



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL

APORTAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE
ESTIMULACIÓN PRE-NATAL Y POS-NATAL UBICADA EN LA ZONA
NUEVE DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO, PARROQUIA TABACUNDO EN
EL PERIODO ACADÉMICO 2017

Proyecto de investigación previo a la obtención de título de tecnóloga en:

Desarrollo del Talento Infantil

AUTORA: Quimbiamba Torres Evelin Patricia, Ilbis Paca Jessica Beatriz

TUTOR: Stefanía Pinto

ABRIL, 2017

DECLARACIÓN DEL ESTUDIANTE

Dejo constancia que el presente informe es el resultado de la investigación de la autora, quien basada en los estudios realizados durante la carrera, investigación científica, revisión documental y de campo a llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios vertidos en este informe son de mi absoluta responsabilidad.

Evelin Patricia Quimbiamba Torres

CC: 172397950-4,

Jessica Beatriz Ilbis Paca

CC:175151266-4

DECLARACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS A LA INSTITUCIÓN

Nosotras Evelin Patricia Quimbiamba Torres y Jessica Beatriz Ilbis Paca estudiantes de la Carrera de Desarrollo del Talento Infantil, libre y voluntariamente cedo los derechos de autoría de mi investigación a favor del Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Evelin Patricia Quimbiamba Torres

Jessica Beatriz Ilbis Paca

CC: 172397950-4,

CC:175151266-4

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Nosotras, Evelin Patricia Quimbiamba Torres, Jessica Beatriz Ilbis Paca portador de la cédula de ciudadanía signada con el No 172397950-4, 175151266-4 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 “Aportar a la matriz productiva mediante un estudio de factibilidad para la implementación de un centro de estimulación pre-natal y pos-natal ubicada en la zona nueve del cantón Pedro Moncayo, parroquia Tabacundo en el periodo académico 2017” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA _____ **FIRMA** _____

NOMBRE _____ **NOMBRE** _____

CEDULA _____ **CEDULA** _____

Quito, a los, 31 de marzo del 2017

AGRADECIMIENTO

Queremos agradecer a nuestro Dios por avernos dado la vida, salud y las fuerzas necesarias para poder cumplir una meta más en nuestras vidas.

Estamos muy agradecidas con el INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" por darnos la oportunidad de formarnos académicamente, a nuestra maestra quienes nos instruyeron con sabiduría y con cuantiosa dedicación, gracias por enseñarnos a amar nuestra carrera como tal.

Gracias a nuestra tutora Lic.: Stefanía Pinto quien nos tuteló durante este tiempo con paciencia y sabiduría hasta la culminación de nuestro proyecto de titulación

Agradecemos también nuestros amigos, familiares y sobre todo a nuestros padres quienes nos ayudaron económicamente y moralmente, gracias por no dejarnos en este transcurso de nuestra vida estudiantil.

DEDICATORIA

Dedicamos de manera especial este proyecto a nuestros padres quienes fueron los precursores para la edificación de nuestra vida profesional, sentando en nosotras las bases de responsabilidad y deseo de superación, en ellos tenemos el espejo en el cual nos reflejamos, pues las virtudes de nuestros padres son infinitas.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I.....	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Justificación.....	2
1.2 Antecedentes	2
CAPÍTULO II	5
2. Análisis Situacional	5
2.1 Ambiente Externo	5
2.1.1 Factor Económico	5
2.1.1.01 Inflación	6
2.1.1.02 PIB Según el Sector	7
2.1.1.03 Riesgo País.....	8
2.1.1.03 Tasa de Interes.....	9
2.1.1.04 Tasa Activa.....	9
2.1.1.05 Tasa Pasiva.....	10
2.1.2 Factor Social.....	11
2.1.2.1 Crecimiento Poblacional Según	12
Censo 2010)	12
2.1.2.2 Tasa de Desempleo	13
2.1.2.03 PEA (Población Económicamente Activa)	15
2.1.3 Factor legal.....	16
2.1.3.01 Requisitos.....	17
2.1.3.02 Requisitos para crear una Pymes.....	17
2.1.3.03 Personas Naturales	17
2.1.3.04 Requisitos para sacar la Patente	17

2.1.3.05 Permiso de los Bomberos.....	18
2.1.3.06 Requisitos para el Permiso de Funcionamiento Sujeto a Vigilancia y Control Sanitario.....	18
2.1.3 Factor tecnológico.....	19
2.1 Entorno Local.....	20
2.1.1 Clientes.....	20
2.2.1.01 Clientes Internos.....	20
2.2.1.02 Clientes Externos.....	21
2.2.2 Proveedores.....	21
2.2.2.1 Proveedores de maquinaria.....	22
2.2.3 Competidores.....	23
Estimulación temprana para bebés Baby'sGym.....	23
2.3Análisis Interno.....	24
2.3.1 Propuesta Estratégica.....	24
2.3.1.1. Misión.....	25
2.3.1.1.01 Formulación de la misión.....	25
2.3.1.2 Visión.....	26
2.3.1.2.01 Formulación de la Visión.....	26
2.3.1.3 Objetivos.....	26
2.3.1.3.1 Objetivo General.....	26
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos.....	27
2.3.1.4 Principios y / o valores.....	27
2.3.2 Gestión Administrativa.....	30
2.3.2.02.01 Organigrama Estructural.....	32
2.3.2.02.02 Perfil de Puesto o Cargo.....	34
2.3.2.03 Dirección.....	40

2.3.2.04	Controlar	40
2.3.3	Gestión Operativa.....	40
2.3.3.01	Flujograma de Procesos o de servicios	41
2.3.4	Gestión Comercial.....	42
2.3.4.01	Producto	42
	Motor fino	43
2.3.4.02	Precio	44
2.3.4.03	Plaza	44
2.3.4.04	Promoción	45
2.3.4.04.01	Logotipo	45
2.3.4.04.02	Slogan:	46
2.3.4.04.03	Material P.O.P.....	46
2.3.4.04.03.01	Camiseta	46
2.3.4.04.03.02	Gorras	46
2.3.4.04.03.03	Toma todo	47
2.4	Análisis FODA.....	47
2.4.01	Matriz FODA	48
CAPÍTULO III.....		50
3.1.01	Objetivo del estudio de mercado.....	50
3.1.02	Objetivos específicos del estudio del mercado	50
3.1.03	Segmentación de Mercado	51
3.01.01	Determinación de Población y Muestra	51
3.01.01.01	Población.....	51
3.01.01.02	Tamaño del Universo	53
3.01.01.03	Muestra.....	52
3.01.01.04	Formulación de la muestra	52

3.01.02 Técnicas de la obtención de la información.....	53
3.01.02.01 Modelo de Encuesta	112
CAPÍTULO IV	74
4.1 Tamaño del Proyecto.....	74
4.1.1 Capacidad Instalada	75
4.1.2. Capacidad Óptima.....	76
4.2 Localización	77
4.2.1 Macro Localización.....	77
4.2.2 Micro Localización	78
4.2.3 Localización Óptima	79
4.3 Ingeniería del Proyecto	79
4.3.1 Definición de Bienes y Servicios	80
4.3.2 Distribución de la planta	81
4.3.2.1Código de Cercanía.....	81
4.3.2.2Código de Razones.....	82
4.3.2.3Método SLP	82
4.3.3 Materiales.....	83
Equipos.....	83
CAPITULO V	86
5.1 Ingresos Operacionales y no Operacionales	86
5.2 Costos.....	86
5.2.1 Costos Directos	86
5.2.2 Costos Indirectos.....	87
5.2.3 Gastos Administrativos	88
5.2.4 Costos Financieros	89
5.3 Inversiones	90

5.3.1 Inversión Fija	90
5.3.1.1 Activos Fijos	90
5.3.1.2 Activos Nominales	90
5.3.2 Capital de Trabajo	91
5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos	91
5.3.4 Amortización de financiamiento	92
5.3.5 Depreciaciones	95
5.3.6 Estado de Situación Actual	95
5.3.7 Estado de resultado del Proyecto	96
5.3.8 Flujo Neto de Efectivo	97
5.3.9 Flujo de caja	97
5.3 Evaluación.....	98
5.3.1 Tasa de Descuento.....	98
5.3.2 El Van (Valor Actual Neto)	99
5.3.4 TIR (Tasa Interna del Retorno).....	100
5.3.5 PRIN (Periodo de la Recuperación de la Inversión).....	102
5.3.6 RBC (Relación costo beneficio).....	103
5.3.7 Punto de Equilibrio	103
5.3.7 Análisis de Índice Financiero.....	104
CAPÍTULO VI.....	107
6.1 Impacto Ambiental.....	107
6.2 Impacto Económico	107
6.3 Impacto servicio	108
6.4 Impacto Social.....	108

ÍNDICE DE TABLAS

tabla N° 1 Producto Interno Bruto.....	7
Tabla N° 2 Riesgos del País	8
Tabla N° 3 Tasa Interés Activa	10
Tabla N° 4 Tasa Pasiva	11
Tabla N° 5 Pea (Por Parroquia).....	16
Tabla N° 6 Matriz de Clientes	21
Tabla N° 7 Tabla de Proveedores.....	22
Tabla N° 8 Matriz de Competidores.....	23
Tabla N° 9 Misión	25
Tabla N° 10 Visión.....	26
Tabla N° 11 Perfil de Puesto: Administrador.....	34
Tabla N° 12 Perfil de Puesto: Maestra Pre-Natal.....	37
Tabla N° 13 Perfil de Puesto: Maestra Pos -Natal	38
Tabla N° 14 Perfil de Puesto: Auxiliar Enfermera.....	39
Tabla N° 15 Matriz Foda.....	48
Tabla N° 16 Segmentación de Mercado.....	51
Tabla N° 17 Tamaño del Universo.....	52
Tabla N° 18 Resultado de Encuestas.....	56
Tabla N° 19 Encuesta de Genero.....	57
Tabla N° 20 Pregunta N-° 1	58
Tabla N° 21 Pregunta N-° 2	59
Tabla N° 22 Pregunta N-° 3	60
Tabla N° 23 Pregunta N-° 4	61
Tabla N° 24 Pregunta N-° 5	62
Tabla N° 25 Pregunta N-° 6	63
Tabla N° 26 Pregunta N-° 7	64
Tabla N° 27 Pregunta N-° 8	65
Tabla N° 28 Pregunta N-° 9	66
Tabla N° 29 Pregunta N-° 10	67

Tabla N° 30 Pregunta N-° 11	68
Tabla N° 31 Población Económicamente Activa	69
Tabla N° 32 Aceptación del Producto	69
Tabla N° 33 Demanda en Dólares Actual	70
Tabla N° 34 Demanda Proyectada	71
Tabla N° 35 Oferta	72
Tabla N° 36 Oferta Proyectada	72
Tabla N° 37 Demanda Insatisfecha	72
Tabla N° 38 Demanda Insatisfecha	73
Tabla N° 39 Tamaño del Proyecto	75
Tabla N° 40 Capacidad Instalada	75
Tabla N° 41 Micro Localización	78
Tabla N° 42 Localización Óptima	79
Tabla N° 43 Distribución de la Planta	81
Tabla N° 44 Código de Cercanía	81
Tabla N° 45 Código de Razones	82
Tabla N° 46 Método Slp	82
Tabla N° 47 Maquinaria	83
Tabla N° 48 Equipos de Computación	83
Tabla N° 49 Equipos de Oficina	84
Tabla N° 50 Muebles y Enseres	84
Tabla N° 51 Equipos de Estimulación	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Inflación mes de Enero	6
Figura N° 2 PIB (Producto Interno Bruto)	7
Figura N° 3 Crecimiento Poblacional	12
Figura N° 4 Crecimiento Poblacional de Tabacundo	13
Figura N° 5 Tabla de Desempleo	14
Figura N° 6 Tasa de Desempleo de Tabacundo	14
Figura N° 7 Población Económica Activa	15
Figura N° 8 Organigrama Estructural	33
Figura N° 9 Flujograma de Servicios	41
Figura N° 10 Plaza	44
Figura N° 11 Logotipo	45
Figura N° 12 Camiseta	46
Figura N° 13 Gorras	46
Figura N° 14 Toma Todo	47
Figura N° 15 resultados de Encuestas	56
Figura N° 16 Encuesta de Genero	57
Figura N° 17 Pregunta N-° 1	58
Figura N° 18 Pregunta N-° 2	59
Figura N° 19 Pregunta N-° 3	60
Figura N° 20 Pregunta N-° 4	61
Figura N° 21 Pregunta N-° 5	62
Figura N° 22 pregunta N-° 6	63
Figura N° 23 Pregunta N-° 7	64
Figura N° 24 pregunta N-° 8	65
Figura N° 25 Pregunta N-° 9	66
Figura N° 26 Pregunta N -° 10	67
Figura N° 27 Pregunta N -° 11	68
Figura N° 28 Mapa de Macro Localización	77
Figura N° 29 Localización Optima	79
Figura N° 30 Punto de Equilibrio	104

RESUMEN EJECUTIVO

La micro empresa de estimulación pre y post natal J&E que está situada en el cantón Pedro Moncayo parroquia Tabacundo es una empresa que se dedicara a la estimulación pre natal con las madres embarazadas con masajes y actividades estimulantes para ella y él bebe

En el posta natal la estimulación será más para los niños/as con la ayuda de sus mamas a través de los masajes, ejercicios estimulantes que le ayudara desarrollar de la mejor manera las diferentes áreas del cuerpo como la motricidad fina, gruesa, área cognitiva, etc.

La empresa contará con personal calificado y experto en el campo de estimulación para facilitar un servicio de calidad, también contara con materiales y maquinaria adecuada para las diferentes etapas del embarazo y para las diferentes fases de estimulación post natal.

Frente a la poca información y el poco cuidado de las madres hacia su embarazo y su hijo la empresa J&E llega a los moradores de tabacundo para darles a conocer sobre los beneficios que tiene la estimulación durante y después del embarazo con metodologías y maquinarias innovadores que será provechoso para su salud.

Con los estudios de campo realizados en el proyecto de factibilidad se puede notar que la empresa será bien acogida por los moradores de tabacundo y sobre todo para las madres embarazadas y con hijos ya que para ella y pensado en ellas fue llevado a cabo este proyecto y su investigación

Así mismo la investigación de campo da a de notar que la empresa no tendrá ninguna competencia en el sector de Tabacando y seremos los primeros que brinden esta clase de servicios de estimulación siendo esto un factor beneficioso para la empresa.

Con los resultados alcanzados en el estudio financiero y de costos, se puede observar que las deducciones son positivas por lo cual pueden invertir con total seguridad en la empresa de estimulación que les favorecerá tanto a los moradores del sector como a los que encaminan el proyecto de la empresa de estimulación.

ABSTRAC

The pre and postnatal stimulation company, J & E, which is located in the canton Pedro Moncayo parish, is a company dedicated to prenatal stimulation with pregnant mothers with massages and stimulating activities for them and he drinks In the natal post stimulation will be more for the children with the help of their breasts through the massages, stimulating exercises that will help you develop in a better way the different areas of the body such as fine, gross motor, cognitive area, etc.

