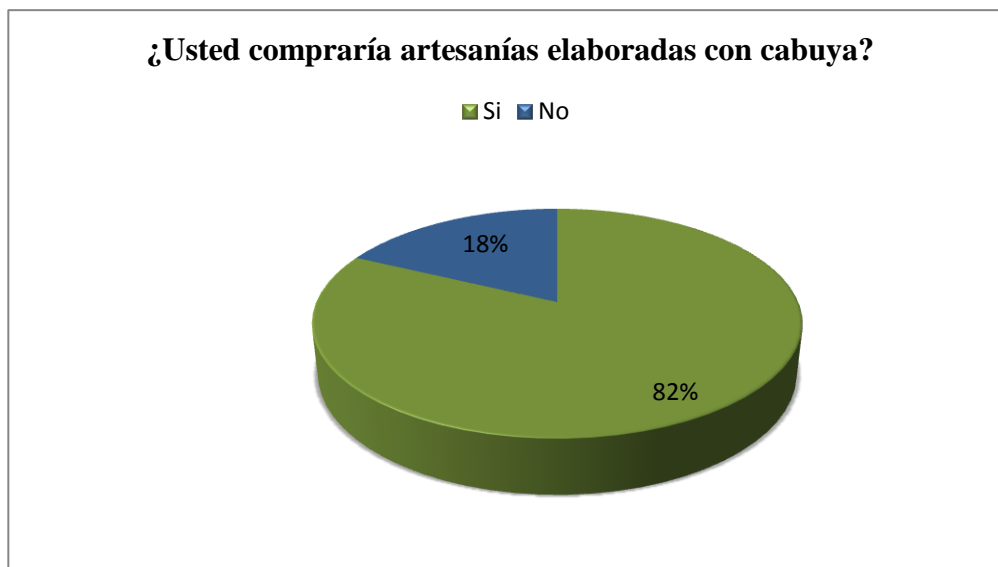


Figura 20: ¿Usted compraría artesanías elaboradas con cabuya?

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

Las personas encuestadas aceptaron con un 82% que comprarían artesanías de la pequeña empresa que se dedica a la elaboración y comercialización de artesanías a base de cabuya.

Tabla 22: Pregunta 2. ¿Con que frecuencia compra artesanías para su hogar u oficina?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
3 meses	44	14.52%
6 meses	149	49.17%
1 año	110	36.30%
Total	303	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

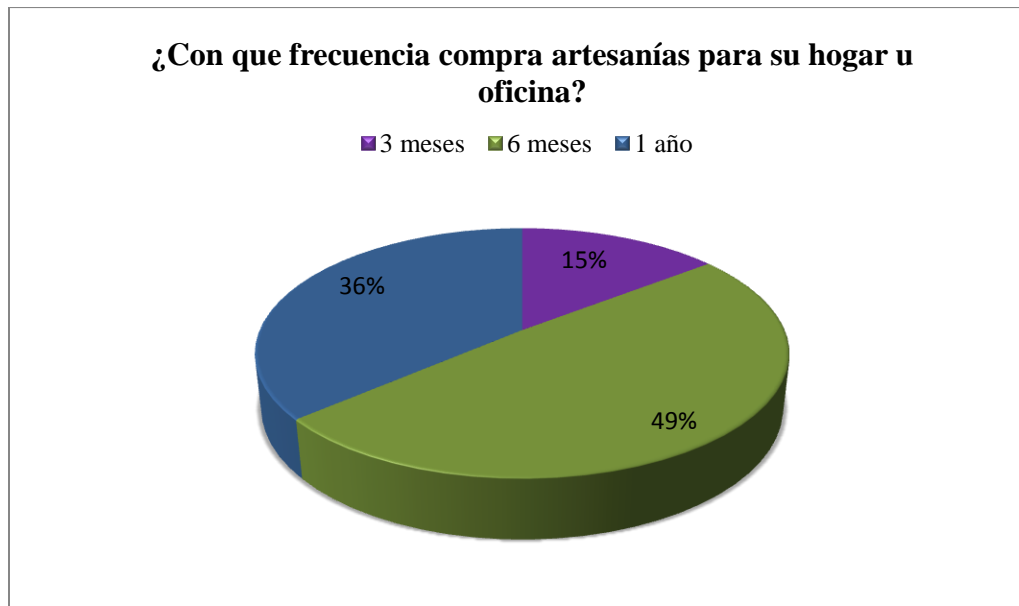


Figura 21: ¿Con que frecuencia compra artesanías para su hogar u oficina?

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

La frecuencia de compra de artesanías para el hogar u oficina las encuestas proyectan los resultados de cada 3 meses un 15%; cada 6 meses 49% y cada año 36% lo que significa que las personas compran artesanías en un periodo frecuente de cada 6 meses.

Tabla 23: Pregunta 3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una artesanía elaborada con cabuya? Rodapié

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Rodapié		
\$18	175	57.76%
\$25	128	42.24%
Total	303	100%

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

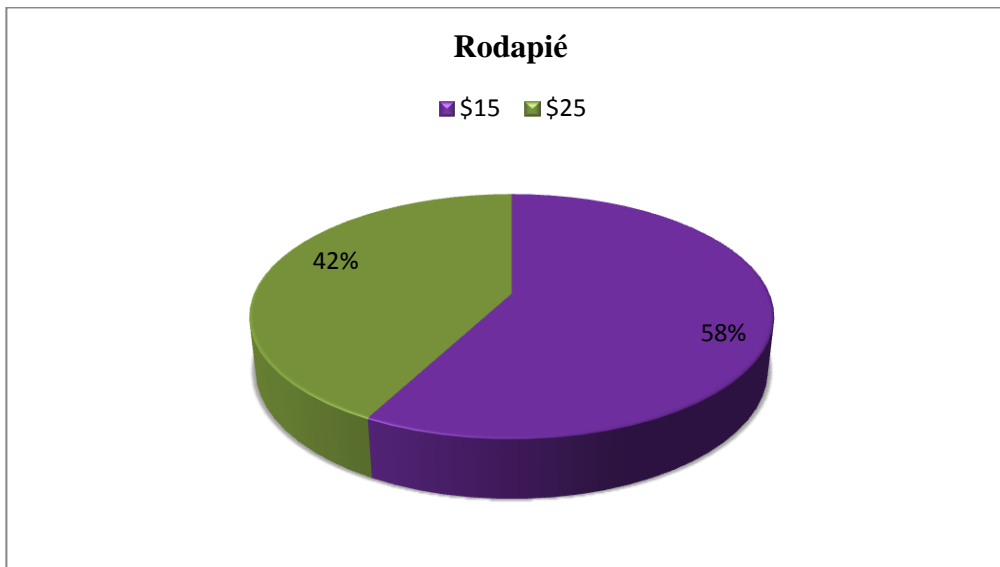


Figura 22: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una artesanía elaborada con cabuya? Rodapié
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

Los encuestados respondieron al costo de un rodapié \$18 con el 58% y \$25 con el 42% siendo la aceptación de costo \$ 18 que nuestros posibles clientes estarían dispuestos a pagar.

Tabla 24: Pregunta 3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una artesanía elaborada con cabuya? Botellas decoradas

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Botellas decoradas		
\$30	88	29.04%
\$ 40	215	70.96%
Total	303	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

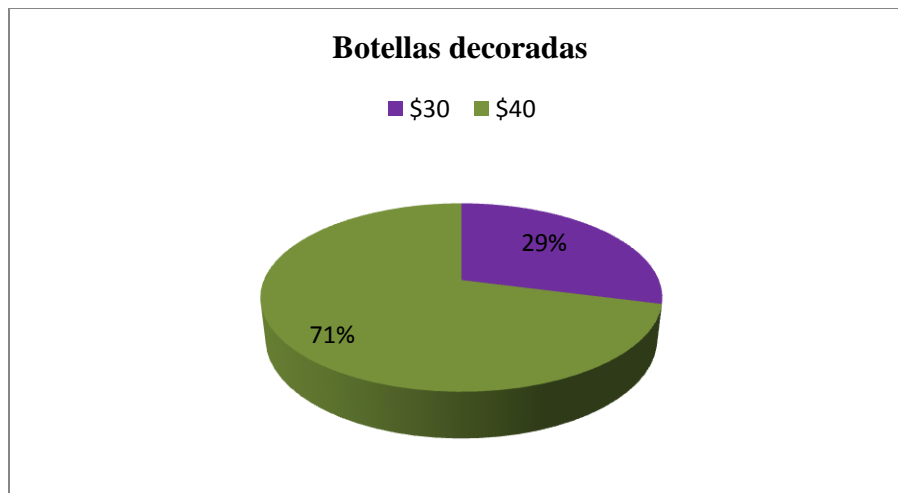


Figura 23: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una artesanía elaborada con cabuya? Botellas decoradas

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

Con el producto que la pequeña empresa va a ofrecer a sus clientes han respondido con \$ 30 un 29% y \$ 40 un 71% lo que determina que el precio aceptado será de \$ 40 para las botellas decoradas.

Tabla 25: Pregunta 4. ¿Cómo le gustaría recibir la información del producto?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	103	33.99%
Publicidad	119	39.27%
Promotores	81	26.73%
Total	303	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

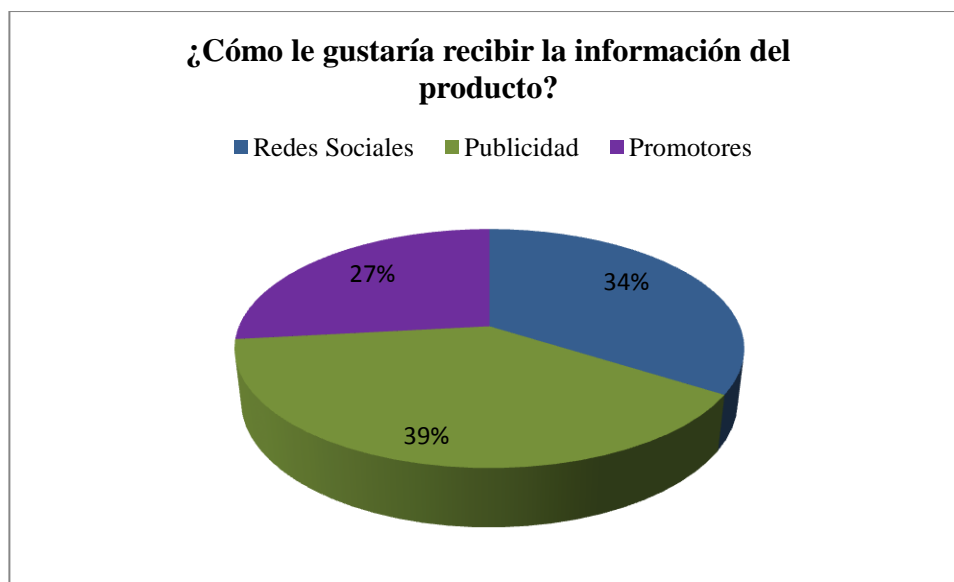


Figura 24: ¿Cómo le gustaría recibir la información del producto?

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

La forma en que los posibles clientes desean recibir información de los productos que la pequeña empresa va a ofrecer da como resultado un 34% en Redes Sociales; 39% Publicidad y un 27% por medio de Promotores los más aceptados fueron la Publicidad y Redes sociales es lo que determinan las encuestas.

Tabla 26: Pregunta 5. ¿Cuáles son los lugares de preferencia al momento de comprar artesanías?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Local Comercial	123	40.59%
Mercados Artesanales	103	33.99%
Internet	77	25.41%
Total	303	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

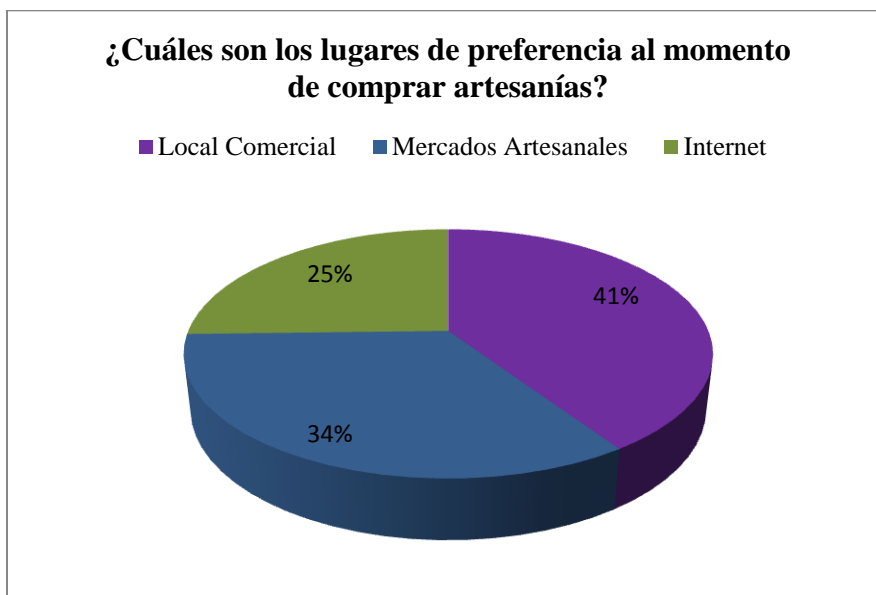


Figura 25: ¿Cuáles son los lugares de preferencia al momento de comprar artesanías?