The company will have qualified personnel and experts in the field of stimulation to facilitate a quality service, will also have materials and machinery suitable for the different stages of pregnancy and for the different phases of post-natal stimulation. Faced with the lack of information and the little care taken by the mothers towards their pregnancy and their child, the company J & E reaches the residents of tabacundo to inform them about the benefits of stimulation during and after pregnancy with innovative methodologies and machineries.

Helpful for your health. With the field studies carried out in the feasibility project it can be noted that the company will be well received by the residents of tabacundo and especially for pregnant mothers and children, since for her and thought of them this project was carried out and Your research Likewise, the field research shows that the company will not have any competition in the sector of Tabacundo and we will be the first to offer this kind of stimulation services being a beneficial factor for the company. With the results obtained in the financial and cost study, it was possible to observe that the deductions are positive so that they can invest with total security in the stimulation company that will favor both the residents of the sector and those who direct the project of The stimulation company

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto muestra los resultados de la investigación que se ha llevado a cabo con el objetivo de realizar un acercamiento sobre el sistema financiero en el Ecuador, en lo relativo a la situación crediticia actual y poder transmitir las conclusiones.

El sistema financiero facilita la circulación del dinero en la economía, permitiendo la realización de un sinnúmero de transacciones diarias y fomentando el desarrollo de incontables proyectos inversión

La existencia de un sistema financiero sólido y solvente es importante para el crecimiento económico de un país, pues ayuda a la formación de la economía y facilita las actividades comerciales.

Sin embargo con la política de cambio en la matriz productiva en gobierno central, a través de instituciones como la corporación financiera nacional y el banco del fomento, fomentan y financian los emprendimientos productivos compartiendo riesgos a momento de conceder un crédito., todo esto es favor de alcanzar un crecimiento.

1.1 Justificación

La empresa de estimulación pre y post natal "J&E" que se implementara en el cantón Pedro Moncayo parroquia tabacundo, es una empresa que está enfocada en el beneficio de las madres embarazadas, como también en la madres que tienen hijos pequeños.

El objetivo fundamental de la empresa es dar a conocer los beneficios de la estimulación durante el embarazo y después del embarazo atreves de distintas estimulación como por ejemplo: la estimulación visual, estimulación motora prenatal, estimulación sensorial prenatal, estimulación auditiva prenatal, entre otros.

A raíz de que se ha visto poco interés en el tema por parte de los médicos del centro de salud y de los hospitales de la zona, la empresa "J&E" llega al cantón pedro Moncayo parroquia tabacundo para ser un apoyo y aparte a la sociedad sobre la estimulación y sobre todo culturalizar a las madres embarazadas y con hijos sobre el cuidado y la importancia de la estimulación para sus pequeños.

1.2 Antecedentes

(Prenatal, 1990) A partir de la década de los 80, gracias a numerosas observaciones científicas llevadas a cabo en distintos campos, como la Medicina, la Psicología, la Biología, la Genética, o la Física moderna, se ha dado un nuevo paso en la comprensión de la vida, al estudiar la vida en el útero.

Del viejo paradigma que consideraba al bebé antes de nacer como un ser incapaz, que no se enteraba de nada, que era algo así como tonto, ciego y sordo, se ha pasado

con todos estos nuevos estudios a un nuevo paradigma, que nos va demostrando las capacidades tan maravillosas del bebé en el vientre materno.

Así, se sabe que a partir del tercer mes de gestación sus sentidos ya están formados, y el feto percibe las informaciones a través de todos sus sentidos; es capaz de reaccionar ante esas informaciones, y las memoriza. Se sabe también que los bebés en el útero son seres sociables y comunicativos, que sienten el amor o el rechazo de su madre, que sienten placer y dolor, que el estrés de sus madres les repercute - no sólo emocionalmente, sino que incluso interfiere en la formación de sus órganos -, que tienen cierto grado de conciencia.

(Weintraub, 1990) A pesar de que estamos tan sólo en los albores de estos descubrimientos, ya nos van demostrando que durante el periodo prenatal el ser humano construye las primeras bases de su salud, de su afectividad, de sus capacidades de relación (de su capacidad de amar), de sus facultades cognitivas (inteligencia), e incluso de su creatividad.

Es importante distinguir la educación de la instrucción. La instrucción es la transmisión de conocimientos y de habilidades, y utiliza métodos de aprendizaje. Pero al bebé en el útero no hay que enseñarle nada, intentarlo sería arbitrario y peligroso; sería una intrusión en el proceso de formación y ejerceríamos violencia sobre él y ella. En cambio el objetivo de la educación es desarrollar las potencialidades del ser humano y su adaptación al mundo. Y la educación se opera a través de tres procesos esenciales: la impregnación, la imitación, identificación y la experimentación.

En el periodo prenatal la impregnación es máxima, es celular. El niño y niña en el útero se impregna de todo lo que vive su madre. Si los padres están informados de que su hijo se educa al mismo tiempo que se forma, tienen la posibilidad de evitar que reciba ciertas violencias y pueden darle las mejores condiciones para su desarrollo más óptimo, según su propia dinámica y su proceso natural.

La estimulación pre-natal y post-natal está basada en el desarrollo y maduración del sistema nervioso central y en particular del cerebro, el cual está constituido por millones de células llamadas neuronas. Al proceso de unión y de comunicación de las neuronas entre sí recibe el nombre de sinapsis. La función de las sinapsis es importante ya que al recibir información del medio permitirá integrar cada una de las neuronas a un sistema nervioso complejo que definirá el futuro del niño y niña.

Es importante que la estimulación pre-natal y post-natal se empiece a temprana edad gestacional, ya que, al desarrollar adecuadamente la mayor cantidad de sinapsis neuronales, se aumentaría la capacidad de comunicaciones en la masa cerebral, llegando a ser más efectivas en su función y más perfecta en su estructura. En consecuencia, la capacidad mental y cerebral del feto habrá aumentado tanto como se halla estimulado y apoyado tempranamente la conformación y funcionamiento del sistema nervioso central

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1 Ambiente Externo

El ambiente externo está formado por aquellos factores, fuerzas, variables que influyen sobre una organización. Una manera usual de clasificar al ambiente externo o entorno es: micro entorno y macro entorno, entendiéndose lo siguiente: Micro entorno, son aquellas variables sobre las que una organización puede influir de algún modo. Es clasificado también como Entorno específico a los Proveedores, Competidores, clientes. Macro entorno, está compuesto por variables que influyen en la organización y que esta no puede controlar. Entre ellos tenemos Económico, Tecnológico, Ético, Social, Político y Legal. (Angelica Ruiz, 2000)

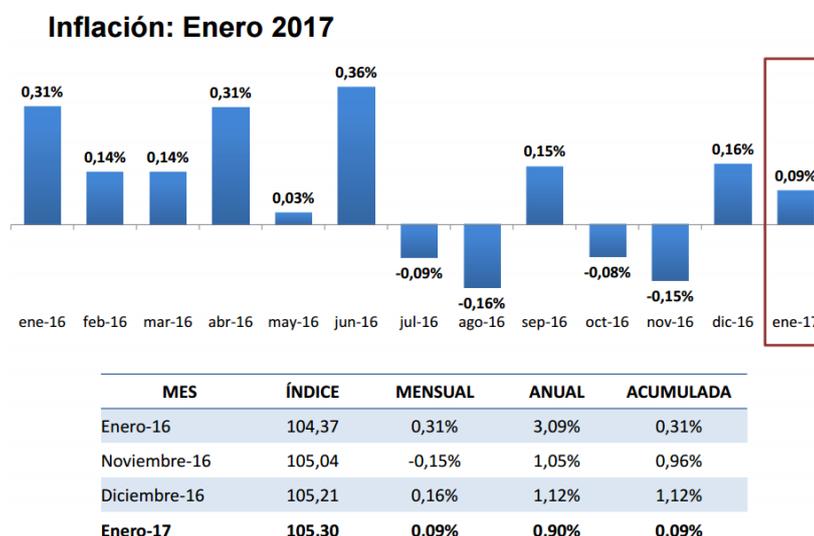
2.1.1 Factor Económico

Conforme (Ricky, 2011, pág. 66) menciona: “La dimensión económica del entorno general de una organización es la salud y vitalidad general del sistema económico en el que opera la organización”.

2.1.1.01 Inflación

La inflación es un incremento en la cantidad de dinero necesaria para obtener la misma cantidad de producto o servicio antes de la presencia del precio inflado. La inflación ocurre porque el valor del dinero ha cambiado, se ha reducido y como resultado se necesitan más dólares para menos bienes. (Tarquin, 2001)

Figura N° 1 Inflación mes de Enero



FUENTE: Inec

La inflación es una dificultad que toda empresa tiene que atravesar con inteligencia y estrategia para que no se vea afectada la economía de la empresa, como podemos observar en la tabla la inflación de enero del 2017 es de 0,09%. La empresa se deberá proyectar cada año con la inflación para el beneficio de la empresa.

2.1.1.02 PIB SEGÚN EL SECTOR

El PIB (Producto Interno Bruto) no es más que la suma total de todos bienes y servicios que produce un país (medidos en dólares \$USD), producidos por empresas nacionales y extranjeras, dentro del territorio nacional de dicho país, que se registran dentro de un determinado período de tiempo, generalmente un año. (Tejera, 2010)



Figura N° 2 PIB (Producto Interno Bruto)

FUENTE: banco central del ecuador

Tabla N° 1 Producto interno Bruto

SECTORES	2007	2008	2009	2010
Primarios	31.938,35	45.692,20	46.518,18	83.652,24
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	31.938,35	45.692,20	46.518,18	83.652,24
Secundario	11.547,56	6.361,41	3.186,00	2.388,86
Manufactura	443,87	368,00	382,34	407,34
Suministro de electricidad y de agua	111,05	105,49	113,38	253,45
Construcción	10.992,64	5.887,93	2.690,27	1.728,08
Terciario	47.317,82	44.708,90	44.609,34	43.938,01
Comercio	5.269,88	3.849,82	2.382,63	2.718,11
A.C. de alojamiento y de comidas	154,44	149,74	199,68	245,32
Transporte, información y comunicaciones	19.202,93	11.860,42	10.902,33	9.540,72
A.C. Financieras	136,45	144,90	212,96	379,19
A.C. profesionales e inmobiliarias	589,98	780,46	706,74	1.318,34
Administración pública	2.881,70	2.943,89	3.560,35	4.071,16
Enseñanza	5.848,96	7.904,61	8.391,05	8.659,85
Salud	13.007,71	16.776,38	17.854,69	16.698,37
Otros servicios	225,79	298,68	398,94	306,93
Total	\$ 90.803,72	\$ 96.762,52	\$ 94.313,52	\$ 129.979,11

Fuente: BCE, Cuentas Regionales 2007-2010

El PIB nos da a conocer el crecimiento de la empresa en el sector donde se ofrece el servicio. Cada año la empresa deberá evaluar el PIB para que pueda ver la situación de la empresa y saber si se puede seguir ofreciendo los servicios en el sector

2.1.1.03 Riesgo País

Tabla N° 2 Riesgos del País

FECHA	VALOR
Enero-27-2017	601.00
Enero-26-2017	601.00
Enero-25-2017	607.00
Enero-24-2017	610.00
Enero-23-2017	633.00
Enero-22-2017	629.00
Enero-21-2017	629.00
Enero-20-2017	629.00
Enero-19-2017	619.00
Enero-18-2017	616.00
Enero-17-2017	614.00
Enero-16-2017	610.00
Enero-15-2017	610.00
Enero-14-2017	610.00
Enero-13-2017	610.00
Enero-12-2017	614.00
Enero-11-2017	615.00
Enero-10-2017	608.00
Enero-09-2017	595.00
Enero-08-2017	601.00
Enero-07-2017	601.00
Enero-06-2017	601.00
Enero-05-2017	609.00
Enero-04-2017	614.00
Enero-03-2017	639.00
Enero-02-2017	647.00
Enero-01-2017	647.00
Diciembre-31-2016	647.00
Diciembre-30-2016	647.00
Diciembre-29-2016	636.00

Fuente: Inec

El riesgo país es todo peligro inherente en el factor económico por lo que se adentra a inversiones con el ambiente externo con la finalidad de sacar adelante a la empresa, pero también están expuestos a que la economía caiga y entre en una crisis en donde posiblemente la empresa como tal tenga que desaparecer

2.1.1.03 Tasa De Interés

(Avalos, 2001) “La tasa de interés es fijada por el Banco Central de cada país a los otros bancos y estos, a su vez, la fijan a las personas por los préstamos otorgados”.

La tasa de interés es el precio del dinero. Si una persona, empresa requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio. Si la tasas de interés baja ayuda al crecimiento de la economía, ya que facilitan el consumo y por tanto la demanda del servicio. Mientras más servicio, más crecimiento económico.

2.1.1.04 Tasa Activa

La tasa Activa es aquella con la que la empresa se provee de fondos ajenos, mientras que la tasa Pasiva es el premio que recibe por sus depósitos en una institución financiera. La Tasa Activa es la que cobra el Banco cuando pedimos un préstamo.

Normalmente la tasa activa es más alta que la tasa pasiva. La Tasa Activa es la tasa de interés que cobran los bancos.

Tabla N° 3 Tasa interés Activa

febrero - 2017			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.31	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	8.90	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.27	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.29	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.25	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.74	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.30	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.81	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.71	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.50	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.77	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.09	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	24.87	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.50	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.71	Inversión Pública	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Análisis: los porcentajes mensual del último año determinan que la tasa activa tuvo un crecimiento en lo referente con el primer mes del 2017 pasando de 8.71% al 9.33% siendo una variable clave en la economía por indicar el costo financiamiento de las empresas para el proyecto no representa una amenaza, debido a que la empresa cuenta con suficiente capital propio

2.1.1.05 Tasa Pasiva

(Gutierrez Morales J., 2010) Serán las que la entidad financiera deba pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversiones, y el monto de intereses resultante que pague presentará una pérdida.

Tabla N° 4 tasa pasiva

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.07	Depósitos de Ahorro	1.25
Depósitos monetarios	0.67	Depósitos de Tarjetahabientes	1.24
Operaciones de Reporto	0.15		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.68	Plazo 121-180	5.23
Plazo 61-90	4.26	Plazo 181-360	5.92
Plazo 91-120	5.10	Plazo 361 y más	7.54
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 009-2010)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	5.07	Tasa Legal	8.25
Tasa Activa Referencial	8.25	Tasa Máxima Convencional	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador

La tasa pasiva presenta una oportunidad para el porcentaje a pagar por acceder a un préstamo.

La tasa pasiva se encuentran en un nivel medio y las tasas son reguladas por BCE implantando tasas máximas, es decir incrementando la posibilidad de realizar un préstamo para el aumento de capital y ampliación del proyecto, con la expectativa de crecer de una forma rápida y sostenible.