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

Los lugares de preferencia de los clientes al momento de comprar una artesanía para el hogar u oficina es un 41% en un Local Comercial; 34% en un Mercado Artesanal y con un 25% por medio de Internet, determinando que es de preferencia en Local Comercial en donde el cliente podrá apreciar de forma directa el producto que va adquirir.

Tabla 27: Pregunta 6. ¿Cuándo compra artesanías en que se fija?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Presentación	96	31.68%
Calidad	140	46.20%
Precio	67	22.11 %
Total	303	100%

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

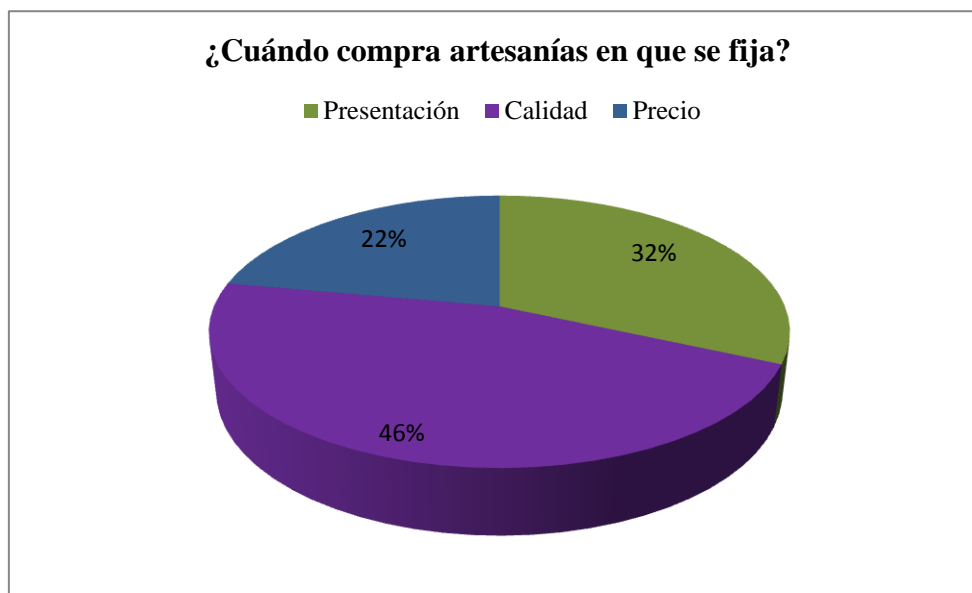


Figura 26: ¿Cuándo compra artesanías en que se fija?

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Al momento de comprar una artesanía las personas encuestadas se fijan en la presentación con un 32%; calidad con un 46% y el precio 22 % podemos verificar que las personas se fijan en la calidad al momento de comprar un producto.

Tabla 28: Pregunta 7. ¿Le gustaría que la pequeña empresa realice diseños personalizados?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	217	71.62%
No	86	28.38%
Total	303	100%

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*



Figura 27: ¿Le gustaría que la pequeña empresa realice diseños personalizados?

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Las personas encuestadas aceptan con un 72% que la pequeña empresa proporcione el servicio de diseños personalizados siendo esto positivo para la pequeña empresa que podrá poner en marcha su idea empresarial.

Tabla 29: Pregunta 8. ¿En caso de realizar la compra de las artesanías como le gustaría pagar?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	231	76.24%
Tarjeta de Crédito	72	23.76%
Total	303	100%

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

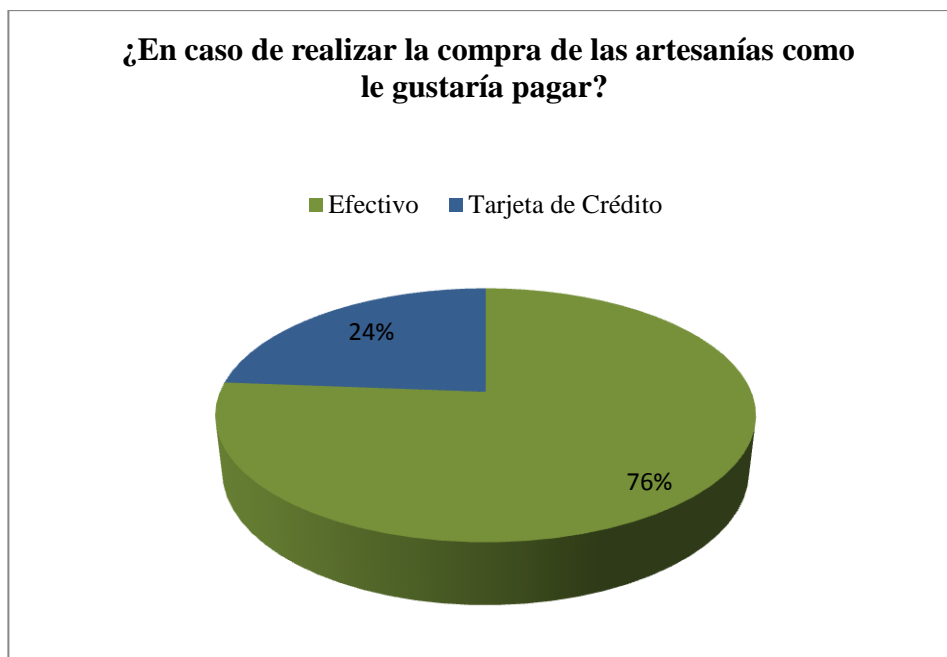


Figura 28: ¿En caso de realizar la compra de las artesanías como le gustaría pagar?

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Las personas que fueron encuestadas posiblemente serán los clientes de la pequeña empresa por la que respondieron con un 76% que de preferencia el pago sea en efectivo.

Tabla 30: Pregunta 9. ¿En qué tipo de empaque le gustaría recibir las artesanías para el hogar u oficina?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Funda de Papel	42	13.86%
Caja de Cartón	175	57.76%
Empaque Plástico	86	28.38%
Total	303	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

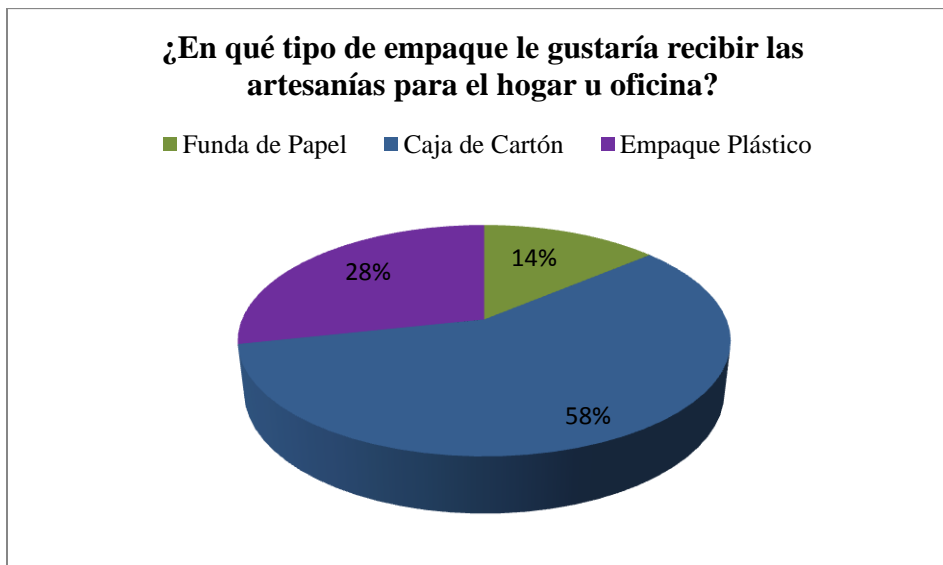


Figura 29: ¿En qué tipo de empaque le gustaría recibir las artesanías para el hogar u oficina?

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

La forma en que a los clientes les gustaría recibir las artesanías es de 14% en funda de papel, con 58% en caja de cartón y un 28% en empaque plástico, se puede determinar que las personas aceptan que los productos sean entregados en cajas de cartón.

Tabla 31: Pregunta 10 ¿Por medio de qué servicio le gustaría recibir las artesanías?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Servientrega	148	48.84%
Urbano	94	31.02%
Otros	61	20.13 %
Total	303	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

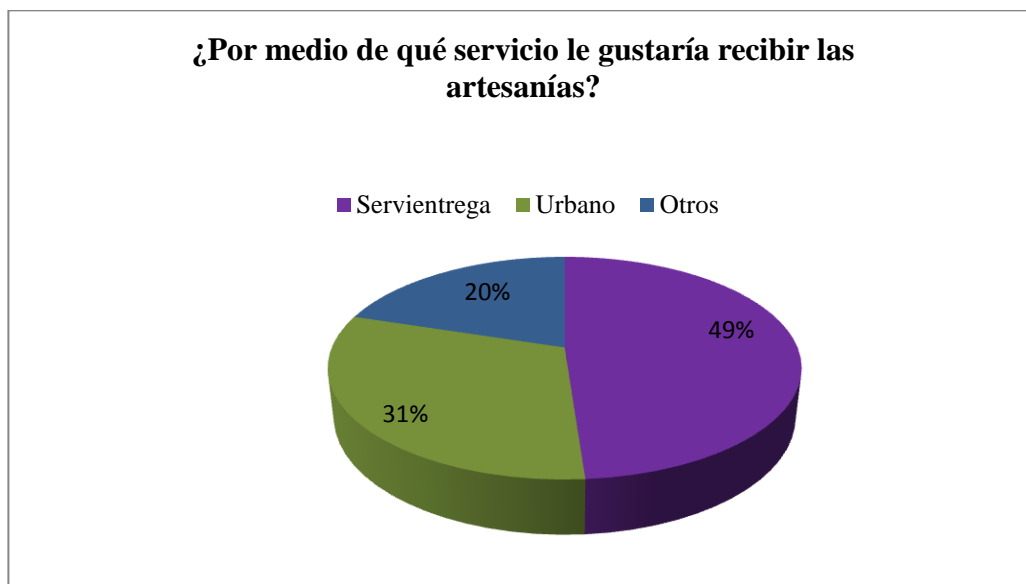


Figura 30: ¿Por medio de qué servicio le gustaría recibir las artesanías?
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

La pequeña empresa pone a disposición de los clientes algunas líneas de entrega con lo que las personas encuestadas determinan con un 49% Servientrega; 31% Urbano y 20% Otros el servicio más aceptado es Servientrega.

3.02 Oferta

“La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos” (Thompson, 2006, pág. S/N). Es el número de productos que la pequeña empresa va a posicionar en el mercado.

3.02.01 Oferta Histórica

La oferta histórica plasma el movimiento de un cierto mercado donde se comercializa diversos productos o servicios que los habitantes de un lugar demandan para satisfacer las necesidades.

Al momento de obtener la oferta histórica se podrá determinar las variaciones de la oferta que se dan con el pasar del tiempo permitiendo a la pequeña empresa conocer datos aproximados que les ayuda para el estudio de mercado en el que van a desarrollar las actividades, cabe aclarar que la pequeña empresa es nueva en el mercado por el motivo que no se obtiene la oferta histórica.

3.02.02 Oferta Actual

“Capacidad de entregar servicios de acuerdo a las normas y estándares determinados por la autoridad que corresponda (el recurso humano, físico y también financieros disponibles de acuerdo a estándares de calidad, que la comunidad requiere)”. (Marcial , 2010, pág. 14). Se conoce como la cantidad de producto o servicio que ponen en el mercado a disposición de los clientes con fin de satisfacer los requerimientos de los demandantes.

Tabla 32: Oferta Actual Rodapié

Demanda Actual	Aceptación de clientes	Oferta Actual
\$ 1'996.893,84	72,00%	\$ 1'437.763,57

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Tabla 33: Oferta Actual Botellas decoradas

Demanda Actual	Aceptación de clientes	Oferta Actual
\$ 4'074.122,49	72,00%	\$ 2'933.368,20

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Se determina como la cantidad de productos o servicios que se encuentran actualmente en el mercado esto se da por medio de la aceptación de la pequeña empresa por parte de los clientes.

3.02.03 Oferta Proyectada

Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección. El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes.(Chambi, 2012, pág. 2)

Se estima la oferta actual donde se conoce la cantidad de consumo de los demandantes con ciertos productos o servicios que se encuentran el mercado.

Tabla 34: Oferta Proyectada Rodapié

Año	Factor de proyección	Oferta
2018	-	\$ 818.726,48
2019	0,72%	\$ 824.62131
2020	0,72%	\$ 830.558,58
2021	0,72%	\$ 836.538,60
2022	0,72%	\$ 842.561,68
2023	0,72%	\$ 848.628,12

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Tabla 35: Oferta Proyectada Botellas decoradas

Año	Factor de proyección	Oferta
2018	-	\$ 1'670.390,22
2019	0,72%	\$ 1'682.417,03
2020	0,72%	\$ 1'694.530,43
2021	0,72%	\$ 1'706.731,05
2022	0,72%	\$ 1'719.019,51
2023	0,72%	\$ 1'731.396,46

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jessica Pavón

Al momento de la proyección de la oferta se deberá tomar en cuenta la demanda de varios años, oferta actual y el factor de proyección con el que se ira estimando los valores para los próximos años.

3.03 Demanda

“Son las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado”. (Rosales, 2000, pág. 25). Es el número de productos o servicios que las personas están dispuestos a consumir por los que pagaran un monto de dinero.

3.03.01 Demanda Histórica

La demanda histórica identifica el desarrollo del mercado, permite que como pequeña empresa obtenga el valor de las variables utilizada para calcular valores correspondientes a años anteriores.

En el cálculo de la demanda histórica se debe considerar la demanda actual de los productos y el factor de proyección para lograr obtener los datos de los anteriores años, la pequeña empresa no realiza este cálculo porque está ingresando en el mercado.

3.03.02 Demanda Actual

“Volumen total que compraría un grupo de consumidores concreto, en una zona geográfica determinada, en un periodo de tiempo preciso, en un entorno de marketing definido y con un nivel y un conjunto de esfuerzos de marketing específicos.” (López P., 2008, pág. 44). Cantidad de productos o servicios que las personas están dispuestas a consumir en determinado tiempo.

Tabla 36: Demanda Actual Rodapié

Consumo Aparente	
1.	$343.138 * 0,79 = 271.079,02$
Frecuencia de compra	
2.	$271.079,02 * 0,49 = 132.828,72 * 2 = 265.657,44$
Aceptación del precio	
3.	$265.657,44 * 0,58 = 154.081,31 * \$ 18,00 = 2'773.463,67$
Aceptación del producto	
4.	$2'773.463,67 * 0,72 = \$ 1'996.893,84$ DEMANDA ACTUAL
Oferta	
Aceptación de distribución	
5.	$1'996.893,84 * 0,41 = 8 18.726,48$ OFERTA ACTUAL

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

Tabla 37: Demanda Actual Botellas Decoradas

Consumo Aparente	
1.	$343138 * 0,79 = 271.079,02$
Frecuencia de compra	
2.	$271079,02 * 0,49 = 132828,72 * 2 = 265657,44$
Aceptación del precio	
3.	$265657,44 * 0,71 = 188616,78 * \$ 30 = 5'658.503,46$
Aceptación del producto	
4.	$5'658.503,46 * 0,72 = 4'074.122,49$ DEMANDA ACTUAL
Oferta	
Aceptación de distribución	
5.	$4'074.122,49 * 0,41 = 1'670.390,22$ OFERTA ACTUAL

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón

La demanda actual se obtiene con los datos de la encuesta, el mismo que permitirán implementar estrategias que funcionen en beneficio para el crecimiento empresarial.

3.03.03 Demanda Proyectada

Para proyectar la demanda se debe utilizar uno de los tres métodos de proyección de consumo aparente, con la finalidad de estimar datos de la demanda a futuro. El método de proyección de consumo aparente más recomendable es el por número de habitantes o clientes, ya que guarda relación con una de sus determinantes, como lo es el número de demandantes. (Chambi, 2012, pág. 1)

En la proyección de la demanda se deberá tener en cuenta el consumo de los bienes o servicios por parte de las personas, conociendo así cual será la frecuencia de compra.

Tabla 38: Demanda Proyectada Rodapié

Años	Factor de Proyección	Demanda
2018	-	\$ 1'996.893,84
2019	1.03%	\$ 2'017.461,85
2020	1.03%	\$ 2'038.241,71
2021	1.03%	\$ 2'059.235,60
2022	1.03%	\$ 2'080.445,72
2023	1.03%	\$ 2'101.874,31

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Tabla 39: Demanda Proyectada Botellas decoradas

Años	Factor de Proyección	Demanda
2018	-	\$ 4'074.122,49
2019	1.03%	\$ 4'116.085,96
2020	1.03%	\$ 4'158.481,64
2021	1.03%	\$ 4'201.314,00
2022	1.03%	\$ 4'244.587,54
2023	1.03%	\$ 4'288.306,79

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

En la demanda proyectada se tomará en cuenta el crecimiento de la población y la demanda actual de los productos con los que se podrá conocer datos aproximadamente de la demanda de los próximos años.

3.04 Balance Oferta –Demanda

Permite conocer si existe un déficit que debe ser cubierto por el proyecto o si este déficit puede ser cubierto progresivamente sin recurrir al proyecto, la magnitud de la cobertura del déficit ya depende de los recursos que posea la entidad ejecutora o de su programación anual de inversiones.
(León, 2007, pág. S/N)

Con el análisis del balance se podrá conocer la situación del mercado y los recursos que utiliza para el desarrollo empresarial.

3.04.01 Balance Actual

Tabla 40: Balance Actual Rodapié

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2018	\$ 1'996.893,84	\$ 818.726,48	\$1'178.167,37

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Tabla 41: Balance Actual Botellas decoradas

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2018	\$ 4'074.122,49	\$ 1'670.390,22	\$ 2'403.732,27

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

El Balance Actual es la relación de la demanda y la oferta de los productos que la pequeña empresa ha dispuesto para el consumo de los clientes dando como resultado la demanda insatisfecha del año en curso.

3.04.02 Balance Proyectado

Tabla 42: Balance Proyectado Rodapié

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2018	\$ 1.996.893,84	\$ 818.726,48	\$ 1.178.167,37
2019	\$ 2.017.461,85	\$ 824.621,31	\$ 1.192.840,54
2020	\$ 2.038.241,71	\$ 830.558,58	\$ 1.207.683,13
2021	\$ 2.059.235,60	\$ 836.538,60	\$ 1.222.696,99
2022	\$ 2.080.445,72	\$ 842.561,68	\$ 1.237.884,04
2023	\$ 2.101.874,31	\$ 848.628,12	\$ 1.253.246,19

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jessica Pavón

Tabla 43: Balance Proyectado Botellas Decoradas

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2018	\$ 4.074.122,49	\$ 1.670.390,22	\$ 2.403.732,27
2019	\$ 4.116.085,96	\$ 1.682.417,03	\$ 2.433.668,92
2020	\$ 4.158.481,64	\$ 1.694.530,43	\$ 2.463.951,21
2021	\$ 4.201.314,00	\$ 1.706.731,05	\$ 2.494.582,95
2022	\$ 4.244.587,54	\$ 1.719.019,52	\$ 2.525.568,02
2023	\$ 4.288.306,79	\$ 1.731.396,46	\$ 2.556.910,33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jessica Pavón

El balance proyectado ayuda a determinar la demanda insatisfecha de los próximos años en donde la pequeña empresa podrá desarrollar sus actividades

CAPITULO IV

4. Estudio técnico

“Presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal.” (Baca, 2010, pág. 7). Se basa en la audacia de definir el lugar más adecuado para el desarrollo de las actividades empresariales.

4.01. Tamaño del proyecto

“Es la capacidad instalada de un proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”. (Baca, 2010, pág. 75). Es la cantidad de producción que la pequeña empresa producirá en un determinado tiempo con el que generará mayores ingresos.

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 período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles”. (Jara, 2015, pág. S/N). Es la cantidad más alta que la pequeña

empresa producirá en un tiempo establecido en el mismo que invertirá mano de obra, materia prima, etc.

Tabla 44: Tabla de Automatización Rodapié

Operación	Tiempo de operación	Capacidad de la máquina	Número de máquinas	Frecuencia	Número de obreros	Tiempo total por día
Recepción materia prima	Cabuya: 15 minutos	Operación Manual	Manual	1 vez por día	0.03	15 minutos
Tejido	Cantidad de cabuya: 10 minutos Tejido : 45 minutos	Operación Manual	Manual	3 veces por día	0.34	130 minutos
Decorado	Colocación de apliques: 15 minutos	Operación Manual	Manual	3 veces por día	0.09	45 minutos
Etiquetado	Etiquetas en los productos: 5 minutos	Operación Manual	Manual	1 veces por día	0.01	5 minutos
Almacenamiento	Localización en perchas: 10 minutos	Operación Manual	Manual	1 veces por día.	0.02	10 minutos
					0.49	205 minutos

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Tabla 45: Tabla de Automatización Botellas Decoradas

Operación	Tiempo de operación	Capacidad de la máquina	Número de máquinas	Frecuencia	Número de obreros	Tiempo total por día
Recepción materia prima	Cabuya: 15 minutos	Operación Manual	Manual	1 vez por día	0.03	15 minutos
Tejido	Cantidad de cabuya: 10 minutos Tejido: 150 minutos	Operación Manual	Manual	2 veces por día	0.67	70 minutos
Decorado	Colocación de apliques: 10 minutos	Operación Manual	Manual	2 veces por día	0.06	20 minutos
Etiquetado	Etiquetas en los productos: 15 minutos	Operación Manual	Manual	1 veces por día	0.03	10 minutos
Almacenamiento	Localización en perchas: 15 minutos	Operación Manual	Manual	1 veces por día.	0.03	15 minutos
					0.82	130 minutos

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Para la producción de las artesanías de cabuya se comenzará receptando la materia prima que se encuentra almacenada en la bodega para trasladarla hasta el área de producción, así se da inicio a la elaboración de las diversas artesanías.

Tabla 46: Capacidad Instalada Rodapié

Producto	Cantidad			
	Diario	Semanal	Mensual	Anual
Producción total en unidades	2	10	40	520

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Tabla 47: Capacidad Instalada Botellas Decoradas

Producto	Cantidad			
	Diario	Semanal	Mensual	Anual
Producción total en unidades	3	15	60	780

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Se analiza la cantidad de creación de Cabuy Art reflejando el 100% de la producción diaria, semanal, mensual y anual.

4.01.02. Capacidad óptima

Se entiende como capacidad óptima la cantidad de productos que la pequeña empresa venderá del total de su producción esto a su vez ira de la mano con el manejo que la pequeña empresa tenga en el mercado.

Tabla 48: Capacidad Óptima Rodapié

Producto	Cantidad			
	Diario	Semanal	Mensual	Anual
Producción total en unidades (80%) de la capacidad instalada	1	8	32	384

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Tabla 49: Capacidad Óptima Botellas Decoradas

Producto	Cantidad			
	Diario	Semanal	Mensual	Anual
Producción total en unidades (80%) de la capacidad instalada	2	12	48	576

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

La capacidad óptima de Cabuy Art será el 80% de la producción total que la pequeña empresa realizará en un determinado tiempo.

4.02. Localización

La Localización adecuada de la Empresa que se daría con la aprobación del Proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de donde ubicar el Proyecto obedecerá no solo a criterios Económicos, sino también a criterios estratégicos, e incluso, de preferencias emocionales.
(Gutiérrez, 2009, pág. S/N).

Lugar apropiado para el desarrollo de la pequeña empresa en el mismo que se determina el crecimiento empresarial, debe contar con estrategias para el funcionamiento.

4.02.01. Macro Localización

“Se selecciona el área general (país, estado) en que se ubicará el proyecto, a través del análisis de sus condiciones generales tanto de infraestructura, económicas, su población, e indicadores y características económicas y sociales más importantes”.

(Valbuena, 2000, pág. 257). Provincia- Cantón donde se ubicará la pequeña empresa se debe terminar los factores que podrían afectar en el desarrollo de las actividades.



Figura 31: Macro Localización, Provincia de Pichincha

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Jessica Pavón

4.02.02. Micro Localización

El objetivo de este análisis parcial, es determinar cuál es la mejor alternativa dentro de la macro localización, con lo que le es posible llegar a la especificación de la zona seleccionada. Define la ubicación precisa que tendrá el proyecto, en ella identificaremos claramente el lugar, medidas del terreno, domicilio, vías de acceso, etc. (Valbuena, 2000, pág. 257).

Dirección específica donde la pequeña empresa va a brindar su servicio, deberá ser un lugar estratégico para que los clientes lleguen con facilidad.



Figura 32: Micro Localización, San Antonio de Pichincha

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Jessica Pavón

Se considera la ubicación de la pequeña empresa Cabuy Art sea en la Av. Equinoccial y Av. Manuel Córdova Galarza, este lugar tiene afluencia de personas nacionales y extranjeros.

4.02.03. Localización óptima

“Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”. (Baca, 2010, pág. 86). Espacio estratégico en el mercado donde se va a desarrollar las actividades comerciales.

Tabla 50: Localización por puntos

Factor Relevante	Peso Asignado	San Antonio		Pomasqui	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Mano de obra disponible	0.40	9	3.60	7	2.80
Cercanía con proveedores	0.10	7	0.70	7	0.70
Cercanía con el Mercado	0.35	8	2.80	8	2.80
Infraestructura	0.10	8	0.80	7	0.70
Vías de acceso	0.05	7	0.35	9	0.45
Total	1.00		8.25		7.45

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

En la localización óptima se ha considerados dos lugares estratégicos San Antonio y Pomasqui los cuales por su ubicación geográfica cuentan con una gran afluencia de turistas lo cual será un factor positivo para la pequeña empresa.