2.1.2 Factor Social

“El factor social incluye aspectos como el éxito o fracaso de diversos sistemas económicos y fenómeno el desarrollo y el crecimiento económico es decir: el factor social consiste en la evolución de las sociedades, desde cambios a gran escala hasta pequeñas alteraciones. El estudio del factor social suele considerarse una rama de la sociología, pero también atañe a la economía del país.

Como es evidente que el niño cultiva, en todas partes, contactos sociales, desde la edad más tierna, eso mostraría cada vez más que existen ciertos procesos comunes de socialización que interfieren en los procesos de equilibrarían examinados anteriormente. (M, 1973)

2.1.2.1 Crecimiento poblacional SEGÚN SU SECTOR O PARROQUIA (Según Censo 2010)

Un censo es un conteo y recuento de la población de un determinado país cada una cierta cantidad de tiempo, comúnmente, los censos son realizados cada 10 años, este estudio demográfico, arroja datos importantes para los institutos de estadística nacionales, a fin de constatar la cantidad de personas por región que hay y que necesidades o características específicas tienen las viviendas en las que habitan. (Censo, 2012)



Figura N° 3 crecimiento poblacional
Fuente: Inec

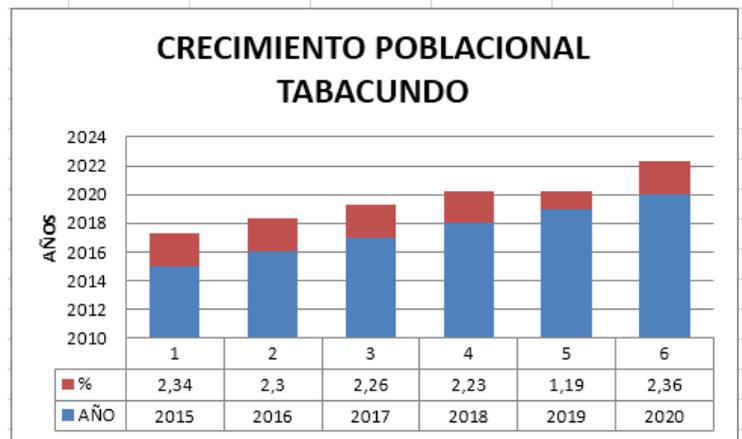


Figura N° 4 crecimiento poblacional de tabacundo
Fuente: Gad Pedro Moncayo, censo 2010

El crecimiento poblacional en Tabacundo en el 2017 ha crecido 2,6% de gran forma su población, y es por eso que hay la necesidad de un Centro de Estimulación Pre y Pos natal para los futuros pobladores de esta zona

2.1.2.2 Tasa de Desempleo

(Martínez, 2009, pág. 109) “Menciona que la “Carencia o falta de empleo u ocupación para aquellas personas en edad laboral que se encuentran desocupadas o desempleadas por causas ajenas a su voluntad.”

	2012	2013	2014	2015	2016
DESEMPLEO	4.10%	4.20%	3.70%	3.80%	5.70%

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, año 2016
Elaborado: Alba Arpi

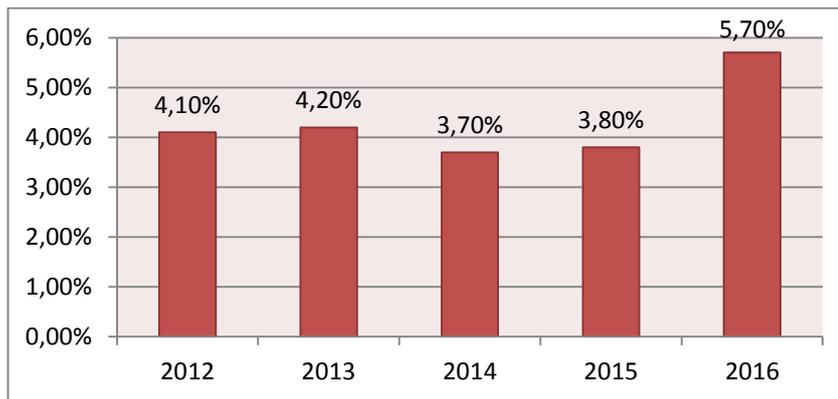


Figura N° 5 Tabla de Desempleo
Fuente: Inec

Como se observa los índices a nivel nacional han tenido un incremento de 1,9% puntos a comparación del mismo periodo en el año 2016 (5,70%), en estos últimos meses los ecuatorianos han vivido tiempos muy difíciles por la nueva políticas económicas emergentes que el gobierno ha tomado, la inestabilidad y muchos motivos más, ha provocado que existan despidos intempestivos en el nuestro país provocando desempleo y falta de circulante por este motivo, afectando directamente a las empresas ya que si las personas no tienen dinero no pueden consumir los productos o servicios ofertados.

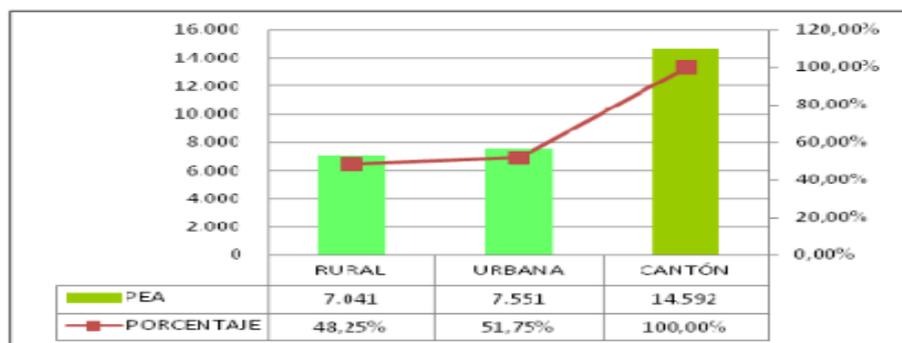


Figura N° 6 tasa de desempleo de tabacundo
FUENTE: INEC-CPV 2010
Elaboración: Equipo Técnico

En los últimos años la tasa de desempleo ha crecido en la zona de tabacundo y hoy en día se hace cada vez más difícil de conseguir un trabajo.

Las microempresas son una de las soluciones que existen hoy en día para poder tener un ingreso económico y también para poder ayudar a otras personas que necesitan trabajo

2.1.2.03 PEA (Población Económicamente Activa)

La PEA está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados). (INEC, 2010)

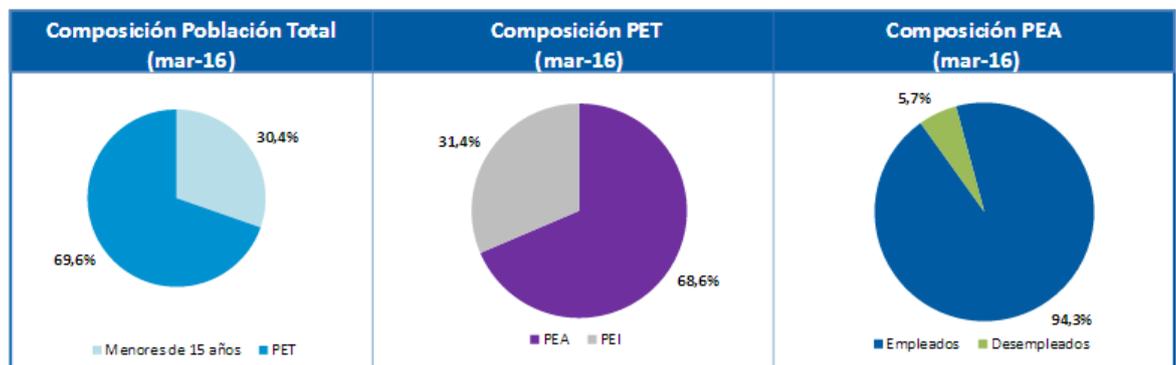


Figura N° 7 Población Económica Activa

Fuente:Inec

Durante septiembre del 2016 a nivel nacional se tiene que la población total, el 94,3 % está en edad de poder trabajar y el 5,7% de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa.

Tabla N° 5 PEA (Por parroquia)

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA				
CATEGORÍA / ÁREA	PEDRO MONCAYO			
	ÁREA URBANA		ÁREA RURAL	
	Total	%	Total	%
ACTIVA (a)	4816	62,88%	9776	55,69%
OCUPADOS	4635	96,24%	9550	97,69%
DESOCUPADOS	181	3,76%	226	2,31%
POBLACIÓN INACTIVA				
INACTIVA (b)	2843	37,12%	7777	44,31%
PET (a+b)	7659	100,0%	17553	100,00%

Fuente: Censo INEC, 2010

Elaborado por: IEE 2013

Al observar los gráficos se puede determinar que el PEA representa más de la mitad de la población total y esto es beneficiosa ya que existen personas en la oferta laboral y al adquirir un empleo estarán en la posibilidad de consumir bienes y servicios. Además, significa que existe mano de obra suficiente

2.1.3 Factor legal

En los negocios nacionales e internacionales interviene diferentes factores. Entre ellos se encuentran los factores legales, los cuales hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales.

Son distintos los mecanismos de normatividad en cada país ya que son influenciados por el tipo de gobierno que prevalece en ese momento, es decir a la ideología política que tenga.

Según (Urbina G. B., 2009, pág. 4) “todas la actividades económicamente activas son regidas bajo un gobierno que rige a las instituciones e individuos a través de leyes previamente establecidas.”

2.1.3.01 Requisitos

2.1.3.02 Requisitos Para Crear Una Pymes

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

2.1.3.03 Personas Naturales

- Presentar el original y la copia de la cedula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hoja de identificación y tipo de visa
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio

2.1.3.04 Requisitos Para Sacar La Patente

- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno
- Copia de la cédula y certificado de votación
- Copia del Registro Único de Contribuyentes.

- Original y copia de la licencia de conducir, categoría profesional, en el caso de que realice actividades de transporte.
- Original y copia del carné del CONADIS en el cual se verifique el grado de discapacidad que posea el administrado.

2.1.3.05 Permiso De Los Bomberos

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección del local
- Copia de la cedula de identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia de la patente municipal

2.1.3.06 Requisitos Para El Permiso De Funcionamiento Sujeto A Vigilancia Y Control Sanitario.

- Obtener previamente la clave de acceso e ingresar la información solicitada de acuerdo al formulario de solicitud.
- Escanear e ingresar en el sistema del Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) todos los documentos adjuntos al formulario de solicitud.
- Ingresar la información de los formularios y los documentos en el sistema informático de la ARCSA.
- El sistema notificará y autorizará el pago correspondiente a la revisión de la documentación.

- La ARCSA revisará que la documentación se encuentre completa y si la información es correcta en el término de siete días.
- Se autorizará el pago del Registro Sanitario. El sistema notificará al usuario la cantidad a pagar.
- Se enviara la factura vía electrónica y el usuario la deberá imprimir.
- Si ninguno de los informes tuvo objeciones, se emitirá el Certificado de Registro Sanitario en el término de cinco días.
- El certificado de Registro Sanitario se publicará en el sistema y se lo dejará disponible para que el usuario.

2.1.3 Factor tecnológico

Conforme (Griffin, 2011, pág. 68) menciona: “La dimensión tecnológica del entorno general se refiere a los métodos disponibles para convertir los recursos en bienes o servicios.”

El factor tecnológico es de mucha importancia para el correcto funcionamiento de nuestra microempresa para ofrecer un servicio de calidad y calidez ya que se quiere brindar un servicio con diversas actividades para lograr grandes cambios y una excelente acogida por parte de los infantes y los padres de familia.

La inversión, la innovación y el desarrollo es una de las prioridades que se debe implementar en la empresa para ofrecer un servicio que satisfaga los requerimientos de diversión con técnicas de aprendizaje significativo a través de juegos y uso de material lúdico.

La tecnología avanza en pasos muy gigantes con el objetivo de ayudar al ser humano y las investigaciones va de la mano con la tecnología que nos ayudara a realizar mejor nuestro trabajo en el Centro de Estimulación pre y pos natal

2.1 Entorno Local

“Las organizaciones tienden a enfocar su atención sobre sus entornos de tareas, estos entornos incluyen competidores, clientes proveedores, socios estratégicos. Aunque el entorno de tareas es complejo proporciona información útil con mayor facilidad”. (Griffin, 2011)

2.1.1 Clientes

“Cualquier persona que pague dinero por adquirir los bienes o servicios de una organización. El adquirir algo de manera frecuente u ocasional para satisfacer las necesidades, los servicios o productos que oferta un profesional o una empresa.” (Griffin, 2011)

Un cliente es la persona que adquiere de forma voluntaria un servicio, se deberá tomar en cuenta que clases de clientes requiere el servicio de la empresa en este caso nuestros clientes será las madres embarazadas y con hijos de la parroquia de Tabacundo.

2.2.1.01 Clientes Internos

Los clientes internos que conforman el centro de estimulación pre y pos natal son aquellos que trabajaran y aportaran con sus conocimientos para dar un mejor servicio

2.2.1.02 Clientes Externos

Los clientes externos son aquellos que van a requerir de un servicio como Centro de Estimulación pre y pos natal dentro de ellos están las madres de familia y niños/as

Tabla N° 6 Matriz de Clientes

MATRIZ DE CLIENTES			
N°	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONOS
1	Centro Médico Tabacundo	Calle García moreno y 9 de octubre	2365/685
2	Colegio Nacional Tabacundo	dirección González Suárez 558	2366/148
3	Flor Eloy S.A.	Panamericana norte km3 sector guáchala detrás del castillo de guáchala	2363-683 / 2363-684
4	Florifrut S.A.	calle pasqué sector hangumba	2366-654 / 2365-284

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

2.2.2 Proveedores

Un proveedor es un ente que se encarga del abastecimiento de un bien o servicio hacia otro ente al que le haga falta, visto desde este punto de vista es un término bastante amplio, que puede ser empleado desde lo más básico como el hecho de que el proveedor de un hogar es el padre o madre, responsable de suministrar todo

aquello que sea necesario para el fortalecimiento del núcleo familiar. (Venemedia, 2014)

2.2.2.1 Proveedores de maquinaria.

Tabla N° 7 Tabla de Proveedores

PROVEEDORES	UBICACIÓN	MATERIAL	COSTOS
<ul style="list-style-type: none"> Mueblecom 	Av: América N16-51 y Río de Janeiro	<ul style="list-style-type: none"> - Mesa - Sillas - Anaqueles - Archivadores 	1.500\$
<ul style="list-style-type: none"> Mega sport 	Asunción Oe3-121 y América	<ul style="list-style-type: none"> -Colchonetas -Rampas yescalera de espuma -Pelotas terapéuticas -Alfombra o piso microporoso -Rodillos 	1000\$
<ul style="list-style-type: none"> Centro comercial ipiales (sección electrodomésticos) 	Av 10 de Agosto N37-232 y Villalengua	<ul style="list-style-type: none"> - Tv - Dvd - Radio - Pc - Impresora - 	1.500\$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

2.2.3 Competidores

Según (Griffin, 2011, pág. 71) menciona: Los competidores de una organización son todas las organizaciones que compiten con ella por los recursos. El recurso más evidente por el que se enfrentan los competidores es el dinero de los clientes.”

Tabla N° 8 Matriz de Competidores

COMPETIDORES	LOCAL	DIRECCIÓN / TLF:
	Centro de estimulación pre y postnatal	Av. Joaquín Orrantía y Juan Tanca Marengo, Plaza del Sol. 09 9442 6382
	Centro Psicoprofilaxis Obstétrica y Estimulación Pre y Post Natal	Av. Carlos Izaguirre 1132 - los Olivos 637-3761
	Estimulación temprana para bebés Baby'sGym	Orquídeas y Guayacanes 0980483127

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Análisis: el mercado comercial y la competencia se analizan para evaluar las capacidades, habilidades y estrategias q poseen a nivel de la competitividad de una micro empresa, la competencia tendrá una medida de impacto medio representando una amenaza

2.3 Análisis Interno

Según (Casado-Sellers, 2006, pág. 38) menciona: “Permite determinar cuáles son los puntos fuertes y débiles de la empresa con el contexto analizado.”

2.3.1 Propuesta Estratégica

La planeación estratégica o propuesta estratégica es una función administrativa en la cual se decide lo que la empresa quiere a futuro definiendo los resultados, estrategias, políticas, programas y de qué manera se va a lograr, toman decisiones de una mejor manera y más racional, estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo. (Sánchez Marín, 2003)

Satisfacer la necesidades de nuestros clientes, a traves de actividades de estimulación con novedosos metodos , para favorecer el aprendizaje significativo de las futuras madres de familia y posterior mente de los niño(a) sin caer en la monotonía o sedentarismo

2.3.1.1. Misión

Ser una empresa que ofrece servicio de calidad y calidez infundiendo principios y valores de la empresa. La empresa garantizar a los clientes el derecho de recibir información veraz objetiva y oportuna con comunicación libre y participativa en todas las actividades que realice la empresa

2.3.1.1.01 Formulación de la misión

Tabla N° 9 Misión

PRINCIPIOS	
Calidad del Servicio	Satisfacer la necesidad del cliente.
Trabajo en Equipo	Buen ambiente laboral.
VALORES	
Respeto	Excelente presentación del producto y buena convivencia dentro de la microempresa.
Confiabilidad	Confianza en el servicio que se ofrece al cliente.
Lealtad	Fidelidad con los principios y valores de la microempresa.
ELEMENTOS PARA DEFINIR LA MISIÓN	
Naturaleza del negocio	Atención a nivel social, corporativo.
Razón de ser o de existir	
Mercado al que sirve	Personas en general.
Características del servicio	Es un servicio que tiene por finalidad ofrecer un conjunto de intervenciones dirigidas a las madres de familia
Principios y Valores	Respeto, Confiabilidad y lealtad.

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimiamba

2.3.1.2 Visión

Para el 2018 ser un centro de estimulación Pre y Pos natal "J&E". Será una empresa líder en área de estimulación pre y post natal, comprometida con el progreso sustentable y sostenible de la sociedad, con sujeción al Plan Nacional de Desarrollo y Régimen del Buen Vivir.

2.3.1.2.01 Formulación De La Visión

Tabla N° 10 Visión

PRINCIPIOS	
Calidad de Servicio	Satisfacer la necesidad del cliente.
Trabajo en Equipo	Buen clima laboral.
VALORES	
Respeto	Excelente presentación del producto y buena convivencia dentro de la microempresa.
Confiabilidad	Confianza en el servicio que se ofrece al cliente.
Lealtad	Fidelidad con los principios y valores de la microempresa.
ELEMENTOS PARA DEFINIR LA VISION	
Posición deseada en el mercado	Reconocida en el mercado nacional.
Tiempo	3años.
Mercado de la empresa	Cayambe
Servicios	Una estimulación de calidad
Principios y Valores	Lealtad y Confiabilidad al servicio del cliente.

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

2.3.1.3 Objetivos

Es una actividad fundamental en la gestión de las organizaciones, Un objetivo es el fin que se procura lograr, a través de los respectivos esfuerzos y recursos.

2.3.1.3.1 Objetivo General

Estudiar el campo en donde se realiza el proyecto de la empresa que abarca las finalidades más grandes que sea desea conseguir con la empresa. Mediante sus servicios especializados en las madres, niñas/os con conferencias, charlas motivadoras y ejercicios.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar una investigación de mercado para conocer los gustos, preferencias de los clientes.
- Realizar un estudio financiero para lograr minimizar los costos y gastos para conocer si la empresa va tener utilidad o perdida.
- Implementar un estudio técnico para la organización de las actividades donde los infantes tengan un espacio adecuado para realizar las diferentes actividades fortaleciendo el desarrollo integral de los niños.

2.3.1.4 Principios y / o valores

Principios:

➤ Resultados

La empresa de estimulación "J&E" quiere obtener alta rentabilidad en Tabacundo para poder mantenerse por mucho tiempo en la zona dando los servicios de estimulación

➤ Innovación

La empresa contara con equipos de calidad para dar el excelente servicio a los moradores de Tabacundo y perpetuamente estarán al tanto de la tecnología para poder innovar los equipos que sean necesarios

➤ Servicios

Ofrecer a los clientes un excelente servicio para que se sientan cómodos y el familia

➤ Calidad

La empresa deberá contar con personal capacitada en la materia de estimulación para dar un servicio de calidad

➤ Desarrollo y Bienestar

Proporcionar una excelente ambiente laboral a los colaboradores de la empresa fomentando los compañerismos, trabajo en equipo, cooperación entre el personal docente y administrativo de la empresa

➤ Tener documentos claros:

Para el buen funcionamiento de la empresa se poseerá los documentos correspondientes de la empresa para que los clientes y los colaboradores se sientan seguros y respaldados por una empresa legal

➤ Profesionalidad:

El personal de la empresa tendrá valores éticos y morales para tratar a los clientes y a los compañeros de trabajo

Valores:

➤ Compromiso

Que el personal docente y administrativo de la empresa se ponga la camiseta y se comprometa a la diferente circunstancia que tenga la empresa

➤ Integridad

Que el personal docente y administrativo actúen con ética y moral en el trabajo para brindar un buen servicio a los clientes.

➤ Puntualidad

Que el personal cumpla y que haga cumplir el horario dicho por la empresa.

➤ Creatividad

Que el personal docente y administrativo siempre estén renovando su estilo de trabajo en beneficio de la empresa y de las clientes

➤ Amabilidad

Que el personal de la empresa este constantemente con el buen trato y respeto a los clientes y personas ajenas a la empresa

➤ Paciencia

Que el personal atienda de una manera óptima a todos los requerimientos por el cliente externo.

➤ Honestidad

Perpetuamente hablar y comportarse de manera adecuada en la empresa demostrando los valores que se le han inculcado en ella.

➤ Libertad:

Respetar las diferentes opiniones y actitudes de la persona a favor del crecimiento de la empresa

➤ Calidad

Que todo el personal realizar un excelente trabajo en equipo desde el inicio, hasta el final para dar un buen servicio.

➤ Trabajo en equipo

Que el personal trabaje en buscar del alcance de los objetivos, plasmados por la empresa. Obteniendo los niveles de calidad más altos del servicio y sobre todo la excelencia en el servicio prestado.

2.3.2 Gestión Administrativa

Planificar

Es un término que define un conjunto de acciones orientadas al logro de un resultado claramente definido, siempre y cuando se posea un alto nivel de certidumbre sobre la situación en que estas van a llevarse a cabo, y un elevado control de los factores que permitirán que se alcance el resultado perseguido. (Matilla, 2011)

El planificar de una empresa se basa en lograr diferentes propósitos que contribuyan con diferentes finalidades y metas que disciplinen una dirección y un sentido de desempeño, puede ayudar a lograr o incrementar el éxito, facilitando a la

dirección el cambio y a la adaptabilidad del entorno mediante las actividades concretas de todas las secciones de la empresa,

Organizar

Según menciona:

“La siguiente función administrativa es organizar a las personas y los demás recursos necesario para realizar el plan. En específico la organización incluye determinar en qué forma agruparan las actividades y los recursos.” (Griffin, 2011, pág. 8)

El organizar de una empresa se basa en trabajar en equipo para que en este proceso se identifiquen las funciones, actividades y trabajos, se disponen los recursos materiales y humanos necesarios para efectuarlos, así alcanzar las metas propuestas.

Dirección

“Dirección es el conjunto de procesos utilizados para hacer que los miembros de la organización trabajen juntos para promover los intereses de la organización, esta es una de las actividades más desafiantes.” (Griffin, 2011, pág. 9)

El direccionamiento de la empresa estará a cargo del administrador y sobre todo con la colaboración de los respectivo personal, sus principales funciones es guiar, motivar y supervisar las operaciones y el esfuerzo de cada integrante de la empresa realiza con la finalidad de llevar todos a cumplir los mismos propósitos.

Control

Fase final es el control o monitoreo del progreso de la organización hacia sus metas, mientras la organización se mueve hacia sus metas, los gerentes deben monitorear el progreso para asegurarse de que se desempeñe de forma que llegue a su destino en el tiempo asignado. (Griffin, 2011, pág. 9)

Mediante esta acción se busca controlar las actividades que se efectúan para el cumplimiento de metas y objetivos.

El control consistirá en realizar una evaluación de los procesos y del personal de la empresa, y de esta manera poder verificar sus desempeños y de ser el caso posible corregir los errores que pudieran existir

2.3.2.02.01 Organigrama Estructural

(Hernández, 2007, pág. 87)“Es la representación gráfica de la estructura formal de autoridad y de la división especializada del trabajo de una organización por niveles jerárquicos.”

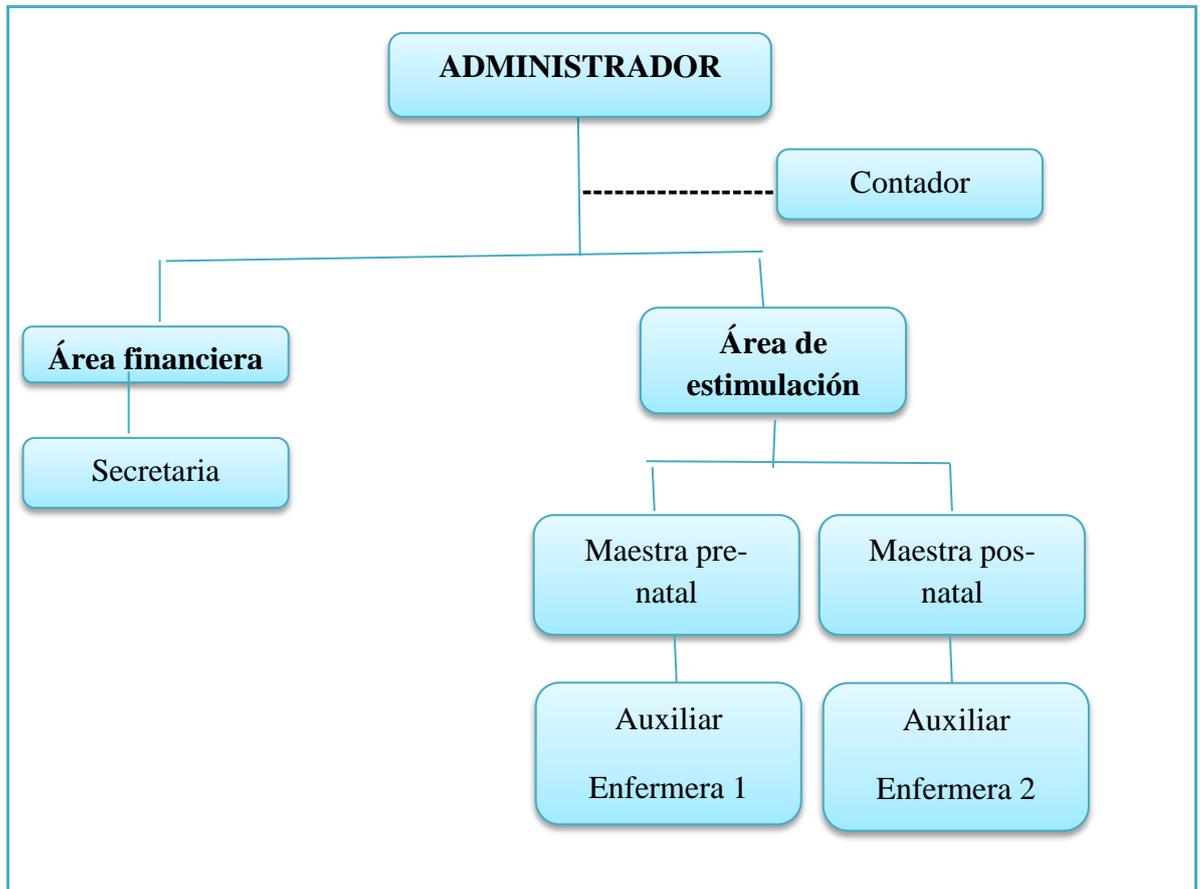


Figura N° 8 Organigrama Estructural
Elaborado por: Jessica Ibis Evelyn Quimbiamba

2.3.2.02.02 Perfil de puesto o cargo

Tabla N° 11 Perfil de puesto: Administrador

Descripción del cargo	
Actúa como representante legal de la empresa, es el encargado de establecer las políticas operativas, administrativas y de calidad de la empresa.	
Cargo:	Administrador
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
Sueldo	\$360
FUNCIONES	
<p>Función principal</p> <ul style="list-style-type: none"> Definir metas, establecer estrategias y desarrollar planes para coordinar actividades. <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar qué actividades deben realizarse, con quien se cuenta para realizarlas, como se van a agrupar las actividades, quien va a informar a quien y que decisiones tienen que tomarse. Incluye motivar a empleados, dirigir a otros, seleccionar los canales de comunicación más efectivos y resolver conflictos. Seguimiento de las actividades para asegurarse de que se están cumpliendo como planearon y corregir cualquier desviación significativa.. <p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Es responsabilidad del propietario, determinar las responsabilidades y funciones de las demás dependencias. Es el responsable de controlar la gestión de las demás dependencias. 	
Requisitos de Educación:	Título de tercer nivel en ingeniería o a fines
Requisitos de Experiencia:	(2) años de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis y Evelyn Quimbiamba

Tabla 1 Perfil de Puesto: Contador

Descripción del cargo	
Actúa como representante legal de la empresa, es el encargado de establecer las políticas operativas, administrativas y de calidad de la empresa.	
Cargo:	Contador (externo)
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
Sueldo	\$60
FUNCIONES	
<p>Función principal</p> <ul style="list-style-type: none"> Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas. Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar. Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones. Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA. <p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Revisar que se cumplan con los principios de contabilidad de aceptación general. Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad. 	

- Responsable en cumplimiento de las funciones y objetivos del área.
- Velar por la aplicación de la norma y el cumplimiento de las normas de la organización.
- Cuidar el resguardo y mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada por la organización y por el cliente
- Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad y salud en el trabajo.