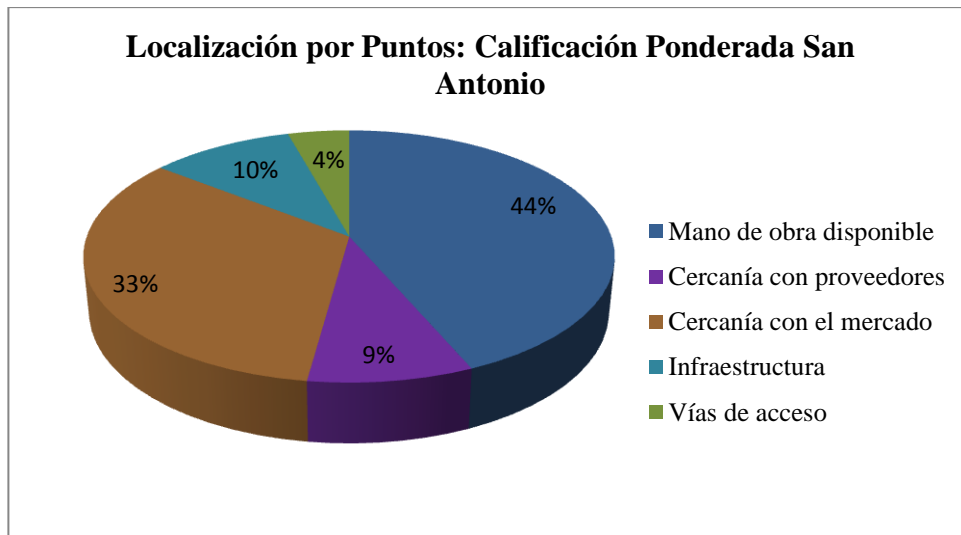


Figura 33: Localización por Puntos: Calificación Ponderada San Antonio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

4.03. Ingeniería del Producto

Se realizará el respectivo análisis para determinar la cantidad de material o recursos que se utilizara para la producción de las artesanías.

4.03.01. Grados de cercanía

Tabla 51: Grados de cercanía

Letra	Orden de Proximidad
A	Absolutamente Necesaria
E	Especialmente Importante
I	Importante
O	Ordinaria o Normal
U	Unimportant (Sin Importancia)
X	Indeseable
XX	Muy Indeseable

Fuente: Gabriel Baca Urbina

Elaborado por: Gabriel Baca Urbina

Se determina por letras las con las que se reconocerá el grado de cercanía siendo estos grados estándares lo que significa la importancia entre las áreas de la pequeña empresa, esto servirá para la elaboración de la Matriz SLP.

4.03.02. Razones de cercanía

Tabla 52: Razones de cercanía

Nº	Razón
1	Por Control
2	Por Proceso
3	Por Conveniencia
4	Por Seguridad
5	Por Higiene

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

Las razones de cercanía se determinan acorde a las necesidades de la pequeña empresa se lo representa mediante números y esto servirá para desarrollar la Matriz SLP.

4.03.03. Matriz SLP (Layout)

En la matriz SLP se presentan las áreas de trabajo a las que se comparara entre sí a la vez se determinan los grados de cercanía y las razones de cercanía esto se realiza de acuerdo a las áreas de la pequeña empresa.

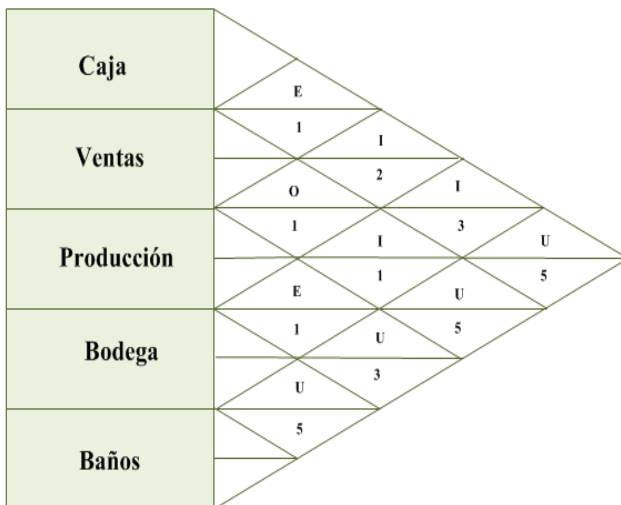


Figura 34: Matriz SLP

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

4.03.04. Distribución de 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”. (Baca, 2010, pág. 94). Distribución de los lugares de trabajo de una forma ordena que otorgue un mejor desenvolvimiento en el lugar de producción.

Tabla 53: Dimensiones de la planta

N°	Área	Dimensiones
1	Caja	10m ²
2	Ventas	27 m ²
3	Bodega	45m ²
4	Producción	51m ²
5	Baños	12m ²

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*



Figura 35: Distribución de la planta

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

En la distribución de la planta se determina las áreas de trabajo dentro de la pequeña empresa las cuales se organiza de forma estratégica con el motivo de priorizar el tiempo de demora en cada área de trabajo.

4.03.05. Proceso productivo

“Procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo” (Baca, 2010, pág. 89). Forma de repartición de las actividades para lograr obtener los productos terminados.

4.03.05.01 Flujoograma (ANSI)



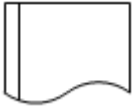



Mediante símbolos se representa las operaciones o actividades que se desarrollaran desde el inicio para poder obtener un producto terminado se va conectando mediante flechas las actividades que se hacen en cada área de la pequeña empresa.

Descripción de las Actividades

1. Planificación de compra de materia prima.
2. Solicitud de materias primas por el área de producción.
3. Envío del documento.
4. Recepción del documento por parte de caja.
5. Envío de proformas a proveedores.
6. Aprobación de la proforma más conveniente por el área de caja.
7. Envío del documento de aceptación de proforma al proveedor
8. Envío de materias primas por los proveedores
9. Recepción en bodega de las materias primas.

10. Envío de solicitud de materias a bodega por parte del área de producción
11. Recepción del documento
12. Entrega de materias primas al área de producción
13. Elaboración de los productos
14. Envío de productos a bodega
15. Solicitud de productos por el área de ventas
16. Recepción del documento.
17. Entrega de productos por parte del área de bodega
18. Venta de productos
19. Envío de facturas a caja
20. Cobro de la factura
21. Entrega de los productos

Tabla 54: Simbología de flujograma (ANSI)

Simbología	Significado	¿Para qué se utiliza?
	Inicio/Fin	Indica el inicio o el fin del flujograma.
	Operación/Actividad	Símbolo de proceso representa la realización de una operación o actividad en relación a un procedimiento.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, genere o salga del procedimiento
	Almacenamiento/Archivo	Indica el depósito permanente de un documento o información de un archivo.
	Decisión	Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos.
	Líneas de flujo	Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.

*Fuente: Gabriel Baca Urbina
Elaborado por: Jessica Pavón*

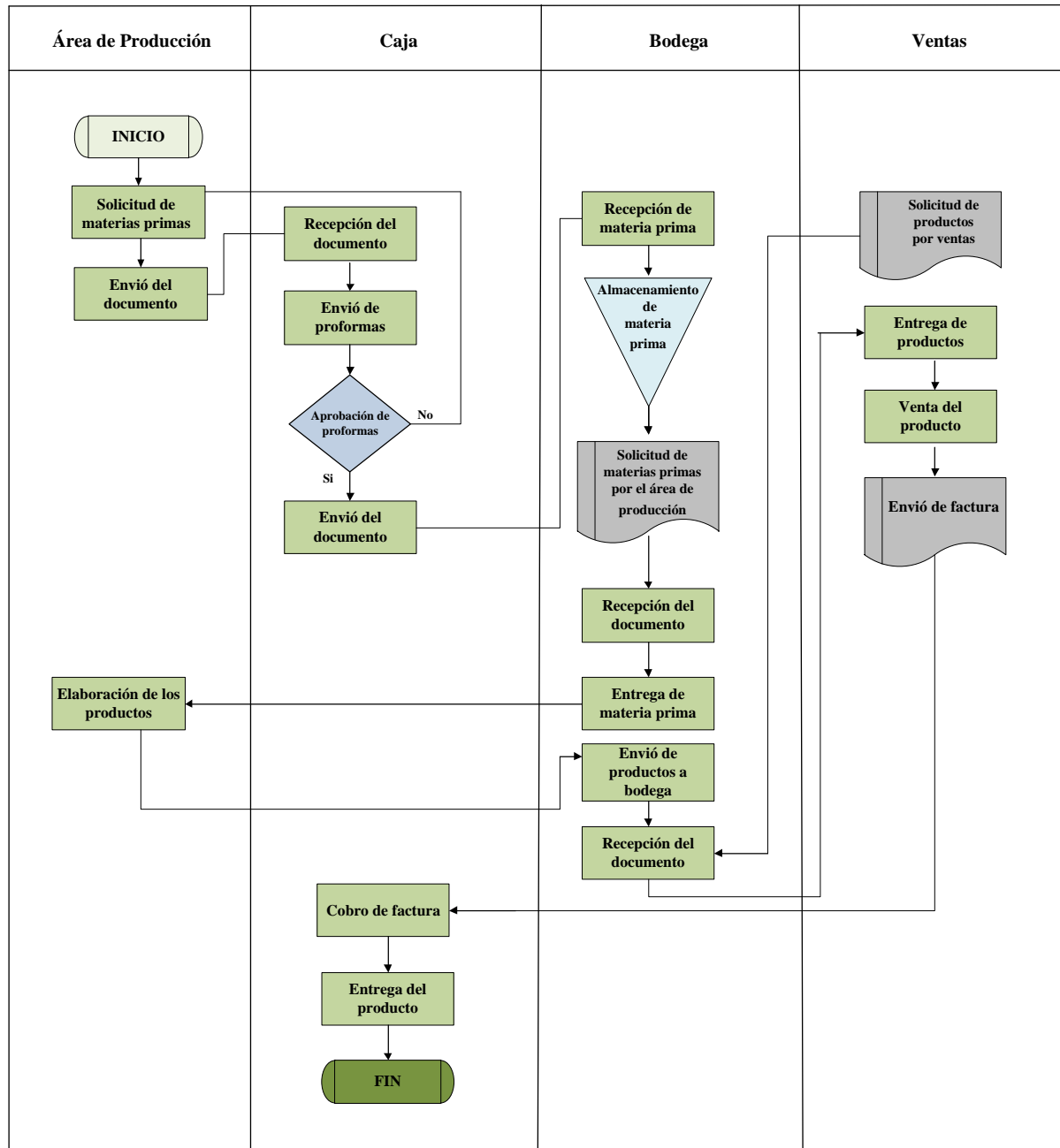


Figura 36: Diagrama de Flujo (ANSI)

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

Con la distribución de la planta se podrá hacer el Diagrama de Flujo ANSI con el conocimiento de las áreas de la pequeña empresa se comenzara hacer el respectivo

procedimiento en el cual se irán relacionando las actividades que se realizan para tener los productos finales.

4.03.06. Equipos

Los equipos de oficina son necesarios para realizar las actividades de la pequeña empresa.

Tabla 55: Equipos

Equipos	Cantidad	Descripción	Área
Computadoras	2	Samsung	Caja y Producción
Teléfonos	2	Panasonic	Caja, y Producción
Impresora	1	Canon	Caja

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Se necesitará tener los equipos de oficina para desarrollar las diferentes operaciones dentro de la pequeña empresa.

4.03.07. Muebles y Enseres

Es el mobiliario que las empresas utilizan para las diferentes áreas de trabajo.

Tabla 56: Muebles y Enseres

Muebles y Enseres	Cantidad	Área
Sillas	3	Caja, Ventas, Producción y Bodega
Escritorios	3	Caja, Producción y Bodega
Mostrador / Vitrina	1	Ventas
Estantería	3	Ventas, Producción y Bodega
Sillón	1	Ventas

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Cabuy Art utilizara como mobiliario sillas, escritorios y perchas los que estarán distribuidos en toda el área de la pequeña empresa, dando comodidad a los empleados.

CAPITULO V

5. Estudio Financiero

5.01. Ingresos

Los ingresos son variaciones de los activos o la disminución de los pasivos de la empresa durante un periodo de tiempo determinado, dando como resultado una utilidad o pérdida.

5.01.01 Ingresos operacionales

“Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. Por lo general, toda empresa está dedicada a uno o más actividades económicas principales, y los ingresos originados en estas actividades son considerados ingresos operacionales”. (Mora, 2013, pág. 1). Es la entrada de dinero por la actividad que desarrolla la empresa.

Tabla 57: Ingresos operacionales Rodapié

Costo Producción	\$ 14,07
Porcentaje Costo Producción	78,17%
Margen de Contribución	\$ 3,93
Porcentaje utilidad	21,83%
Precio venta	\$ 18,00

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Los ingresos operacionales del Rodapié darán un margen de contribución de \$3,93 por cada unidad, el precio de venta al público será de \$ 18,00 siendo este un valor aceptado por el público en el estudio técnico.

Tabla 58: Ingresos Operacionales Botellas Decoradas

Costo Producción	\$ 14,88
Porcentaje Costo Producción	49,60%
Margen de Contribución	\$ 15,12
Porcentaje utilidad	50,40%
Precio venta	\$ 30,00

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Los ingresos operacionales de las Botellas Decoradas darán un margen de contribución de \$ 15,12 por cada unidad, el precio de venta al público será de \$30,00 siendo este un valor aceptado por el público en el estudio técnico.

5.01.02 Ingresos no operacionales

Son todos los aumentos brutos del patrimonio originados en forma indirecta al desarrollo del objeto social del ente, distintos de los aumentos en los aportes de los propietarios. Un ingreso no operacional no tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa. Todo ingreso no operacional también representa una fuente bruta interna de recursos y resulta de operaciones distintas del giro ordinario del negocio.(Universidad de Cauca, 2004, pág. 1).

Son ingresos no operacionales los que se causan por efectos indirectos a la empresa.