Requisitos de Educación:	Título de tercer nivel en contabilidad
Requisitos de Experiencia:	(2) años de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis y Evelyn Quimbiamba

Tabla 2 Perfil de Puesto: Secretaria

Descripción del cargo	
Cargo:	Secretaria
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
Sueldo	\$360
FUNCIONES	
Función principal	
<ul style="list-style-type: none"> • Brindar a la empresa un apoyo incondicional con las tareas establecidas, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir en el área del mercadeo 	
Funciones secundaria	
<ul style="list-style-type: none"> • Velar porque los registros y documentos institucionales, estén claramente fundamentados en los principios de nitidez, claridad y legalidad. • Atención telefónica y personalizada. • Ser el centro de comunicación e información a nivel general. 	
Responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none"> • Manejar actos de confianza de la Gerencia • Manejar la caja menor. • Atender los visitantes y contactos telefónicos con actitud proactiva y auto motivada, de orientación al cliente, aplicando la estrategia de servicio integral con calidad, excelencia y efectividad proyectando la buena imagen corporativa 	
Requisitos de Educación:	Tener un título de tercer como parvulario o fines
Requisitos de Experiencia:	(1) año de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis y Evelyn Quimbiamba

Tabla N° 12 Perfil de Puesto: Maestra pre-natal

Descripción del cargo	
Cargo:	Maestra pre-natal
Número de Personas en el Cargo:	Una (1)
Sueldo	\$360
FUNCIONES	
<p>Función principal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compartir sus conocimientos • Programar, desarrollar, evaluar al currículo • Integrar las diversas comisiones y colaborar con la dirección del centro de estimulación. <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar y mantener comunicación permanente con las madres en gestación • Realizar la evaluación integral de las madres a su cargo • Participar en la elaboración, ejecución y evaluación del plan anual del centro de estimulación <p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener y propiciar una comunicación permanente con los integrantes del centro de estimulación y con las autoridades superiores • Capacitarse permanentemente 	
Requisitos de Educación:	Tener un título de tercer como parvulario o fines
Requisitos de Experiencia:	(3) años de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis y Evelyn Quimbiamba

Tabla N° 13 Perfil de Puesto: Maestra pos -natal

Descripción del cargo	
Cargo:	Maestra post-natal
Número de Personas en el Cargo:	Una (1)
Sueldo	\$360
FUNCIONES	
<p>Función principal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participar en acciones programadas de investigación y programación de métodos y técnicas de trabajo. • Organizar y ambientar el aula. • Preparar el material adecuado para la estimulación. <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar y mantener comunicación con las nuevas madres de familia • Mantener actualizada la documentación pedagógica y administrativa a su cargo • Realizar la evaluación integral de las madres a su cargo <p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar en coordinación con las demás docentes del centro de estimulación • Capacitarse permanentemente 	
Requisitos de Educación:	Tener un título de tercer como parvulario o fines
Requisitos de Experiencia:	(3) años de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis y Evelyn Quimbiamba

Tabla N° 14 Perfil de Puesto: Auxiliar Enfermera

Descripción del cargo	
Cargo:	Auxiliar enfermera
Número de Personas en el Cargo:	Una (2)
Sueldo	\$360
Funciones	
<p>Función principal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaborar en el cumplimiento y recogida de la información y documentación de la maestra pre y pos- natal • Realizar investigación del campo laboral. (estimulación pre y pos-natal) <p>Funciones secundaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recogida y limpieza del material • Acompañar a las maestras y a los recién nacidos en las siguientes actividades de estimulación. <p>Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de cuidado de su área de trabajo • Mantener clima laboral armonioso • Capacitarse permanentemente 	
Requisitos de Educación:	
Requisitos de Experiencia:	(1) años de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis y Evelyn Quimbiamba

2.3.2.03 Dirección

“Dirección es el conjunto de procesos utilizados para hacer que los miembros de la organización trabajen juntos para promover los intereses de la organización, esta es una de las actividades más desafiantes.” (Griffin, 2011, pág. 9)

Dentro de esta actividad, se encuentra la ejecución de los planes conjuntamente con todos los miembros de la organización, con ayuda de ciertas herramientas como: motivación, la comunicación y supervisión para alcanzar las metas planteadas

2.3.2.04 Controlar

“Fase final es el control o monitoreo del progreso de la organización hacia sus metas, mientras la organización se mueve hacia sus metas, los gerentes deben monitorear el progreso para asegurarse de que se desempeñe de forma que llegue a su destino en el tiempo asignado.” (Griffin, 2011, pág. 9)

Mediante esta acción se busca controlar las actividades que se efectúan para el cumplimiento de metas y objetivos.

2.3.3 Gestión Operativa

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

2.3.3.01Flujograma de Procesos o de servicios

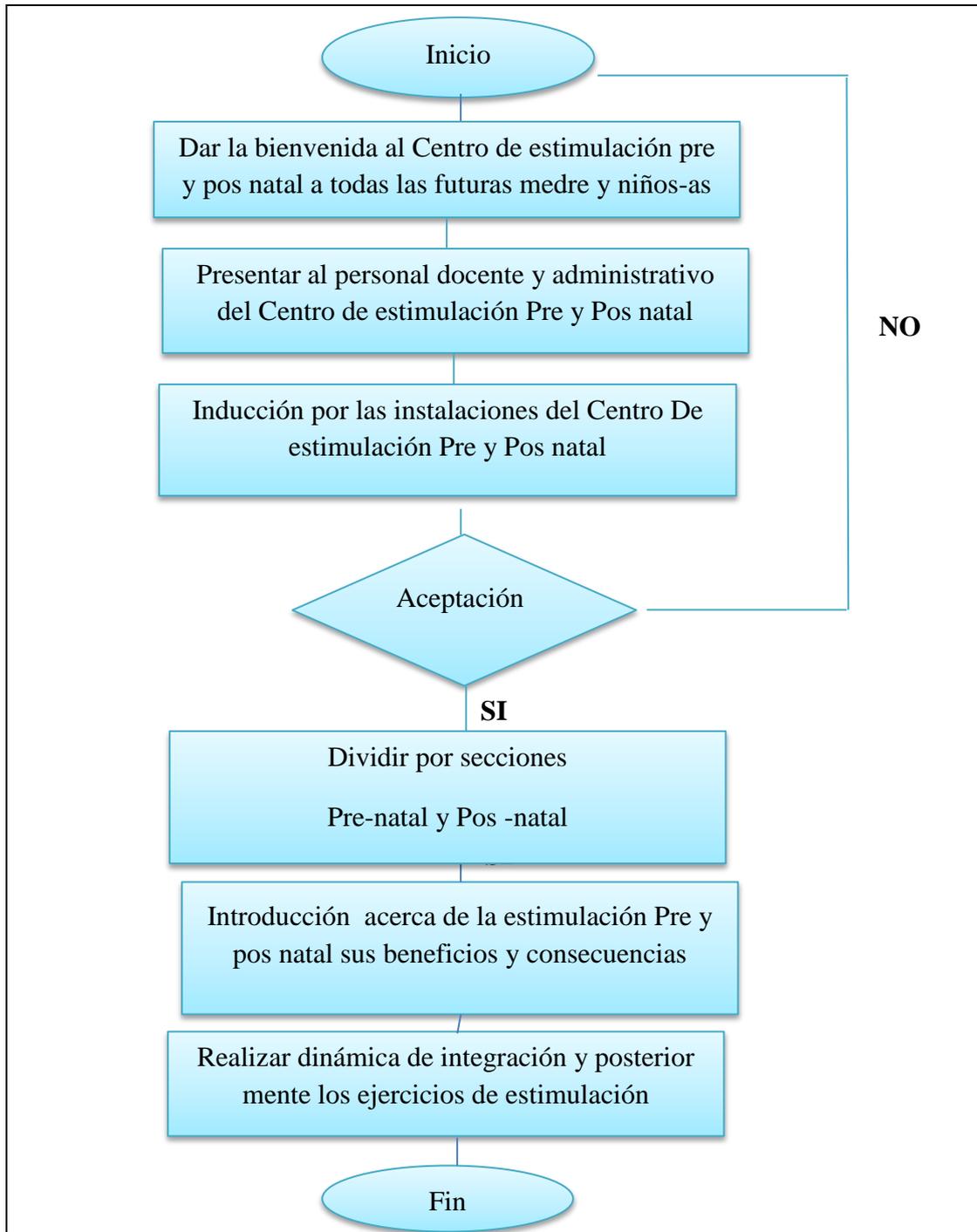


Figura N° 9 Flujograma de Servicios

Fuente: Lic. Estefanía Flores

Elaborado por: Jessica Ilbis y Evelyn Quimbiamba

2.3.4 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 del servicio al cliente y servicios de calidad. (Herrera, 2005)

La empresa tendrá que hacerse conocer abrir campo en el ámbito nacional e internacional, también mantendrá la buena atención y satisfacción de sus clientes ya que la mejor gestión comercial es a través del propio cliente que hace uso de los servicios brindados por el Centro de Estimulación

2.3.4.01 Servicio

La empresa se caracteriza por brindar un servicio de calidad y calidez poniendo énfasis en el bienestar de nuestros clientes.

Pre-natal



Fuente: <https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=imagenes+de+estimacion+prenatal&>*

- Charlas e información de acuerdo a su tiempo de gestación
- Juegos con una linterna. movimientos suaves para que el bebé pueda seguir la luz.
- Destaparse la barriguita unos segundos para tomar el sol.
- Realización de bailes lentos y suaves.

Post- natal



Fuente: https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=imagenes+de+estimulacion+postnatal&*

- Masaje al bebe

Cognitivo

- Darle al bebé un golpecito suave en la punta de la nariz para estimular su reflejo de parpadeo.

Lenguaje

- Llamarlo por su nombre en un tono dulce

Motor fino

- estimular sus reflejos, si siempre tiene la mano cerrada frotar desde el dedo meñique hasta su muñeca para que abra la mano y le agarre el dedo, este pequeño ejercicio fomentará el desarrollo de la psicomotricidad del niño.

2.3.4.02 Precio

La empresa determina como política importante, que de cada servicio realizado tendrá un costo 100 \$

2.3.4.03 Plaza

El centro de estimulación pre y pos-natal está ubicado en el cantón Pedro Moncayo Parroquia de Tabacundo entre las calles sucre y bolívar, frente al centro de rehabilitación mental.

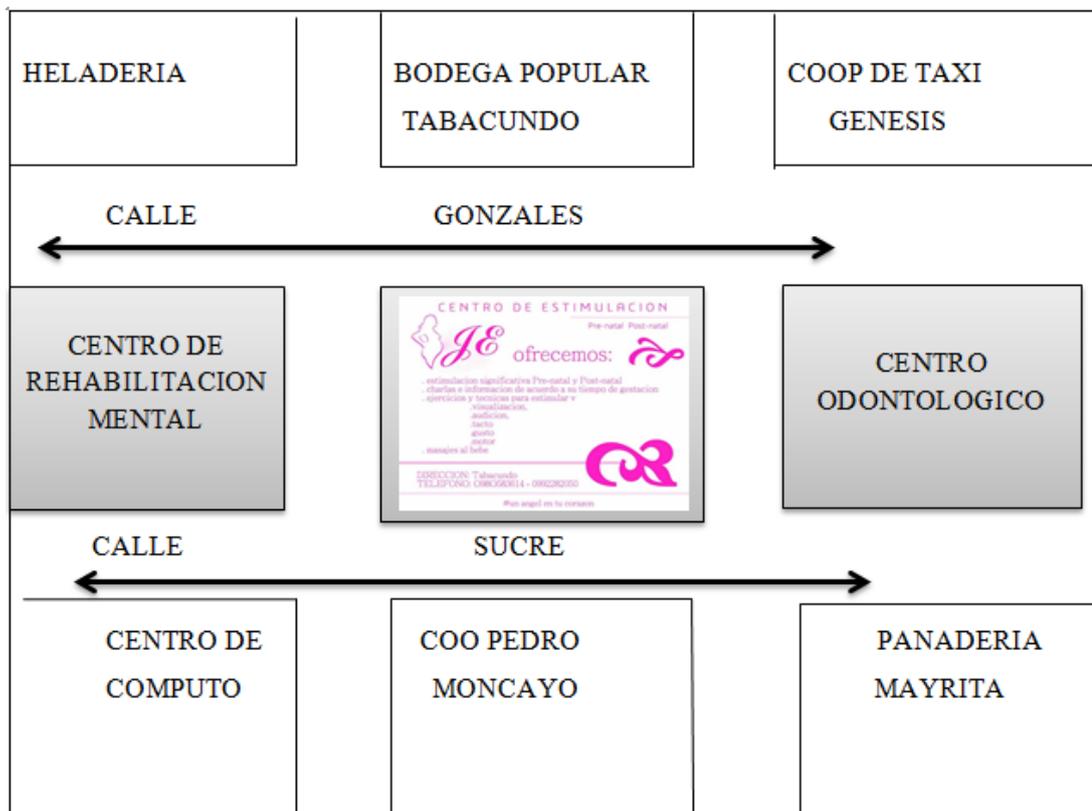


Figura N° 10 Plaza
Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

2.3.4.04 Promoción

- Por la inscripción de dos personas la tercera persona paga solo la mitad de la inscripción.

Por temporada navideña

- Promoción estimulación pre-natal: por tu constancia al centro de estimulación serás acreedora del baby shower
- Promoción estimulación pos -natal: por tu reingreso al centro de estimulación pos- natal recibe una canasta con productos Johnson Baby.

Por temporada de san Valentín

- Por San Valentín hazte acreedora de un paseo a un lugar recreacional para ti y tu familia
- Recibe una sesión de fotos gratuita
- Realización de un sorteo para una cena romántica

2.3.4.04.01 Logotipo



Figura N° 11 Logotipo
Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Significado de los colores

ROSADO: simboliza el cariño, amor y sobretodo la proteccion, tambien nos aleja de la soledad y nos convierte en personas sencibles.

BLANCO: El color blanco es el más puro de todos, así es que representa a la pureza.

2.3.4.04.02 Slogan:

UN ANGEL EN TU CORAZÓN

2.3.4.04.03 Material P.O.P

2.3.4.04.03.01 Camiseta



Figura Nº 12 Camiseta

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

2.3.4.04.03.02 Gorras



Figura Nº 13 Gorras

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

2.3.4.04.03.03 Toma todo



Figura N° 14 Toma Todo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

2.4 Análisis FODA

Según (Griffin, 2011, pág. 195) señala que: “Una de las herramientas para la planificación estratégica es el análisis FODA, los elementos se combinan mediante una matriz para ubicar las máximas oportunidades y fortalezas de la empresa o las debilidades y amenazas.”