5.02. Costos

“Cantidad de dinero necesaria para entregar un producto y/o brindar un servicio al cliente”. (Wyngaard , 2017, pág. 4). El valor que se invierte para la fabricación del producto.

5.02.01 Costo Directo

Identificables en su totalidad con una determinada unidad de referencia

- Materia prima
- Envases
- Mano de obra directa
- Servicios (Wyngaard , 2017, pág. 27). Los costos directos son utilizados para la producción.

5.02.01.01 Materia Prima Directa (M.P.D)

Intervienen todos los materiales que serán necesarios para la elaboración del producto, conociendo que la materia prima utilizada es de excelente calidad.

Tabla 59: Materia Prima Directa Rodapié

M.P.D	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Total	Valor Mensual	Valor Anual
Soga de Cabuya 10 metros por soga	2	\$1,50	\$ 3,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Silicona	3	\$ 0,10	\$ 0,30	\$ 6,00	\$ 72,00
Aplicques (unidad)	2	\$ 0,10	\$ 0,20	\$ 4,00	\$ 48,00
Cintas (metro)	2	\$ 0,15	\$ 0,30	\$ 6,00	\$ 72,00
Total	9	\$ 1,85	\$ 3,80	\$ 76,00	\$ 912,00

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Tabla 60: Materia Prima Directa Botellas Decoradas

M.P D	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Total	Valor Mensual	Valor Anual
Cabuya delgada 15 metros por rollo	2	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Botellas	2	\$ 1,80	\$ 3,60	\$ 108,00	\$ 1.296,00
Silicona	5	\$ 0,10	\$ 0,50	\$ 15,00	\$ 180,00
Apliques	2	\$ 0,10	\$ 0,20	\$ 6,00	\$ 72,00
Cintas	2	\$ 0,15	\$ 0,30	\$ 9,00	\$ 108,00
Total	13	\$ 3,15	\$ 6,60	\$ 198,00	\$ 2.376,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

5.02.01.02 Mano de Obra Directa (M.O.D)

Representa el trabajo del operador del área el que contribuye para elaborar el producto y entregar al cliente productos de excelente calidad.

Tabla 61: Rol de Pagos de Producción

Sueldo	Aporte patronal IESS	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total Mensual	Total Anual
\$ 397,96	\$ 48,35	\$ 33,16	\$ 32,17	\$ 33,15	\$ 16,58	\$ 561,37	\$ 6.736,49

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

Tabla 62: Mano de Obra por Minuto

Sueldo Anual	Mes	Semana	Día	Hora	Minutos por producto
\$ 6.736,49	\$ 561,37	\$ 129,55	\$ 25,91	\$ 3,24	\$ 0,05

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

Tabla 63: Costos Indirectos de Fabricación

C. P	Uds. Mensual	Costo	M.P	M.O	C.I.F	C. Mensual	C. Anual
Rodapié	40	\$14,07	\$152,00	\$400,00	\$10,83	\$562,83	\$6.754,00
Botellas Decoradas	60	\$14,88	\$396,00	\$486,00	\$10,83	\$892,83	\$10.714,00
Total	100		\$548,00	\$886,00	\$21,67	\$1.455,67	\$17.468,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

5.02.02 Costo indirecto

Se imputan a una unidad de referencia según el criterio de reparto.

- Supervisión
- Mantenimiento
- Suministros
- Amortización
- Impuesto y seguros
- Financiación (Wyngaard , 2017, pág. 27). Son los costos extras que se utilizan para la producción.

Tabla 64: Costos Indirectos de Fabricación Rodapié

CIF			
Detalle	Mes	Uds. Día	Costo Ud.
Arriendo	100	2	\$ 0,21
Servicios Básicos	30	2	\$ 0,06

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

Tabla 65: Costos Indirectos de Fabricación Botellas Decoradas

CIF			
Detalle	Mes	Uds. Día	Costo Ud.
Arriendo	100	3	\$ 0,14
Servicios Básicos	30	3	\$ 0,04

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

5.02.03 Gastos administrativos

“Son los gastos operacionales de administración ocasionados en el desarrollo del objeto social del ente económico. Se incluyen básicamente los aspectos relacionados con la gestión administrativa encaminada a la dirección, planeación, organización,

incluyendo las actividades ejecutivas, financieras, comerciales y legales”. (Rojas R. , 2014, pág. 3). Los gastos de administración son los que se utilizan para el área encargada de gestionar los recursos de la empresa.

Tabla 66: Gastos Administrativos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Sueldo Personal Administración	1	\$ 401,73	\$ 401,73	\$ 4.820,76
Suministros de Oficina	1	\$ 11,75	\$ 11,75	\$ 141,00
Arriendos	1	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Suministros de Limpieza	1	\$ 1,70	\$ 1,70	\$ 20,40
Agua Potable	1	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Luz Eléctrica	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Teléfono	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Internet	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Mantenimiento	1	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Total			\$ 748,18	\$ 8.978,16

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

5.02.04 Gasto de Ventas

“Comprende los gastos ocasionados en el desarrollo principal del objeto social del ente económico y están directamente relacionados con las actividades de ventas. Se incluye básicamente los aspectos relacionados con: distribución, publicidad, promoción, mercadeo y comercialización”. (Rojas R. , 2014, pág. 3). Es el valor que se genera por las actividades comerciales de los productos la forma de hacer conocer los productos que la empresa pone a disposición del cliente

Tabla 67: Gastos de Ventas

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Artículos Promocionales	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Tarjetas de presentación	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL			\$ 55,00	\$ 660,00

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

5.02.05 Gastos Financieros

Los gastos financieros forman parte de la partida de gastos deducibles de la actividad económica, tanto del autónomo como de las sociedades. Se entiende como gastos financieros todos aquellos en los que incurre una empresa como consecuencia del uso de capitales puestos a su disposición por terceras personas. Toda empresa que acuda a la financiación ajena, tanto si es prestada por entidades bancarias como por personas físicas u otras empresas, tendrá estas partidas en sus resultados. (Buján, 2014, pág. 1)

Son gastos que la empresa deberá cubrir por realizar movimiento de dinero los que serán necesarios para el buen desempeño de la empresa.

5.02.06 Costos fijos

“Son aquellos que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de producción. (Rojas R. , 2014, pág. 6). Son costos estándares para el proceso productivo de una empresa.

5.02.07 Costos variables

“Son aquellos que cambian o fluctúan en relación directa a una actividad o volumen dado”. (Rojas R. , 2014, pág. 6). Cambian de acuerdo a la actividad que la empresa desenvuelve.

Tabla 68: Costos Fijos y Variables Rodapié

RODAPIÉ	
Costos Fijos	\$ 9.774,67
Costos Variables	\$ 6.754,00
Costos Variables Unitario	\$ 14,07

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

Tabla 69: Costos Fijos y Variables Botellas Decoradas

BOTELLAS DECORADAS	
Costos Fijos	\$ 9774,67
Costos Variables	\$ 10.714,00
Costos Variables Unitario	\$ 14,88

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

5.03. Inversiones

“Cualquier instrumento en el que se depositan fondos con la expectativa de que genere ingresos positivos y/o conserve o incremente su valor.” (Gitman y Joehnk, 2009, pág. 3). Las inversiones son cantidades de dinero que se ponen en un mercado en el cual generara ganancias con el transcurso del tiempo.

5.03.01 Inversión Fija

“Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.” (Bautista, 2011, pág. 5). Se realiza con los activos que contribuyen al desarrollo de los procedimientos de la empresa.

5.03.02 Activos Fijos

Es la Norma Internacional de Contabilidad N. ° 16, la que define con precisión los tipos de activos que deben considerarse como activos fijos, y por definición podemos afirmar que incluyen todos aquellos bienes que la empresa ha adquirido para poder efectuar sus actividades productivas o para la prestación de servicios. (Acuña, 2018, pág. 3).

Los activos fijos son los bienes que posee la empresa para poder desarrollar las actividades y ofrecer al cliente un producto terminado de excelente calidad.

Tabla 70: Activos Fijos

Concepto	Uso de fondos	Recursos Propios	Recursos Financiados
Inversiones en Activos Fijos			
Muebles y Enseres	\$ 904,00	\$ 904,00	
Equipo de Computación	\$1.300,79		\$1.300,79
Equipo de Oficina	\$ 60,00	\$ 60,00	
Total de Activos Fijos	\$2.264,79	\$ 964,00	\$ 1.300,79

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

5.03.03 Activos Nominales

“Las inversiones en activos nominales son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios, derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. (Vivallo, 2018, pág. 222). Es la inversión inicial que se realiza para la constitución de la empresa.

5.03.04 Capital de trabajo

El capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa. (Baca, 2010, pág. 145).

Capital de trabajo tiene relación tanto con los activos y pasivos de igual manera se consideran para el inicio de las operaciones empresariales.

Tabla 71: Capital de Trabajo

Descripción	1 Mes	2 Mes	3 Mes	Total
Materia Prima	\$ 548,00	\$ 548,00	\$ 548,00	\$ 1.644,00
Mano de Obra	\$ 561,37	\$ 561,37	\$ 561,37	\$ 1.684,12
Arriendos	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 750,00
Servicios Básicos	\$ 53,00	\$ 53,00	\$ 53,00	\$ 159,00
Mantenimiento	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 240,00
Gasto Administrativo	\$ 495,18	\$ 495,18	\$ 495,18	\$ 1.485,54
Gasto Ventas	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 165,00
TOTAL	\$ 1.987,55	\$ 2.042,55	\$ 2.042,55	\$ 6.127,66

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

“La financiación consiste en la obtención de los medios económicos necesarios para hacer frente a los gastos de la empresa. Las fuentes de financiación son las vías que tiene una empresa a su disposición para captar fondos.” (Spain, 2012, pág. 3). Manera de conseguir dinero para poder cubrir los gastos de la empresa.

Tabla 72: Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Cuadro de Inversiones			
Concepto	Uso de fondos	Recursos Propios	Recursos Financiados
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria y Equipo			
Muebles y Enseres	\$ 904,00	\$ 904,00	
Equipo de Computación	\$ 1.300,79		\$ 1.300,79
Equipo de Oficina	\$ 60,00	\$ 60,00	
Total de Activos Fijos	\$ 2.264,79	\$ 964,00	\$ 1.300,79
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	\$ 150,00	\$ 150,00	
Estudio de Factibilidad	\$ 150,00	\$ 150,00	
Total de Activos Diferidos	\$ 300,00	\$ 300,00	
Capital de trabajo			
Materia Prima	\$ 1.644,00		\$ 1.644,00
Mano de Obra	\$ 1.684,12	\$ 1.684,12	
Arriendos	\$ 750,00	\$ 750,00	
Servicios Básicos	\$ 159,00	\$ 159,00	
Mantenimiento	\$ 240,00		\$ 240,00
Gasto Administrativo	\$ 495,18	\$ 495,18	
Gasto Ventas	\$ 165,00	\$ 165,00	
Total capital de trabajo	\$ 5.137,30	\$ 3.253,30	\$ 1.884,00
Total de Inversión	\$ 7.702,09	\$ 4.517,30	\$ 3.184,79
Participación	\$ 1,00	\$ 0,59	\$ 0,41
Participación	100%	59%	41%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

5.03.06 Amortización de financiamiento

La amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, ésta, con el uso del tiempo, no

baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. (Baca, 2010, pág. 144).

La amortización se realiza a los activos diferidos que posee la empresa.

Financiamiento Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de Octubre.

Tabla 73: Tabla de Amortización

Inversión	9.000,00	
Cap. Propio	4.517,30	
Financiamiento	3.184,79	
Plazo	24	MESES
Interés	11%	0,46%
Pagos	MENSUAL	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

Tabla 74: Tabla de Amortización del Préstamo

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	3.184,79	0,00	0,00	0,00	3.184,79
1	3.184,79	14,60	140,44	125,84	3.058,95
2	3.058,95	14,02	140,44	126,42	2.932,54
3	2.932,54	13,44	140,44	126,99	2.805,54
4	2.805,54	12,86	140,44	127,58	2.677,97
5	2.677,97	12,27	140,44	128,16	2.549,80
6	2.549,80	11,69	140,44	128,75	2.421,05
7	2.421,05	11,10	140,44	129,34	2.291,72
8	2.291,72	10,50	140,44	129,93	2.161,78
9	2.161,78	9,91	140,44	130,53	2.031,26
10	2.031,26	9,31	140,44	131,13	1.900,13
11	1.900,13	8,71	140,44	131,73	1.768,41
12	1.768,41	8,11	140,44	132,33	1.636,07
13	1.636,07	7,50	140,44	132,94	1.503,14
14	1.503,14	6,89	140,44	133,55	1.369,59
15	1.369,59	6,28	140,44	134,16	1.235,43
16	1.235,43	5,66	140,44	134,77	1.100,66
17	1.100,66	5,04	140,44	135,39	965,27
18	965,27	4,42	140,44	136,01	829,26
19	829,26	3,80	140,44	136,63	692,62
20	692,62	3,17	140,44	137,26	555,36
21	555,36	2,55	140,44	137,89	417,47
22	417,47	1,91	140,44	138,52	278,95
23	278,95	1,28	140,44	139,16	139,79
24	139,79	0,64	140,44	139,79	0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

5.03.07 Depreciaciones

“El término depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero sólo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian”. (Baca, 2010, pág. 144). Las depreciaciones se aplican a los activos fijos con los que la empresa se desenvuelve para realizar su operación en el mercado.