Este análisis muestra la realidad que influye en la organización y su desarrollo mediante esta herramienta se determina los aspectos a fortalecer, disminuir el riesgo y encontrar soluciones para las debilidades. Además, se convierte en un marco de evaluación por determinar las fortalezas y debilidades de la empresa en el presente

2.4.01 Matriz FODA

Tabla N° 15 Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Personal con experiencia, y actitud positiva ➤ Precios accesibles, para toda la población que requiere de nuestros servicios ➤ Calidad y calidez en la atención que brindara el centro de estimulación ➤ Ubicación del local estratégica del centro de estimulación ➤ Excelente servicio del personal docente y administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No existe competencia en este servicio ➤ Crédito del gobierno para PYMES ➤ Crecimiento de alianzas para entrar en nuevos mercados ➤ Posibilidad que otras entidades apoyen la empresa
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Microempresa nueva y con poca experiencia en el campo ➤ Limites en el capital por la crisis económica del país. ➤ Poco conocimiento del personal docente en la estimulación temprana ➤ Mala administración. De recursos económicos por parte del administrador de la empresa ➤ Falta de publicidad televisiva y Radial. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dificultad en obtener permisos necesarios para la empresa ➤ Falta de acogida por la comunidad por falta de información acerca de la empresa ➤ Aparición de competidores en el sector. ➤ Inestabilidad política y económica del país

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Con el análisis de la matriz FODA se pueden ver las fortalezas y debilidades de la empresa relacionadas con sus oportunidades y amenazas dentro del mercado en el cual como empresa debe vencer la competencia que será realmente fuerte en un país que es muy competitivo y emprendedor.

CAPÍTULO III

3. Estudio Mercado

Para (Philip Kotler& Paul Bloom, 2004, pág. 10), el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"

Análisis Situacional

Análisis Situacional es un método que permite analizar dificultades, fallas, oportunidades y riesgos, para definirlos, clasificarlos, desglosarlos, Jerarquizarlos y ponderarlos, permitiéndole así actuar eficientemente con base en criterios y/o planes establecido. (Valle, 2012, pág. 9)

3.1.01 Objetivo del estudio de mercado

El objetivo del estudio de mercado incluye ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

3.1.02 Objetivos específicos del estudio del mercado

- Garantizar a los clientes un servicio de excelente calidad
- Conocer cuáles son las exigencias de los clientes en cuanto al servicio de estimulación pre y post-natal
- Clasificar el mercado al que va dirigido el servicio.

3.1.03 Segmentación de Mercado

Según (Kotler P. , 2009, pág. 256) establece “que la segmentación de mercados es un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa”

Tabla N° 16 Segmentación de Mercado

CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS	CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS
Provincia: Pichincha	Género: femenino
Cantón: Pedro Moncayo	Población: PEA
Localidad: calle Gonzales Suarez y Sucre Carrera Sucre	Nacionalidad: indistinto
	Nivel socio económico: Medio- bajo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

3.01.01 Determinación de Población y Muestra

3.01.01.01 Población

La población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y los objetivos de estudios. (Arias, 2006, pág. 81)

3.01.01.02 Tamaño del Universo

Tabla N° 17 Tamaño del Universo

UNIVERSO	N°-
POBLACION DE PEDRO MONCAYO	33 172
POBLACION DE LA "PARROQUIA DE TABACUNDO"	5.889

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

3.01.01.03 Muestra

Según (Tamayo, 1997, pág. 38), afirma que la muestra "es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico"

3.01.01.04 Formulación de la muestra

$$n = N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2$$

$$(N-1) E^2 + P \cdot Q \cdot Z^2$$

Nomenclatura:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o universo (5.889)

P= Posibilidad de éxito (50%)

Q= Posibilidad de fracaso (50%)

E2= Margen de error (5%)

Z2= Nivel de confianza (1,96)

Cálculo:

N= 5.889

P= 50%

Q= 50%

$$E^2 = 5\%$$

$$Z^2 = 1,96$$

$$n = \frac{5.889 \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot 1.96^2}{(5.889-1) 0,05^2 + 0,50 \cdot 0,50 \cdot 1,96^2} = 360$$

3.01.02 Técnicas de la obtención de la información

Existen varias formas para obtener información como:

➤ Entrevistas

Es una conversación por lo cual se quiere averiguar datos específicos sobre la información requerida. Incluye la opción de selección previa a quien o quienes se va a realizar. Igualmente, no puede ser aplicada a cualquiera, sino establecer previamente con el entrevistado los objetivos, tiempo y la utilización de tales

Resultados. Una modalidad de la entrevista es el focus group o grupo de foco, entrevista que permite obtener mayor información en menor tiempo y menos recursos. Esta técnica tiene la desventaja de ser aplicada a pocas personas y de trabajar luego sobre aquellas respuestas que sean útiles; así mismo no garantiza que toda la intervención pueda ser asumida como objetiva. (Villafuerte, 2010)

➤ Observación

No solamente es la más universal si no la más antigua, porque coloca al investigador frente a la realidad de manera inmediata, la captación de lo que acontece en el entorno del investigador es de tipo sensorial, y como tal puede

estar sesgada a partir de las limitaciones propias de los sentidos, por lo que se recomienda que sea:

a) Estructurado: Porque el investigador previamente tiene que delimitar que aspectos va a observar escogiendo lo que es más importante a lo que le interesa. Así mismo es muy conveniente que el investigador se ponga en contacto con la realidad para de esa forma tener en cuenta un interés real por conocer lo que acontece a su alrededor, “Lo Estructurado es lo que no previamente se elabora”.

Tema de Investigación: “Profesionales que no tienen Empleo”

- Profesión
- Edad
- En que estuvo trabajando
- En que año termino
- En que año se graduó
- De que Universidad

En esta técnica el problema es la objetividad.

b) Participante: Se refiere a la intervención personal o directa de quien dirige la investigación o cuando se utiliza a otras personas para recoger información significa también que es una garantía de la objetividad que se pretende dar a la información recogida.

La Encuesta O Cuestionario

Tiene la ventaja de formular preguntas a más personas quienes proporcionan información de sus condiciones económicas, familiares, sociales, culturales y Políticas y en los que el anonimato constituye una ventaja porque no puede personalizarse las respuestas. Su desventaja está en la garantía de su aplicación, porque al requerir la intervención de muchas personas no se puede asegurar que estos cumplan con el cometido de recoger información que se Necesita, otra limitación proviene de la posible falsedad de las respuestas o cuando no se completa el cuestionario, no permitiendo establecer generalizaciones amplias. (Villafuerte, 2010)

Ficha de observación

Para la presente investigación se empleará el método de encuestas, esto nos permitirá recopilar información en poco tiempo debido al gran número de personas a encuestar, y a la vez obtener datos confiables y actuales para determinar la demanda y oferta que puede tener el centro de estimulación pre y post-natal

3.1.3 Resultados de las Encuestas

Tabla N° 18 Resultado de Encuestas

EDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 15 a 25	140	39%
DE 26 a 35	170	47%
Mas de 40	50	14%
Total	360	100%

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

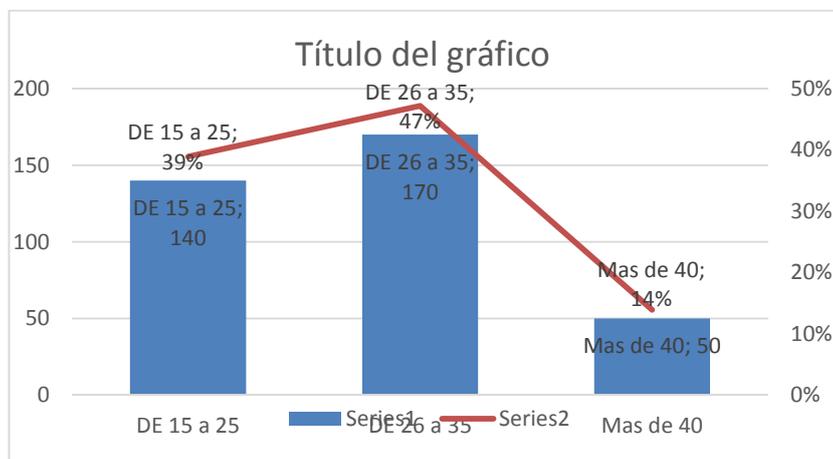


Figura N° 15 resultados de encuestas

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis:

Entre la población encuestada se encontró que el 47% tiene entre 26 y 35 años, siguiendo por un 39% en el rango de 15 a 25 años, con un 14% siendo mayor de 40 años.

La mayor parte de los encuestados son mujeres maduras que tienen 26 a 35 años (47%) como se muestra en la figura

Tabla N° 19 Encuesta de Genero

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mujeres	300	83,33%
Hombre	60	16,67%
TOTAL	360	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

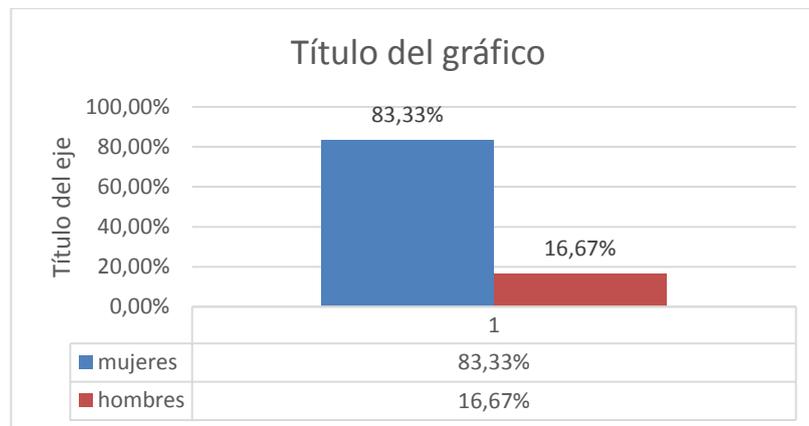


Figura N° 16 Encuesta de Genero

Fuente: estudio de Campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis:

De un total de 360 personas encuestadas se detecta el 83.33% son Mujeres, mientras que el 16.67% son hombres.

Dando a notar claramente que el género femenino predomina ante en género masculino con un 83.33 %

Pregunta 1 ¿Usted tiene mujeres embarazadas en casa?

Tabla N° 20 Pregunta N-° 1

Opciones	frecuencia	Porcentaje
SI	300	83,33%
NO	60	17%
TOTAL	360	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica ilbis, Evelyn Quimbiamba



Figura N° 17 Pregunta N-° 1

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis:

El 83,33% de personas encuestadas mencionan que tiene mujeres embarazadas en casa, mientras que el 17% menciona que no tiene mujeres embarazadas en casa.

Pregunta 2 ¿Cree usted que la Estimulación Pre y Post natal son importantes durante y después del Embarazo?

Tabla N° 21 Pregunta N-° 2

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	330	92%
NO	30	8%
TOTAL	360	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica ilbis, Evelyn Quimbiamba



Figura N° 18 Pregunta N-° 2

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis:

El 92% considera que es importante la estimulación pre y post natal durante y después del embarazo, mientras el 8% mencionaron que no tiene conocimiento sobre el tema.

En consecuencia es evidente que el (92%) sabe lo que es la estimulación pre y post natal durante y después de embarazo y creando una expectativa positiva para la empresa y su crecimiento.

Pregunta 3 ¿Porque medio le gustaría informarse del servicio de estimulación pre y post-natal?

Tabla N° 22 Pregunta N-° 3

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Internet	100	28%
Facebook	110	31%
Volante	120	33%
Whatsapp	30	8%
TOTAL	360	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica ilbis, Evelyn Quimbiamba

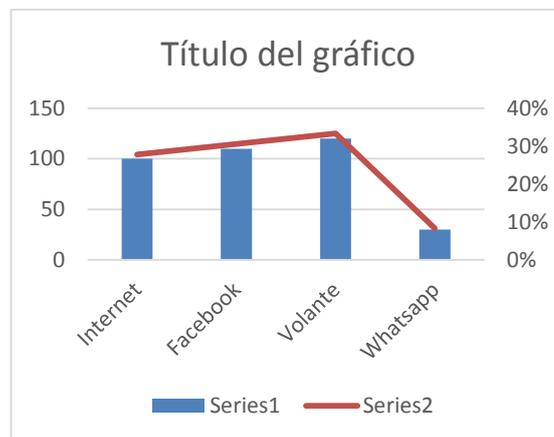


Figura N° 19 Pregunta N-° 3

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis:

El 33% considera que la mejor manera de informarse de los servicios del centro de estimulación pre y post natal es por los volantes, mientras el 31% menciona que es mejor por Facebook, mientras que el 28% expresa que el mejor medio es el internet, finalmente el 8% por whatsapp.

En consecuencia se evidencia que las redes sociales y el internet son favorables para ofertar los servicios de estimulación pre y post natal

Pregunta 4 ¿Tiene conocimiento de los servicios que brindan los Centros de Estimulación Pre y Post Natal?

Tabla N° 23 Pregunta N-° 4

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	250	69%
NO	110	31%
TOTAL	360	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba



Figura N° 20 Pregunta N-° 4

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis:

El 69% menciona tener conocimiento de los servicios que oferta un centro de estimulación pre y post natal, mientras el 31% no tiene conocimiento de lo que se ofrece en los centros de estimulación pre y post natal.

Pregunta 5 ¿Cree usted que en el Centro de Estimulación se debe trabajar con materiales didáctico y de aprendizaje significativo?

Tabla N° 24 Pregunta N-° 5

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	355	99%
NO	5	1%
TOTAL	360	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

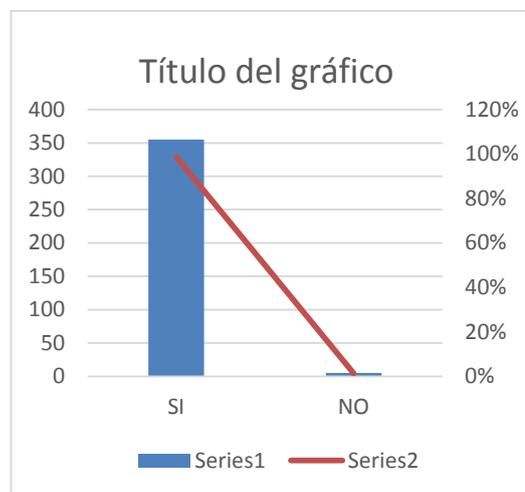


Figura N° 21 Pregunta N-° 5

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis.

El 99% consideran que los materiales didácticos en el centro de estimulación pre y post natal son importantes y necesarios para su aprendizaje, mientras el 1% no respondieron la pregunta.

Pregunta 6 ¿Con qué frecuencia le gustaría ir al centro de estimulación pre y post-natal?

Tabla N° 25 Pregunta N-° 6

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 vez por semana	20	6%
2 veces por semana	40	11%
3 veces por semana	200	56%
Toda la semana	100	28%
TOTAL	360	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba



Figura N° 22 Pregunta N-° 6

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis

El 56% menciona que le gustaría ir a un centro de estimulación tres veces por semana, mientras que el 28% le gustaría ir al centro de estimulación toda la semana, seguidamente el 11% le gustaría asistir al centro de estimulación 2 veces por semana, y finalmente el 6 % desean asistir al centro 1 vez por semana.

Pregunta 7 ¿Al dirigirse usted a un centro de Estimulación Pre y Post natal cuales fueron las cualidades para la aceptación del mismo?