Tabla 75: Depreciación

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Eq. de Oficina	\$ 60,00	10	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Eq. de Computación	\$ 1.300,79	3	\$ 433,60	\$ 433,60	\$ 433,60	\$ -	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 904,00	10	\$ 90,40	\$ 90,40	\$ 90,40	\$ 90,40	\$ 90,40
Total	\$ 2.264,79		\$ 530,00	\$ 530,00	\$ 530,00	\$ 96,40	\$ 96,40

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

5.03.08 Estado de Situación Inicial

“El nombre de balance general tiene su origen en que balancea o iguala el valor de los activos del ente económico con la suma de los derechos que tienen los acreedores y la participación de la propiedad de los accionistas o dueños”. (Moreno, 2014, pág. 13). En este balance se determina lo que posee la empresa tanto en activos, pasivos y patrimonio dando esto una cantidad con la que la empresa comienza.

Tabla 76: Estado de Situación Financiera Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL		
ACTIVOS		
Activo Corriente		\$ 5.137,30
Bancos	\$ 5.137,30	
Activo no Corriente		\$ 2.564,79
Muebles y Enseres	\$ 904,00	
Equipo de Computación	\$ 1.300,79	
Equipo de Oficina	\$ 60,00	
Gasto de Constitución	\$ 150,00	
Estudio de Factibilidad	\$ 150,00	
TOTAL ACTIVOS		\$ 7.702,09
PASIVOS		
Pasivos no Corrientes		\$ 3.184,79
Préstamo Bancario por pagar	\$ 3.184,79	
TOTAL PASIVO		\$ 3.184,79
PATRIMONIO		\$ 4.517,30
Capital	\$ 4.517,30	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 7.702,09

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

5.03.09 Estado de Resultados

Es el estado financiero que muestra el aumento o la disminución que sufre el capital contable o patrimonio de la empresa como consecuencia de las operaciones practicadas durante un periodo de tiempo, mediante la descripción de los diferentes conceptos de ingresos, costos, gastos y productos que las mismas provocaron. (Ávila, 2007, pág. 68)

Representará las ganancias o pérdidas que obtenga la empresa debido a sus ventas y gastos que la misma tenga en un periodo de tiempo.

Tabla 77: Estado de Resultados Proformado

Estado de Resultados Proformado					
PIB Sectorial	1,09%				
Crecimiento Empresarial	1,56%				
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$30.248,33	\$30.578,04	\$30.911,34	\$31.248,27	\$31.588,88
Costo de Producción	\$17.468,00	\$17.740,50	\$18.017,25	\$18.298,32	\$18.583,78
Utilidad Bruta en Ventas	\$12.780,33	\$12.837,53	\$12.894,08	\$12.949,95	\$13.005,10
Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	\$ 8.978,16	\$ 9.277,13	\$ 9.586,06	\$ 9.905,28	\$10.235,12
Gastos de Ventas	\$ 660,00	\$ 681,98	\$ 704,69	\$ 728,15	\$ 752,40
Gastos Financieras	\$ 136,51	\$ 49,15	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad Operacional	\$ 3.005,66	\$ 2.829,27	\$ 2.603,33	\$ 2.316,52	\$ 2.017,58
Otros Ingresos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Otros Egresos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad A.P.E.I.	\$ 3.005,66	\$ 2.829,27	\$ 2.603,33	\$ 2.316,52	\$ 2.017,58
15 % Participación Laboral	\$ 450,85	\$ 424,39	\$ 390,50	\$ 347,48	\$ 302,64
Utilidad Antes de I.R.	\$ 2.554,81	\$ 2.404,88	\$ 2.212,83	\$ 1.969,04	\$ 1.714,94
Impuesto a la Renta PNOC	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad Neta	\$ 2.554,81	\$ 2.404,88	\$ 2.212,83	\$ 1.969,04	\$ 1.714,94
Depreciaciones	\$ 530,00	\$ 530,00	\$ 530,00	\$ 96,40	\$ 96,40
Amortizaciones	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
EXCEDENTE OPERACIONAL	\$ 3.084,81	\$ 2.934,88	\$2.742,83	\$2.065,44	\$ 1.811,34

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

5.03.10 Flujo caja

“El estado de flujo de efectivo (o estado de flujo de caja) presenta los ingresos de efectivo y los pagos en efectivo de una entidad, durante un periodo determinado”.

(Horngren, 2000, pág. 52). Plantea los flujos de dinero que la empresa registra por medio de las actividades comerciales.

Tabla 78: Flujos de efectivo

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-7.702,09					
Excedente Operacional		3.084,81	2.934,88	2.742,83	2.065,44	1.811,34
Flujos de Efectivo	-7.702,09	3.084,81	2.934,88	2.742,83	2.065,44	1.811,34

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

5.01 Evaluación Financiera

5.04.01 Tasa de descuento

“La tasa de descuento es el coste de capital que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. La tasa de descuento se utiliza para “descontar” el dinero futuro. Es muy utilizado a la hora de evaluar proyectos de inversión”. (Vázquez, 2017, pág. 1). Permitirá determinar el valor de dinero que necesitara en el futuro la empresa para el proyecto que se encuentra en marcha.

Tabla 79: Tasa de Descuento

	TMAR	
Tasa Pasiva	5,06%	9,96%
Tasa Activa	11,23%	14,96%
TMAR	16,29%	24,92%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón

La pequeña empresa Cabuy Art en el estudio financiero obtiene una tasa de descuento (TMAR) de 16.29 % tomando en cuenta factores de variables como son la Inflación y el Costo de Oportunidad.

5.04.02 VAN (Valor Actual Neto)

El Valor Actual Neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). Para ello trae todos los flujos de caja al momento presente descontándolos a un tipo de interés determinado. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en N° de unidades monetarias. (Velayos, 2017, pág. 1).

Es la inversión basada en los movimientos que la empresa tiene expresando la medida de rentabilidad del proyecto en marcha.

$$VAN = -P + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -7.702,09 + \frac{3.084,81}{1,123322} + \frac{2.934,88}{1,261852} + \frac{2.742,83}{1,41746647} + \frac{2.065,44}{1,59227127} + \frac{1.811,34}{1,78863334}$$

$$VAN = -7.702,09 + 2.746,15 + 2.325,85 + 1.935,02 + 1.297,17 + 1.012,69$$

$$VAN = -7.702,09 + 9.316,88$$

$$VAN = 1.614,79$$

5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)

“La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto”. (Sevilla, 2017, pág. 1). Mide la rentabilidad que tienen las inversiones dando a conocer si el proyecto será factible en el mercado donde se va a desenvolver.

$$VAN = -P + FNE\ 1 + FNE\ 2 + FNE\ 3 + FNE\ 4 + FNE\ 5$$

$$VAN = -7.702,09 + 2.746,15 + 2.325,85 + 1.935,02 + 1.297,17 + 1.012,69$$

$$TIR = 21.41\%$$

La Tasa Interna de Retorno (TIR) significa la rentabilidad que se obtiene de una inversión realizada al inicio de las operaciones de la pequeña empresa que ha dado como resultado un TIR de 21.41%.

5.04.04 PRI (Período de Recuperación de la Inversión)

“Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”. (Váquiro, 2010, pág. 1). Afirmara el tiempo en que la empresa recuperaría la inversión inicial.

$$PRI = \frac{100\%}{TIR}$$

$$PRI = \frac{100\%}{21.41\%}$$

$$PRI = 4,670715$$

Tabla 80: Periodo de Recuperación de la Inversión

4	Años
8,05	Meses
1,457	Días

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*

El periodo de recuperación de la pequeña empresa se hará en un periodo de 4 años 8 meses de funcionamiento en el mercado.

5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad. (Váquiro, 2010, pág. 1).

El RCB otorga resultados en el tiempo definiendo los beneficios que la empresa obtendrá.

$$RCB = \frac{\text{Ventas}}{\text{Costo de Producción}}$$

$$RCB = \frac{110.253,55}{64.202,18}$$

$$RCB = 1,72$$

La pequeña empresa Cabuy Art por cada dólar que invierte obtiene 0,72 ctvs. de ganancia lo que significa que tiene una utilidad sobre su inversión.

5.04.06 Punto de Equilibrio

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto (IT = CT). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto. (Rojas, 2012, pág. 1).

Es el punto donde se encuentran los ingresos y costos totales con el fin de medir la rentabilidad del proyecto.

5.04.06.01 Punto de Equilibrio en Unidades Rodapié

$$PE = \frac{CF}{P - CVU}$$

COSTOS FIJOS = 1.979,37

PRECIO = 18

COSTOS VARIABLE UNITARIO = 14,07

$$PE = \frac{1.979,37}{18 - 14,07}$$

$$PE = \frac{1.979,37}{3,93}$$

PE = 504 Unidades

5.04.06.01.01 Punto de Equilibrio en Dinero Rodapié

PE = PE. Unidades * Precio

PE = 504 * 18

PE = 9.067,74 Ventas

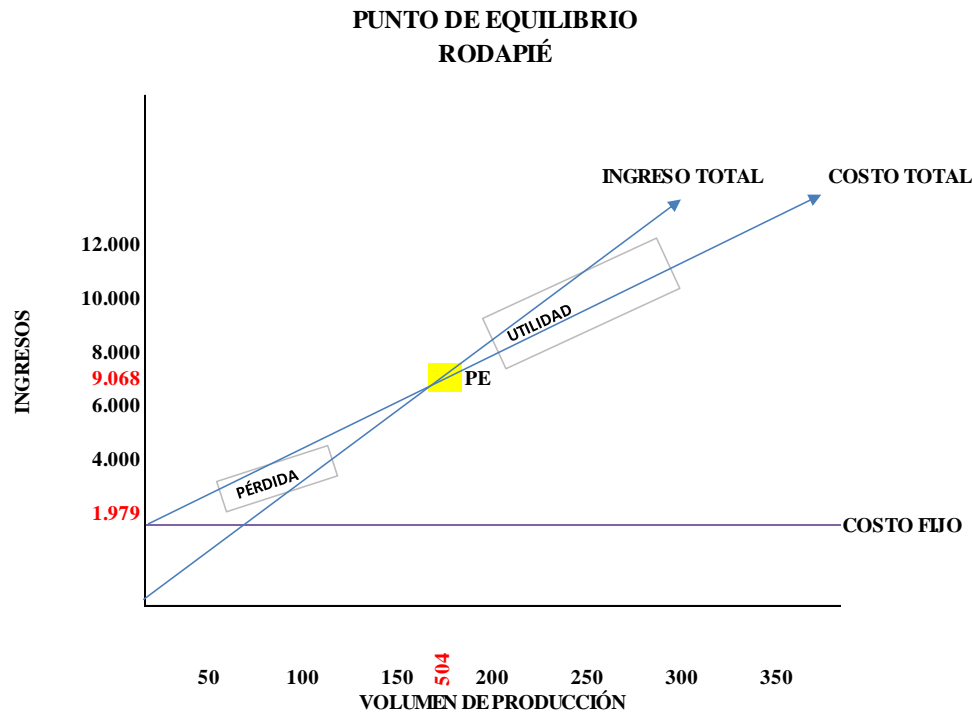


Figura 37: Punto de Equilibrio Rodapié

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

Se puede observar que el punto de equilibrio el volumen de producción del Rodapié es de 504 unidades las mismas que tiene un precio de \$18,00 lo que dará un ingreso de \$ 9.067,74 al finalizar las ventas del producto.

5.04.06.02 Punto de Equilibrio en Unidades Botellas Decoradas

$$PE = \frac{CF}{P - CVU}$$

COSTOS FIJOS = 7.795,30

PRECIO = 30

COSTOS VARIABLE UNITARIO = 14,88

$$PE = \frac{7.795,30}{30 - 14,88}$$

$$PE = \frac{7.795,30}{15,12}$$

PE = 516 Unidades

5.04.06.02.01 Punto de Equilibrio en Dinero Botellas Decoradas

$$PE = PE. Unidades * Precio$$

$$PE = 516 * 30$$

PE = 15.467,43 Ventas

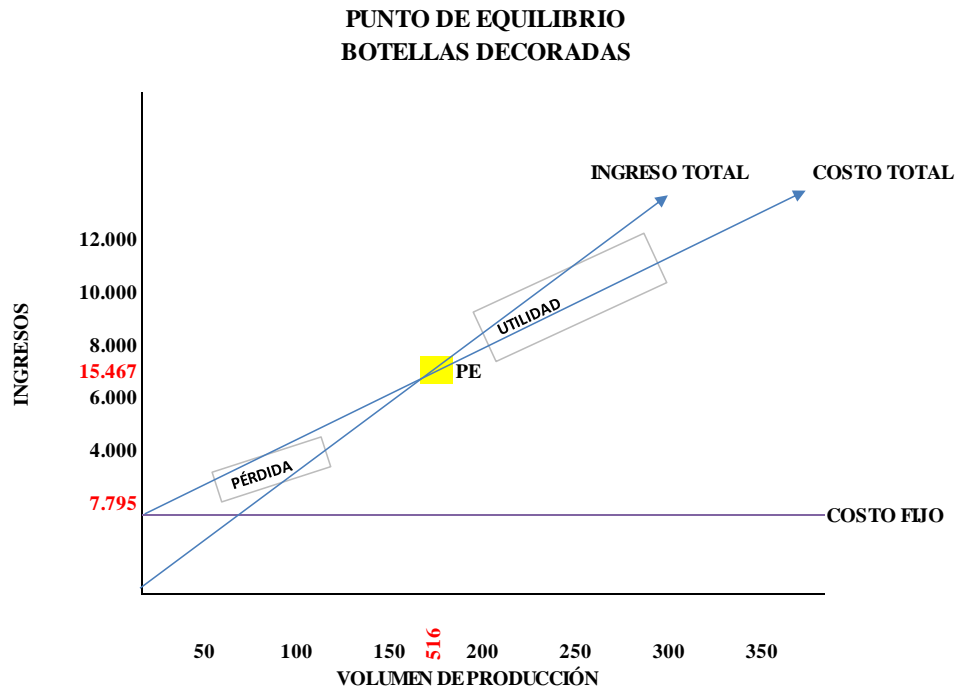


Figura 38: Punto de Equilibrio Botellas Decoradas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón

Se puede observar que el punto de equilibrio el volumen de producción de las Botellas Decoradas es de 516 unidades las que cuentas con un precio de \$30,00, dando como un ingreso \$ 15.467,43 al finalizar las ventas del producto.