Tabla N° 26 Pregunta N-° 7

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Atención al cliente	140	39%
Costo	170	47%
Materiales	20	6%
Infraestructura	30	8%
TOTAL	360	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

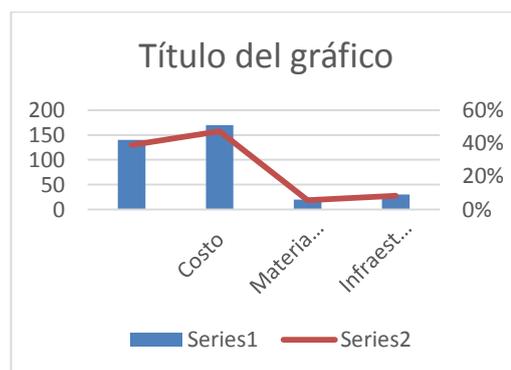


Figura N° 23 Pregunta N-° 7

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis:

El 47% menciona que lo primero que le interesa conocer de un centro de estimulación pre y post natal es el costo, mientras que 39% le interesa la atención al cliente, el 6% y el 8% les interesa más la infraestructura y los materiales. Es evidente que al (47%) de las personas les interesa el costo que tendrá los servicios que ofrece el centro de estimulación, por lo tanto la empresa debe pensar el bienestar económico de nuestros clientes.

Pregunta 8 ¿Le gustaría que se implemente un Centro de Estimulación Pre y Post natal en el sector de Tabacundo ?

Tabla N° 27 Pregunta N-° 8

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	252	70%
NO	108	30%
TOTAL	360	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

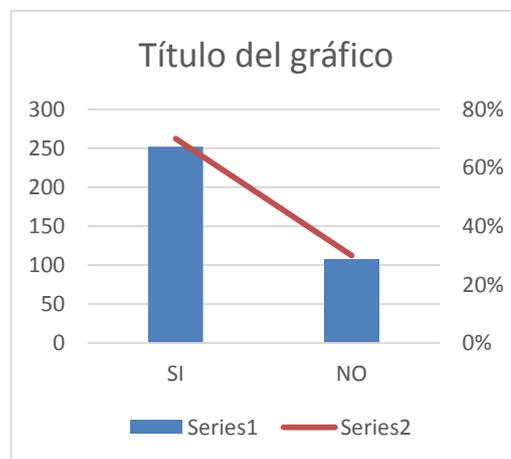


Figura N° 24 Pregunta N-° 8

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis:

El 70% está de acuerdo de que se implemente el centro de estimulación en el sector, mientras que el 30% no están de acuerdo por diversas razones injustificables

Por lo tanto la mayoría de las personas están de acuerdo que se implemente el centro de estimulación proporcionando una perspectiva favorable sobre el acogimiento de la empresa en el sector de Tabacundo

Pregunta 9 ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por el servicio de estimulación pre y post natal?

Tabla N° 28 Pregunta N-° 9

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
\$15	300	83%
\$100	50	14%
\$150	10	3%
TOTAL	360	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba



Figura N° 25 Pregunta N-° 9

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis:

El 83% menciona que está dispuesto a pagar \$15 dólares por el servicio de estimulación pre y post natal, mientras tanto el 14% están dispuestas a pagar \$100 dólares por la buena economía que poseen, y el 3% de ellas está dispuesta a pagar \$150 dólares por que tienen una buena economía

Pregunta 10 ¿Usted conoce Centros Infantiles en el sector de Tabacundo?

Tabla N° 29 Pregunta N-° 10

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	71	20%
NO	289	80%
TOTAL	360	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

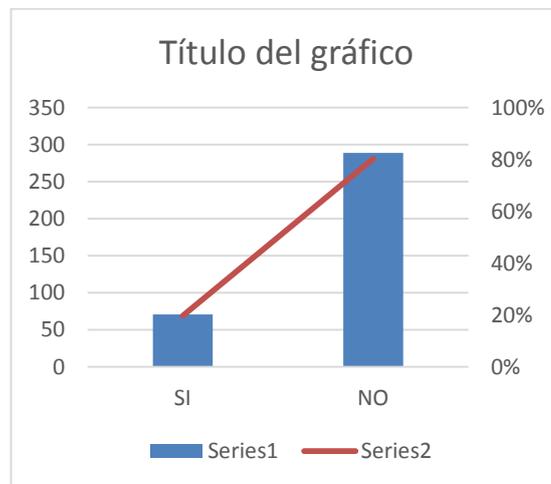


Figura N° 26 Pregunta N -° 10

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis:

El 80% de ellas no conocen Centros Infantiles en el sector de Tabacundo, no obstante el 20% si conocen Centro Infantiles en el sector de Tabacundo

Esto es muy favorable para la empresa por lo que la competencia en el sector de Tabacundo es menor, y serán la única empresa que brinde estos servicios a todas las mamitas que están embarazadas y las que deseen estimular a sus pequeños

Pregunta 11 ¿Dónde le gustaría que este ubicado en Centro de Estimulación Pre y Post natal?

Tabla N° 30 Pregunta N-° 11

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Al Norte	100	28%
Centro	200	56%
Al Sur	60	17%
TOTAL	360	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

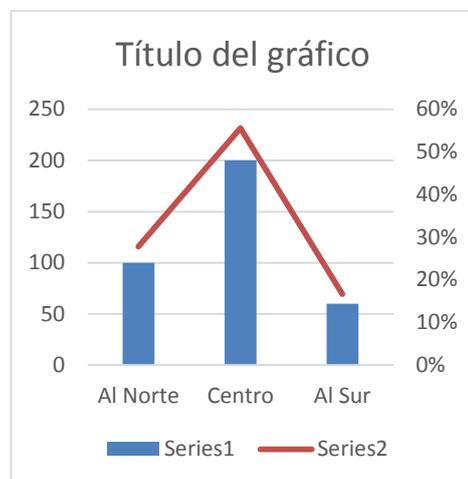


Figura N° 27 Pregunta N -° 11

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis:

El 56% ellas quieren que el centro de estimulación pre y post natal este ubicada en el centro de Tabacundo por lo que la mayoría de embarazadas estas ubicadas en el centro de Tabacundo; mientas que el 28% de ellas prefieren que este ubicada al norte de Tabacundo por la comodidad de las madres embarazadas; y finalmente el 17% de ellas quiere que el centro de estimulación este ubicada al sur de Tabacundo por la comodidad.

Población económicamente Activa

Tabla N° 31 Población Económicamente Activa

Target del Proyecto			5.889
Porcentaje de Aceptación			70,00%
5.889	*	70,00%	4.122

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Como se observa en la tabla la población económicamente activa de Tabacundo es de 5.889; esta cantidad dividida al PEA con la aceptación de la empresa que es de 70% tenemos un aporte de \$4.122

Población que Acepta del Producto

Tabla N° 32 Aceptación Del Producto

Población que acepta del producto			4.122
Frecuencia diario de consumo (% más alto)			56,00%
4.122	*	56,00%	2.308

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Como se muestra en la tabla la aceptación de la empresa es con la cantidad de \$4,122 esto lo dividen con la frecuencia de 56,00% para tener un aporte de \$2.308

La Demanda

Ana Belén Casado Díaz (2004, pag95), refleja que la demanda es la exteriorización de las necesidades y deseos del mercado y está condicionada por los recursos disponibles del comprador y los estímulos de marketing recibidos.

Demanda en Dólares Actual

Para determinar la demanda actual se debe tomar en cuenta la información recaudada durante la investigación de campo (encuesta), sobre el servicio que oferta el centro de estimulación, la frecuencia con la que desean ir al centro de estimulación y finalmente la aceptación del precio.

Tabla N° 33 Demanda en Dólares Actual

Compras del producto	2.308
Porcentaje más alto	15,00
Pago por servicio \$ 15	
-	
	2.663,64
	34.627,32
	665,91
	Vta., mensual
	Vta. Anual
	Vta. Semanales

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Análisis

Como podemos observar en la tabla, la aceptación del precio multiplicado por el porcentaje de aceptación de la empresa nos da el valor anual de la demanda. Es decir una cantidad de \$34.627,32 que nos estaría dejando los demandantes en el año

Demanda Proyectada

Que cuando se realiza una evolución del mercado dentro de un proyecto específico hay que tener en cuenta que la producción generada por el proyecto entrara al mercado en el futuro por lo tanto, la evaluación del mercado en el presente

no será una medida adecuada de las necesidades en la época en que la producción se haga efectiva. (Managua, 2010)

Tabla N° 34 Demanda Proyectada

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2018	\$ 37.397,51	2,26	\$ 84.518,36
2019	\$ 84.518,36	2,26	\$ 191.011,50
2020	\$ 191.011,50	2,26	\$ 431.685,99
2021	\$ 431.685,99	2,26	\$ 975.610,34
2022	\$ 975.610,34	2,26	\$ 2.204.879,36

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Oferta:

Expresa que la oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancía que se oferta a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un periodo dado Oferta actual. (Macedo, 2016)

La oferta actual se determina proyectando al 2017, tomando también en cuenta el porcentaje de aceptación de la empresa en el mercado; así podemos establecer la oferta actual.

Tabla N° 35 Oferta

Oferta Actual			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia (%)	Oferta proyectada
2017	\$ 37.397,51	0,2000	\$ 7.479,50

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Oferta Proyectada

Para la oferta proyectada se debe estimar el porcentaje de la aceptación de la competencia a partir de los datos de la oferta demandada como base.

Tabla N° 36 Oferta Proyectada

Proyección de la Oferta			
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2018	\$ 84.518,36	0,2000	16.903,67
2019	\$ 191.011,50	0,2000	38.202,30
2020	\$ 431.685,99	0,2000	86.337,20
2021	\$ 975.610,34	0,2000	195.122,07
2022	\$ 2.204.879,36	0,2000	440.975,87

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Demanda Insatisfecha

(Miranda, 2016) Menciona en efecto existe la demanda insatisfecha cuando la demanda detectada en el mercado no está suficientemente atendida.

Tabla N° 37 Demanda Insatisfecha

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2017	\$ 37.397,51	\$ 7.479,50	\$ 29.918,00

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

Tabla N° 38 Demanda Insatisfecha

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2017	84.518,36	16.903,67	67.614,69
2018	191.011,50	38.202,30	152.809,20
2019	431.685,99	86.337,20	345.348,79
2020	975.610,34	195.122,07	780.488,27
2021	2.204.879,36	440.975,87	1.763.903,49

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

El estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, a la vez verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. El análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas, y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por lo tanto, costos de inversión y de operación así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005, pág. 115)

El estudio técnico nos ayuda que la empresa, tenga un correcto funcionamiento optimizando recursos y garantizando un buen servicio, así se podrá distribuir las diferentes áreas identificando los recursos humano, materiales, procesos y equipos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa

4.1 Tamaño del Proyecto

La importancia de definir el tamaño del proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de la inversión y costo que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión respecto del tamaño determinara el nivel de operación de los ingresos por venta. (Alva, 2013)

Se detalla el espacio físico en el cual se instalara la empresa de estimulación Prenatal y Postnatal "J&E"

El tamaño del local es de **166m²** los cuales estarán divididos de la siguiente forma.

Tabla N° 39 Tamaño Del Proyecto

Descripción	
Número de trabajadores	4
Servicios mensual	3
Total servicios mensual	12
Número de meses al año	12
Total de servicios anual	144
Precio de servicio unitario	\$55
Total ingresos anuales	7,920

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

4.1.1 Capacidad Instalada

Para obtener la capacidad instalada de la empresa se debe tomar en cuenta el volumen de servicio que pueden brindar la empresa en el cantón Pedro Moncayo

La empresa se dedicará a ofrecer su servicio de estimulación pre y post natal de acuerdo al tiempo de gestación de las clientes puesto que contamos con excelente establecimiento y personal altamente capacitado en la materia de estimulación

Tabla N° 40 Capacidad Instalada

Capacidad de servicio Paquete Publicitarios		
Tiempo de servicio unitario	1	Horas
Tiempo de servicio mensual	160	Horas
servicio mensual	12	Horas
Total servicio mensual	12	Paquetes
Número de meses al año	12	Meses
Total de servicio anual	144	Paquetes
Precio de servicio unitario	\$55	Dólares
Total ingresos anuales	7,920	Dólares
Nivel de aceptación del mercado	70%	Porcentaje
Servicio Optima	55,440\$	Dólares

Elaborado por: Jessica Ilbis; Evelin Quimbiamba

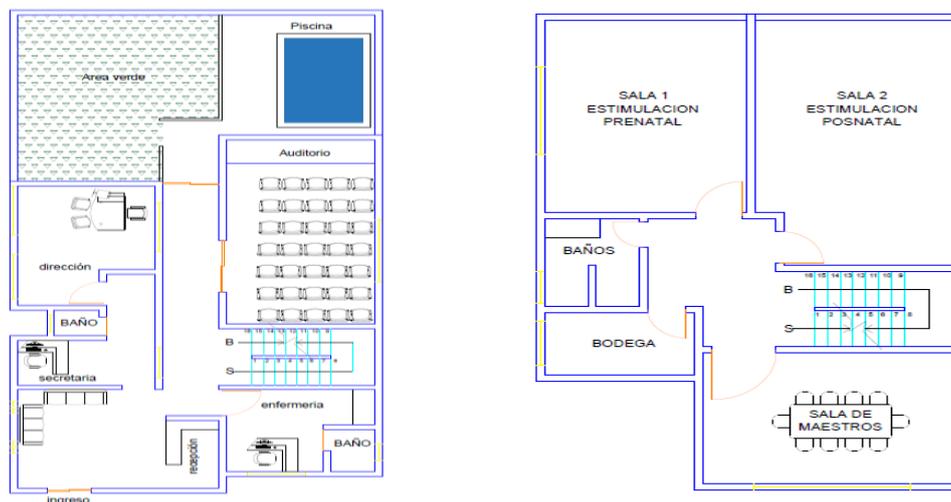
4.1.2. Capacidad Óptima

La capacidad óptima es la distribución del espacio de la empresa, muchas veces esto depende de la economía que dispone la empresa, la elección de la capacidad óptima es el nivel de servicio al que pueden llegar como máximo. Lógicamente se deben prevalecer las medidas de seguridad para el personal docente, administrativo y los clientes del centro de estimulación para acreditar el bienestar de todos.

Es por eso que el centro de estimulación J&E contara con dos plantas que tienen un total de 166 metros cuadrados y se distribuirá de la siguiente manera

Planta baja: Auditorio, secretaria, enfermería, área administrativa, baño, áreas verdes

Planta alta; sala 1, sala 2, sala de maestros, bodega, baño



4.2 Localización

El objetivo de la localización es hallar el lugar estratégico, para ubicar la empresa con el objetivo de obtener beneficios y mayores ganancias, mejores costos y sobre todo donde alcancemos la más alta demanda.

La localización del presente proyecto está dada por la macro y micro localización que examinaremos a continuación

4.2.1 Macro Localización

La macro localización se refiere dónde estará situada la empresa es decir la zona general donde se instalara la empresa.