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

“Los Indicadores Financieros o Ratios Financieros son ratios o medidas que tratan de analizar el estado de la empresa desde un punto de vista individual, comparativamente con la competencia o con el líder del mercado”. (Zambrano, 2017, pág. 5). Los índices financieros permiten visualizar cual es el grado de la empresa entorno al desarrollo del mercado al que pertenece.

5.04.07.01 Índice de Endeudamiento

Mide el segmento de inversión que la empresa puede realizar.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{3.184,79}{7.702,09} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 41,35\%$$

El grado de endeudamiento que la pequeña empresa puede alcanzar será de 41.35 % siendo esta una medida normal de endeudamiento.

5.04.07.02 Rendimiento sobre el Patrimonio (ROE)

Calcula la rentabilidad que alcanzarán los inversionistas en la empresa.

$$\text{R. O. E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{R. O. E} = \frac{2.554,81}{4.517,30}$$

$$\text{R. O. E} = 0,57$$

La rentabilidad que obtendrán los inversionistas de la pequeña empresa Cabuy Art será de 0,57 ctvs.

5.04.07.03 Rendimiento sobre la Activos (ROA)

Evalúa el rendimiento de los activos de la empresa.

$$\text{R. O. A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$$

$$\text{R. O. A} = \frac{2.554,81}{2.264,79}$$

$$\text{R. O. A} = 1,13$$

El rendimiento que dan los activos de la empresa será que por cada dólar que la empresa tiene en sus activos tendrá 0.13 ctvs. los cuales podrán ser utilizados para nuevas inversiones.

5.04.07.04 Retorno sobre la Inversión (ROI)

Deduce la rentabilidad entre la utilidad y la inversión que ha hecho la empresa.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos}} * \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{ROI} = \frac{30.248,33}{7.702,09} * \frac{3.005,66}{30.248,33}$$

$$\text{ROI} = 3,93 * 0,10$$

$$\text{ROI} = 0,39$$

El retorno de la inversión que ha realizado la empresa anteriormente será de 0,39 ctvs. de utilidad sobre su inversión.

5.04.07.05 Índice de Liquidez

Permite determinar si la empresa en un determinado tiempo pueda resguardar obligaciones que posea o logre adquirir.

$$\text{R. L} = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costo de Ventas}}$$

$$\text{R. L} = \frac{30.248,33}{17.468,00}$$

$$\text{R. L} = 1,73$$

Proporciona un \$1,73 con el cual la empresa podrá cubrir o adquirir obligaciones.

CAPITULO VI

6. Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

“Cualquier modificación del Medio Ambiente, sea adversa o beneficiosa, como resultado total o parcial de las actividades, productos o servicios de una organización”.

(Loustaunau, 2014, pág. 3)

Con el presente proyecto de la pequeña empresa Cabuy Art dedicada a la elaboración de artesanías a base de cabuya se pretende contribuir al medio ambiente con la reforestación de la penca esta planta se encuentra en la parte Andina del Ecuador, para el proyecto se utilizarán las hojas de la penca de donde es extraída la fibra llamada cabuya con lo que serán elaboradas las artesanías,

Al utilizar las hojas maduras la planta sigue su reproducción normal hasta llegar a su etapa madura donde comienza a florecer y por ende a expulsar sus semillas las cuales al caer al suelo muchas de estas dan vida a una nueva planta de penca, en vista que es una de las flores más grandes su reproducción es masiva.

La penca es una planta que se adapta a cualquier tipo de suelo por ser rustica no necesita tanto cuidado para su crecimiento.

6.02 Impacto Económico

“Los estudios de impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios”. (Peláez, 2012, pág. 3)

Con el estudio del proyecto se determina que es rentable ya que contribuye al sector manufacturo del país dando un realice a la cultura y a la vez generando fuente de empleo.

Al implementar pequeñas empresas artesanales en el país, permite que el desarrollo sea competitivo dando una alerta a los artesanos para que sigan creando artesanías innovadoras con material autóctono del país.

6.03 Impacto Productivo

La pequeña empresa Cabuy Art con la elaboración de artesanías a base de cabuya desea sustituir a los adornos convencionales, causando un impacto en las personas.

Al comprar artesanías con material distinto y poco común del país, aportan al desarrollo económico, a pesar que la cabuya tiene una contextura rustica da elegancia a las artesanías que adornaran el hogar del cliente.

6.04 Impacto Social

“El impacto social se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones”. (Bonilla, 2007, pág. 1)

Cabuy Art como pequeña empresa desea lograr un posicionamiento en el mercado artesanal del Ecuador, brindando fuentes de empleo en la comunidad donde se desarrolla las actividades productivas desde la recolección de hojas de la penca hasta la extracción de la fibra para continuar con los artesanos que dan el diseño a cada una de las artesanías.

Las personas que realizan todo el trabajo de la elaboración de las artesanías tendrán un salario digno como recompensar del trabajo realizado en la pequeña empresa.

CAPITULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Mediante el estudio de factibilidad realizado al presente proyecto se ha determinado que es viable el mismo que aportara a crear fuentes de empleo en el sector donde desarrollara las actividades la pequeña empresa.
- En el estudio de mercado se determina que el sector donde estará situada la pequeña empresa existe gran afluencia de personas nacionales como extranjeras los mismos que serán nuestros posibles clientes.
- A través del estudio técnico se determinó que la pequeña empresa será aceptada por las personas de la comunidad.
- Con el análisis de los índices financieros se determina que la pequeña empresa Cabuy Art en un periodo de tiempo podrá recuperar su inversión la misma que por la ganancia que obtuvieron, permitirá realizar inversiones nuevas en el futuro.
- El impacto que Cabuy Art va a generar en el mercado es muy amplio ya que este tipo de artesanías no circulan con tanta fluidez, permitiendo que las personas valoren los materiales autóctonos del Ecuador

7.02 Recomendaciones

- Fomentar el trabajo en las comunidades donde se encuentran las plantas de penca para seguir extrayendo la cabuya con el cual se realizan las artesanías.
- Dar una capacitación oportuna a los miembros de las comunidades para que conozcan la manera más adecuada para la extracción de la cabuya.
- Se cree conveniente hacer campañas publicitarias que permitan conocer a las personas nacionales y extranjeras de donde proviene la cabuya.
- Ampliar la variedad de productos otorgando un crecimiento prolongado para la pequeña que podrá irse estableciendo en un mercado competitivo.
- Involucrarse en el mercado donde desarrolla las actividades para estar a la vanguardia de los requerimientos de los clientes.

ANEXOS



*Anexo 1: Computador Lenovo 4GB-1TB-W10-19.5"-Blanco-TM USB
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*



*Anexo 2: Multifuncional EPSON Sistema Continuo L380 10/5 PPM
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*



*Anexo 3: Sillas De Visita Y Esperas Tri Personal- Mueble De Oficina.
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*



*Anexo 4: Silla Giratoria Oficina Escritorios.
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*



*Anexo 5: Vitrina mostrador
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*



*Anexo 6: Estanterías - Perchas Metálicas Regulables En Oferta.
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*



Anexo 7: Hilo de Cabuya color natural.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón



Anexo 8: Hilo de Cabuya varios colores.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Pavón



*Anexo 9: Soga de Cabuya.
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jessica Pavón*



*Anexo 10: Botella Decorada.
Elaborado por: Jessica Pavón*



Anexo 11: Botella Decorada
Elaborado por: Jessica Pavón



Anexo 12: Rodapié
Elaborado por: Jessica Pavón

BIBLIOGRAFÍA

Enciclopedia Financiera. (2017). Recuperado el 28 de Febrero de 2018, de

<http://www.encyclopediainanciera.com/indicadores-financieros.htm>

Acuña, S. W. (25 de Enero de 2018). *Activos Fijos*. Recuperado el 24 de Febrero de

2018, de

<http://www.uap.edu.pe/intranet/fac/material/03/20102BT030203413030108011/20102BT03020341303010801117409.pdf>

Alfaro, E. (2000). *La Promoción*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2017, de

http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia%20de%20productos%20de%20consumo/bloque06/lecturas%20PDF/2_La_promocion.pdf

Ávila, J. J. (2007). *Introducción de la Contabilidad; Estado de Pérdidas o Ganancias o Estado de Resultados*. México: Umbral.

Baca, G. (2010). *Evaluacion de proyectos*. Mexico: McGrawGill.

Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (Sexta edición ed.). México: Mc Graw Hill.

Banco Central del Ecuador. (2017). *Banco Central del Ecuador, Preguntas frecuentes*

Banco Central del Ecuador. Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de

<https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador>

Banco Central del Ecuador. (2017). *Banco Central del Ecuador, Inflación*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de

https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Barrios, V. I. (30 de Noviembre de 2011). *Ambiente externo de las organizaciones*.

Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>

Bautista, I. (Diciembre de 2011). *Clasificación de las inversiones*. Recuperado el 24 de Febrero de 2018, de

https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones.pdf

BCE. (2017). *Banco Central del Ecuador, Riesgo País*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2017, de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

BCE. (2017). *Banco Central del Ecuador, Inflación*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2017, de <https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>

BCE. (2017). *Banco Central del Ecuador: Tasas de Interés*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2017, de

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Bernal, M. (2013). *La Planificación: Conceptos Básicos, Principios, Componentes,*

Características y Desarrollo del Proceso. Recuperado el 02 de Diciembre de 2017, de

<https://nikolayaguirre.files.wordpress.com/2013/04/1-introduccion-a-la-planificacion.pdf>

Bonilla, B. E. (2007). *Impacto, Impacto Social y Evaluación del Impacto* . Recuperado el 12 de Marzo de 2018, de http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_3_07/aci08307.htm

Bono, E. d. (6 de Septiembre de 2016). *Planeamiento - Clase Análisis situacional*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de <http://planuba.orientaronline.com.ar/planeamiento-clase-analisis-situacional-13/>

Borges, V. (2017). *Método Marketing :¿ Qué es un "Slogan"?* Recuperado el 06 de Diciembre de 2017, de <https://metodomarketing.com/slogan/>

Borges, V. (2017). *Método Marketing: ¿ Qué es un logo?* . Recuperado el 06 de Diciembre de 2017, de <https://metodomarketing.com/que-es-un-logo/>

Borja, R. (2010). *Enciclopedia de la Política*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de <http://www.encyclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=zrawwkki&por=p&idind=1183&termino=>

Buján, C. (29 de Octubre de 2014). *Anfix*. Recuperado el 28 de Febrero de 2018, de <https://blog.anfix.com/los-gastos-financieros-que-son-y-como-se-deducen/>

Cabrejos, C. (Noviembre de 2013). *Intranet UAP*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de

<http://www.uap.edu.pe/intranet/fac/material/11/20131EC110111416110108051/20131EC11011141611010805143292.pdf>

Calderón, G. (2011). *El Entorno del Marketing: Macroentorno*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2017, de <https://gloriacalderon.wordpress.com/tag/entorno-politico-legal/>

Castillo, J. (2000). *Desempleo y Subempleo*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2017, de

http://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtualData/publicaciones/administracion/A%C3%B1o3_N%C2%B05_2000/pdf/Desempleo_subempleo.pdf

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

Recuperado el 05 de Enero de 2018, de http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h

Chambi, G. (2012). *Proyección de oferta y demanda. Estudio de mercado*. Recuperado el 05 de Enero de 2018, de

<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjltpuO->

[r_YAhUNYt8KHYPDoDH4QFgg3MAM&url=http%3A%2F%2Fwww.mailxmail.com%2Fproyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h&usg=AOvVaw3-](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjltpuO-r_YAhUNYt8KHYPDoDH4QFgg3MAM&url=http%3A%2F%2Fwww.mailxmail.com%2Fproyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h&usg=AOvVaw3-)

[H5aHNNekhNhj0KZCwRvy](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjltpuO-r_YAhUNYt8KHYPDoDH4QFgg3MAM&url=http%3A%2F%2Fwww.mailxmail.com%2Fproyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h&usg=AOvVaw3-H5aHNNekhNhj0KZCwRvy)

Cruz, D. (10 de Febrero de 2013). *Control: Concepto, elementos del concepto,*

importancia, proceso de control, características. Recuperado el 03 de Diciembre de

2017, de <http://dianaccruz27.blogspot.com/2013/03/controlconceptoelementos-del.html>

Cuerpo de Bomberos. (26 de Agosto de 2016). *Cuerpo de Bomberos, Distrito Metropolitano de Quito, LUAE*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2017, de <https://www.bomberosquito.gob.ec/images/pdf/prevencion/inspeccionluae.pdf>

Cuní, D. (12 de Enero de 2012). *Empresa & Economía: Concepto de Kardex*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2017, de <http://empresayeconomia.republica.com/aplicaciones-para-empresas/kardex-concepto.html>

Díaz, J. (2007). *Apuntes de Demografía*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de <https://apuntesdedemografia.com/curso-de-demografia/que-es-poblacion-en-demografia/>

Díaz, L. (2005). *Análisis y Planteamiento: Diagrama de Gantt*. Costa Rica: EUNED.

DMQ. (2010). *Censo 2010 Administraciones Zonales y Parroquias: Demografía*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2017, de <http://sthv.quito.gob.ec/recursos/indicadores/parroquia/Demografia.htm>

Dongo, A. (2009). *Revista de Investigación en Psicología*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2017, de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/3767>

Duarte, C. (12 de Octubre de 2017). *Gerencie.com : La Imagen Corporativa*. Recuperado el 06 de Diciembre de 2017, de <https://www.gerencie.com/la-imagen-corporativa.html>

Espinosa, R. (29 de Julio de 2013). *La matriz de análisis DAFO (FODA)*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2017, de <http://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

Fabara , F. (2006). *Terminología utilizada en economía, finanzas y otras ciencias afines* . Quito: Servicios Gráficos Abigail.

Gallo, A. (2006). *Universidad Rafael Landivar*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2017, de http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2011/in_val.pdf

García, F. (1993). Recuperado el 29 de Diciembre de 2017, de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>

Gitman, L., & Joehnk, M. (2009). *Fundamentos de Inversiones*. México: Pearson Educación.

Gordon, D. (2014). *Corporación Educativa Colegio Britanico de Cartagena*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2017, de http://www.colbritanico.edu.co/CBCStudents/Proyectos%20de%20metodologia/Economia_Competencia%20empresarial.pdf

Gutiérrez, J. (2009). *Estudio técnico: Localización*. Recuperado el 08 de Enero de 2010, de <https://proyectosinversion.files.wordpress.com/2009/06/estudio-tecnico-localizacion.pdf>

Herrero, J. (2001). *¿Qué es Gestión Comercial?* Recuperado el 04 de Diciembre de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>

Horngren, C. T. (2000). *Introducción a la Contabilidad Financiera; Estado de Flujo de Efectivo*. PEARSON EDUCACIÓN.

INEC. (Marzo de 2017). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*.

Recuperado el 29 de Noviembre de 2017, de

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf)

[inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf)

INEC. (Marzo de 2017). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*.

Recuperado el 29 de Noviembre de 2017, de

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf)

[inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf)

INEC. (2017). *Instituto Nacional de Estadística y Censos: Composición de la*

Población. Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Septiembre/092017_M.Laboral.pdf)

[inec/EMPLEO/2017/Septiembre/092017_M.Laboral.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Septiembre/092017_M.Laboral.pdf)

INEC. (Septiembre de 2017). *Reporte del Índice de Producción de la Industria*

Manufacturera . Recuperado el 12 de Diciembre de 2017, de

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/IPI-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/IPI-M/2017/Septiembre/Reporte_IPI_M_%202017_09.pdf)

[M/2017/Septiembre/Reporte_IPI_M_%202017_09.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/IPI-M/2017/Septiembre/Reporte_IPI_M_%202017_09.pdf)

Inkanat. (2014). *El Agave, Planta con muchas propiedades*. Recuperado el 13 de

Noviembre de 2017, de [http://www.inkanat.com/es/arti.asp?ref=agave-sirope-](http://www.inkanat.com/es/arti.asp?ref=agave-sirope-prebiotico-gastritis#1)

[prebiotico-gastritis#1](http://www.inkanat.com/es/arti.asp?ref=agave-sirope-prebiotico-gastritis#1)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (15 de Diciembre de 2017). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Índice de Producción de la Industria Manufacturera*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/produccion-industria-manufacturera/>

Jara, L. (2015). *UNR: Utilización de la Capacidad Instalada en la Industria*. Recuperado el 08 de Enero de 2018, de <http://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>

Kotler, P. (2003). *Definición de Cliente*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

Lazzo, A. (2012). *Gestión Administrativa*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2017, de <http://gestionadministrativaconceptos.blogspot.com/p/conceptos.html>

León, C. (2007). *Evaluación de Inversiones. Un enfoque privado y social*. Recuperado el 05 de Enero de 2018, de http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/232/balance_oferta.html

López, A. (13 de Noviembre de 2013). *El análisis de consumidor*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2017, de <https://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>

López, P. (2008). *Dirección comercial: guía de estudio, demanda actual*. Barcelona: Servei de Publicacions.

Loustaunau, M. (21 de Mayo de 2014). *Aspectos e Impactos Ambientales*. Recuperado el 12 de Marzo de 2018, de

<https://www.fing.edu.uy/iq/cursos/proyectoindustrial/A&IA.pdf>

Luna, L. G. (2002). *Comunidad*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de

<https://www.ecured.cu/Comunidad>

Manene, L. M. (06 de Mayo de 2011). *Organización Empresarial: definiciones, evolución y escuelas organizativas*. Recuperado el 03 de Diciembre de 2017, de

<http://www.luismiguelmanene.com/2011/05/06/la-organizacion-empresarial-definiciones-evolucion-y-escuelas-organizativas/>

Marcial , L. (2010). *Determinación de la oferta: Oferta actual*. Recuperado el 05 de

Enero de 2018, de <https://erods.files.wordpress.com/2010/11/preparacion-del-proyecto-en-blanco-2.pdf>

Montilla, F. (2007). *Riesgo país*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2017, de

<https://m.zonaeconomica.com/riesgo-pais>

Mora, J. (4 de Abril de 2013). *Ingresos Operacionales*. Recuperado el 28 de Febrero de

2018, de <https://prezi.com/azwhmo3eitls/grupo-41-ingresos-operacionales/>

Moreno, J. A. (2014). *Contabilidad básica; Balance General o Estado de Situación*

Inicial. México: Grupo Editorial Patria.

Municipio de Quito. (2017). *Trámites Ecuador, Patente Municipal, Distrito*

Metropolitano de Quito. Recuperado el 30 de Noviembre de 2017, de

<http://tramites.ecuadorlegalonline.com/social/municipio-quito/patente-municipal-obtencion-de-clave/>

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2017). *Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Concejo Metropolitano de Quito*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de <http://www.quito.gob.ec/index.php/municipio/concejo-metropolitano>

Muñiz, R. (2017). *Marketing XXI: Concepto de producto*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2017, de <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>

Novoa, A. L. (15 de Febrero de 2013). *Estrategias de Marketing Mix: Concepto de Marketing Mix*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2017, de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/5/T-ESPE-021513-5.pdf>

Nunes, P. (19 de Diciembre de 2015). *knoow.net*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2017, de Enciclopedia Temática: <http://knoow.net/es/cieeconcom/economia-es/tasa-de-interes-activa/>

Peláez, J. A. (2012). *Estudios de Impacto Económico*. Recuperado el 12 de Marzo de 2018, de <https://www.pwc.es/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf>

Peñalver, M. (17 de Noviembre de 2012). *PROYECTO EMPRESARIAL 2.0*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de <https://proyectoempresarial.wordpress.com/2012/11/17/entorno-tecnologico/>

- Pérez, J., & Merino, M. (2008). *Concepto de empleo*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2017, de <https://definicion.de/empleo/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2010). *Definición de Recursos Económicos*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2017, de <https://definicion.de/recursos-economicos/>
- Perez, J., & y Gardey, A. (2008). *Definición de Planificación Estratégica*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2017, de <https://definicion.de/planeacion-estrategica/>
- Ramos, F. d. (2011). *Tecnología PAI. Isotipos: Algunos Conceptos*. Recuperado el 06 de Diciembre de 2017, de <https://tecnologia-iv-pai-b.wikispaces.com/file/view/Isotipos.pdf>
- Rojas, C. I. (26 de Abril de 2012). Recuperado el 28 de Febrero de 2018, de <http://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/04/26/analisi-del-punto-de-equilibrio/>
- Rojas, R. (2014). Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/12101/1/ricardorojasmedina.2014.pdf>
- Rosales, J. (2000). *Elementos de Microeconomía: Definición de demanda*. EUNED.
- Sánchez, A., & Zumeta, J. (2012). *La Gestión Operativa: La Clave del Éxito*. Recuperado el 04 de Diciembre de 2017, de <https://eala.files.wordpress.com/2011/02/apuntes-gestion-operativa.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. (2017). *Servicio de Rentas Internas, ¿ Qué es SRÍ?* Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-el-sri>

- Sevilla, A. (2017). *Economipedia*. Recuperado el 28 de Febrero de 2018, de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Simbaña, A. (30 de Diciembre de 2006). *La Hora: Cabuya una fibra que crea desarrollo*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2017, de <https://www.lahora.com.ec/noticia/517429/cabuya-una-fibra-que-crea-desarrollo>
- Soto, B. (2016). *El liderazgo democrático*. Recuperado el 04 de Diciembre de 2017, de <https://www.gestion.org/marketing/marketing-online/45751/marketing-y-nuevas-tecnologias-nuevos-habitos-de-consumo/>
- Spain. (2012). *Fuentes de financiación de la empresa*. Recuperado el 26 de Enero de 2018, de <http://spain-s3-mhe-prod.s3-website-eu-west-1.amazonaws.com/bcv/guide/capitulo/8448170814.pdf>
- Thompson, I. (2005). *PromonegocioS.net : Concepto de Publicidad*. Recuperado el 06 de Diciembre de 2017, de <https://www.promonegocios.net/publicidad/concepto-publicidad.html>
- Thompson, I. (2006). *PronegocioS.net : Definición de oferta*. Recuperado el 30 de Diciembre de 2017, de <https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Thompson, I. (2008). *El Estudio de Mercado*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2017, de <https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

Thompson, I. (Abril de 2008). *Marketing-Free.com: Definición de precio*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2017, de <http://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>

TMP. (2003). *Taller de Producción de Mensajes*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/mision_vision%20claras.pdf

Universidad de Cauca. (2004). Recuperado el 28 de Febrero de 2018, de <http://fceca.unicauca.edu.co/old/fcf/fcfse34.html>

Valbuena, R. (2000). *La evaluación del proyecto en la decisión del empresario*. México.

Váquiro, J. D. (23 de Febrero de 2010). *Pymes Futuro*. Recuperado el 28 de Febrero de 2018, de <https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

Váquiro, J. D. (23 de Febrero de 2010). *Pymes Futuro*. Recuperado el 28 de Febrero de 2018, de <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

Vázquez, R. (2017). *Economipedia*. Recuperado el 28 de Febrero de 2018, de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>

Velayos, V. (2017). *Economipedia*. Recuperado el 28 de Febrero de 2018, de <http://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Velazquez, E. (2012). *Canales de Distribución y Logística*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2017, de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Canales_de_distribucion_y_logistica.pdf

Villalona, N. E. (18 de Mayo de 2014). *Dirección y Liderazgo*. Recuperado el 03 de Diciembre de 2017, de <http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/05/18/direccion-y-liderazgo/>

Vivallo. (25 de Enero de 2018). *Formulación y evaluación de proyectos: manual para estudiantes*. Obtenido de http://www.pcmangement.es/editorial/management_sp/Evaluacion%20y%20formulacion%20de%20proyectos.pdf

Viveros, N. L. (2007). *Gerencia de compras: la nueva estrategia competitiva*. Recuperado el 20 de 11 de 2017, de <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADHS0000770/C1.pdf>

Wyngaard , G. (2017). Recuperado el 26 de Enero de 2017, de <https://www.fing.edu.uy/sites/default/files/2011/3161/M%C3%B3dulo%20-%20Costos.pdf>

Yarce, J. (2017). *Instituto Latinoamericano de Liderazgo*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2017, de http://www.liderazgo.org.co/images/pdfs_libros/Valores%20ventaja.pdf

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) **PAVÓN AYALA JESSICA VIVIANA**, portador de la cédula de identidad N° 172461966-1, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 08 de mayo del 2018.



MAY 2018

Sra. Mariela Balseca
CAIA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Zulema Aldaz
DELEGADA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA




MAY 2018


AO JBS

COORDINADORA DE PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

Ing. Samira Vilalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Dr. Patricio Guanopatin
DIRECTOR DE CARRERA



Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA

Urkund Analysis Result

Analysed Document: PROYECTO JESSICA PAVÓN.docx (D38422368)
Submitted: 5/8/2018 2:45:00 AM
Submitted By: jessy-vivi20-03@hotmail.com
Significance: 2 %

Sources included in the report:

PIILATAXIQUIMBA_DAYANAMIRELLA_BF_2018.docx (D37062893)
Proyecto de grado Final Evelyn Carpio.docx (D38418578)
TITULACION PARA URKUND.docx (D30384613)
tesis ensalada 16-03-18.docx (D37055839)

Instances where selected sources appear:

10


09/05/18
EDUARDO VASCONEZ