La empresa está localizada en Ecuador, en la región Sierra, ciudad de Quito, provincia de Pichincha, en el cantón Pedro Moncayo, parroquia Tabacundo

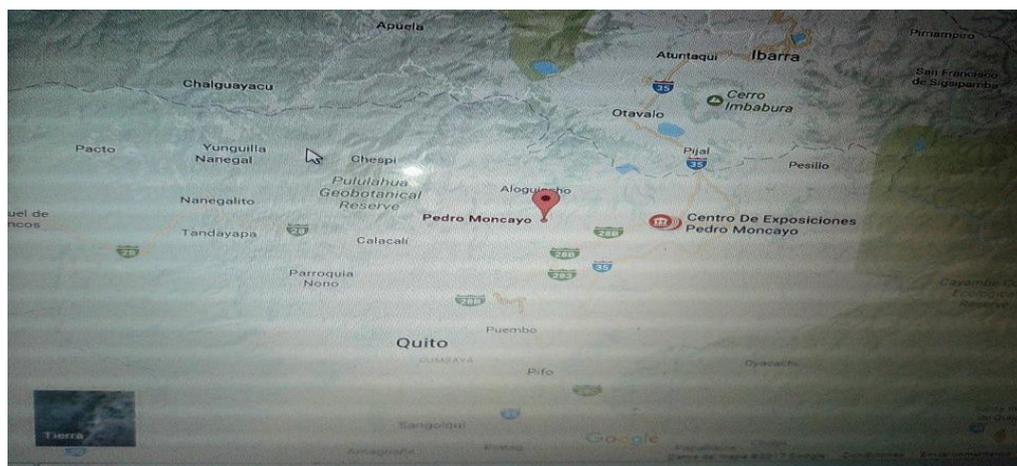


Figura N° 28 Mapa de Macro localización

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

4.2.2 Micro Localización

El proyecto está localizado en la zona nueve del distrito metropolitano de Quito correspondiente al cantón Pedro Moncayo parroquia Tabacundo en la calle Gonzales Suarez y Sucre

La localización del proyecto en esta zona es ideal por lo que tiene diferente alternativa de llegada, también cuenta con policía comunitaria, bomberos, centro de salud es cercana para cualquier inconveniencia que se suscitara en la empresa.



Figura 1 Micro Localización
Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Tabla N° 41 Micro Localizacion

Factor	Cerca del cliente	Cerca de proveedores	Permiso municipal	Servicios básicos	Accesibilidad de vías
calle González Suarez y sucre.	X	X	X	X	X

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

4.2.3 Localización Óptima

La que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. (Baca, 2010)

Tabla N° 42 Localización Óptima

Factores relevantes	Ponderación
Cercanía al cliente	0.30
Costo de arriendo	0.10
Seguridad	0.20
Parqueadero	0.00
Servicios Básicos	0.10
Vías de acceso	0.20
Infraestructura	0.10
TOTAL	100%

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

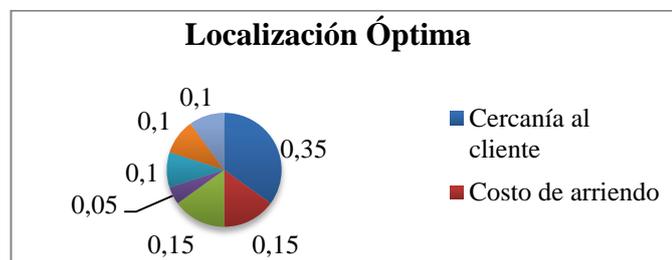


Figura N° 29 Localización Óptima

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

4.3 Ingeniería del Proyecto

Según (Roberto Talledos, 2005, pág. 15) “Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se define todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto”.

La ingeniería de proyecto se encargara de la correcta inversión e instalación de los instrumentos que se necesitara en la empresa como los espacios en la cual estará

El área de administración donde se dará la atención a nuestras cliente, las salas de estimulación prenatal como el de postnatal estarán adecuadamente equipadas para que se pueda dar el servicio requerido, la área de enfermería

Tendrá el personal que estará a disposición de los clientes para el buen desarrollo de la estimulación, así también se encargan de la correcta distribución del personal docente y administrativo dependiendo de la economía de la empresa.

4.3.1 Definición de Bienes y Servicios

Los bienes y servicios son el resultado de los esfuerzos humanos para satisfacer las necesidades y deseos de las personas. La producción económica se divide en bienes físicos y servicios intangibles. (Jorge Gracia, 2010, pág. 75)

Por lo cual la empresa está lista para brindar servicio de calidad a todas las madres embarazadas del sector, brindando conocimientos sobre los beneficios de la estimación durante el embarazo y la estimulación después del embarazo a sus bebés.

También esto ayudara a que las mujeres embarazadas tengan una buena salud, la empresa cuenta con personas altamente capacitadas, así también con equipos y máquinas de tecnología de punta para brindar un servicio de calidad a los clientes.

4.3.2 Distribución de la planta

Tabla N° 43 Distribución de la Planta

	Dimensión M2	M2
Área administrativa	3X3	9
Secretaria	3X2	6
Enfermería	5X3	15
Auditorio	8X5	40
Sala 1 "prenatal	5X 5	25
Sala 2 "postnatal	5X5	25
Baños	3 X 2	6
Área verde	4X 4	16
Bodega	3X 3	9
Sala de maestros	5X 3	15
TOTAL		166

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

4.3.2.1 Código de Cercanía

Tabla N° 44 Código de Cercanía

Letra	Orden de Proximidad
N	Necesaria
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Ordinaria y normal
X	Indeseable

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

4.3.3 Materiales

A continuación detallamos las maquinarias que necesitara la empresa para el buen funcionamiento

Tabla N° 47 Maquinaria

Cantidad	Nombre Equipo	Modelo	Precios
1	Balanza	MBE 20K10	\$100,00
1	Camilla	Heavy-gauge, 1-3/8 inch diameter tubular frame	\$ 200,00
2	Aire Acondicionado	Daikin	\$200,00
Total			\$500,00

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Equipos

Los equipos que utilizara la empresa serán los siguientes

Tabla N° 48 Equipos de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACION			
Cantidad	Nombre Equipo	Modelo	Precios
2	Computadoras escritorio	Hp	\$744,00
1	Impresora/scanner/copiadora	Canon E481	\$350,00
1	Router Inalámbrico de oficina	Cisco	\$ 50,00
1	Televisión	Smart Tv	\$ 320,00
1	Radio	Wilson	\$ 40,00
1	Proyector	Sony	\$450,00
1	Pantalla	Beng	\$60,00
Total			\$2,014

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Tabla N° 49 Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Cantidad	Equipos de Oficina	Precio	Total \$
1	Saca Grapas	\$1,00	\$1,00
1	Perforadora	\$ 3,00	\$ 3,00
1	Grapadora	\$ 3,00	\$ 3,00
2	Teléfonos de escritorio	\$ 10,00	\$ 20,00
1	Sellos	\$ 3,00	\$3,00
2	Extintores	\$45,00	\$ 90,00
2	Reloj	\$ 3,50	\$ 7,00
1	Alarma de incendios	\$ 200	\$ 200,00
TOTAL			\$327 ,00

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Tabla N° 50 Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Muebles y Enseres	Cantidad	V/ Unitario	V/Total
Sillas ejecutivas	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Sillas	10	\$45,00	\$ 450,00
Archivadores	2	\$65,00	\$ 130,00
Escritorio	3	\$100,00	\$ 300,00
Silla Recepción	3	\$750,00	\$ 225,00
Anaqueles	1	\$130,00	\$ 130,00
Lockers	1	\$60,00	\$60,00
Mesa de reunión	1	\$100,00	\$100,00
Total			\$ 1,545

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Tabla N° 51 Equipos de Estimulación

EQUIPOS DE ESTIMULACIÓN			
	Cantidad	V/ Unitario	V/Total
Pelotas	8	\$10	\$80,00
Colchonetas	16	\$10	\$ 160,00
Aceite natural	1 L	\$10	\$ 10,00
Esencias	1 L	\$10	\$10,00
Inciensos	1 C	\$1	\$ 1,00
Juego de legos	8	\$5	\$ 40,00
Material didáctico	8	\$ 5	\$ 40,00
Juego de toallas	16	\$ 5	\$ 80,00
Guantes quirúrgicos	1 C	\$5	\$5,00
TOTAL			\$425,00

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

CAPÍTULO V

Estudio Financiero

Comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento para prever los gastos y los ingresos de todo el periodo de ejecución y de su operación.

(ILPES, Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, 2001)

“Se trata de invertir en los materiales y las maquinarias necesarias para que pueda funcionar la empresa y a la larga ver las ganancias en lo que se invierte”.

5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales

(Guzman Vasquez, Guzman Vasquez, & Romero Cifuentes, 2005) “Son aquellos que están directamente asociados a la razón de ser del negocio. Se originan por el objeto social para que el que fue creada la empresa”.

5.2 Costos

La contabilidad de costos identifica, define, mide, reporta y analiza los diversos elementos de los costos directos e indirectos asociados con la producción y la comercialización de bienes y servicios. La contabilidad de costos también mide el desempeño, la calidad de los productos y la productividad. (Rayburn, 1999, pág. 4)

5.2.1 Costos Directos

Tabla 3 Costos Directos

COSTO DEL SERVICIO					
DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MANO DE OBRA					
INTRODUCCION A LA ESTIMULACION	0,66	0,69	0,70	0,71	0,72
DESARROLLO ESTIMULACION	1,98	2,07	2,10	2,12	2,15
EVALUACION DE LA ESTIMULACION	1,32	1,38	1,40	1,42	1,43
SUMINISTROS POR SESION					
ACEITE NATURAL	1,25	1,26	1,28	1,30	1,31
TOALLAS HUMECTANTES	0,18	0,18	0,18	0,19	0,19
INCIENSOS	0,20	0,20	0,20	0,21	0,21
ESCENCIAS	0,63	0,63	0,64	0,65	0,66
GUANTES QUIRURGICOS	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10
MASCARILLAS	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10
TOTAL	6,42	6,63	6,71	6,79	6,87
PRECIO DE VENTA	15,00	15,35	15,70	16,06	16,43
COSTO EXPRESADO EN PORCENTAJE	42,82%				

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.2.2 Costos Indirectos

Tabla 4 Costos Indirectos

COSTO DE MANO DE OBRA									
					499,33	536,88	543,27	549,73	556,27
MINUTOS AL MES	\$240,00	60	14.400,00		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
					0,03	0,04	0,04	0,04	0,04
INTRODUCCION A LA ESTIMULACION				10	0,35	0,37	0,38	0,38	0,39
DESARROLLO ESTIMULACION				30	1,04	1,12	1,13	1,15	1,16
EVALUACION DE LA ESTIMULACION				20	0,69	0,75	0,75	0,76	0,77
COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA					2,08	2,24	2,26	2,29	2,32

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.2.3 Gastos Administrativos

(Guillespie, 2007) “Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción”.

Tabla 5 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS								
		Valor	TOTAL	TOTAL				
Descripción	Cantidad	Unitario	MENSUAL	ANUAL1	ANUAL2	ANUAL3	ANUAL4	ANUAL5
Sueldo Personal Administración	2	998,65	998,65	11.983,80	12.830,52	12.961,99	13.094,93	13.229,36
Administrador – Contador	1	499,33	499,33	5.991,90	534,60	540,08	545,62	551,22
Recepcionista Ventas	1	499,33	499,33	5.991,90	534,60	540,08	545,62	551,22
Equipos de Oficina	11	269	327	327,00	330,66	334,37	338,11	341,90
Depreciación de Activos	1	6,08	72,99	875,83	875,83	875,83	875,83	875,83

APORTAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ESTIMULACIÓN PRE-NATAL Y POS-NATAL UBICADA EN LA ZONA NUEVE DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO, PARROQUIA TABACUNDO EN EL PERIODO ACADÉMICO 2017

Fijos								
Equipo y Maquinaria	1	4,17	4,17	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Muebles y Enseres	1	12,88	12,88	154,50	154,50	154,50	154,50	154,50
Equipos de Computación	1	55,94	55,94	671,33	671,33	671,33	671,33	671,33
Servicios Básicos	1	210,00	210,00	2.520,00	5.039,26	5.099,23	5.159,91	5.221,31
Arriendo	1	250	250,00	3000,00	3035,70	3071,82	3108,38	3145,37
Internet	1	35	35,00	420,00	425,00	430,06	435,17	440,35
Luz	1	50	50,00	600,00	607,14	614,36	621,68	629,07
Agua	1	40	40,00	480,00	485,71	491,49	497,34	503,26
Teléfono	1	40	40,00	480,00	485,71	491,49	497,34	503,26
Celular	1	45	45,00	540,00	546,43	552,93	559,51	566,17
Gastos Generales	1	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento o Maquinaria	0	0	0	0				
Transporte Mercadería	0	0	0	0				
TOTAL			1.608,64	15.706,63	19.076,27	19.271,41	19.468,78	19.668,41

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Tabla 6 Gastos de Ventas

Gastos de Ventas								
		Valor	TOTAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Descripción	Cantidad	Unitario	MENSUAL					
Publicidad prensa	1	150,00	150,00	600,00	607,14	614,36	621,68	629,07
Tarjetería	2000	0,03	60,00	60,00	30,36	46,08	46,63	62,91
TOTAL			210,00	660,00	637,50	660,44	668,30	691,98

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.2.4 Costos Financieros

Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa. (Altamirano, 2008, pág. 92)

5.3 Inversiones

(Sabaté, 2006, pág. 2) “dice que la inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa”.

5.3.1 Inversión Fija

Tabla 7 Inversiones Fijas

CUADRO DE INVERSIONES						
INVERSION FIJA						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	-500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	-1.545,00					772,50
Equipos de Computación	-2.014,00			-2.014,00		671,33
TOTAL	-4.059,00			-2.014,00		1.443,83

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.3.1.1 Activos Fijos

Tabla 8 Activos Fijos

Descripción	Año 0
Equipo y Maquinaria	-500,00
Muebles y Enseres	-1.545,00
Equipos de Computación	-2.014,00
TOTAL	-4.059,00

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.3.1.2 Activos Nominales

Según (Garzon, pág. 2) “Los activos nominales (AN) corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto”.

5.3.2 Capital de Trabajo

(Brigham, 2009), “el capital de trabajo es la inversión de una empresa en activos a corto plazo (efectivo, valores negociables, inventarios y cuentas por cobrar)”

Tabla 9 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
Descripción	1 Mes	2 Mes	TOTAL
Sueldo Personal Administración	998,65	998,65	1.997,30
Servicios Básicos	415,00	415,00	830,00
Gastos Generales	0,00	0,00	0,00
Gastos de Ventas	210,00	210,00	420,00
Costos de Producción	2.048,17	2.048,17	4.096,34
TOTAL	3.671,82	3.671,82	7.343,64

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

(Wachowicz, 2002) Las fuentes de financiamiento de acuerdo con, son herramientas estratégicas que ayudan a desarrollar un proceso para asegurar la sostenibilidad financiera de la organización. Esto significa que si se define o se establece una estrategia financiera para la organización de forma sistémica, aumentará la capacidad de la organización para planificar una sostenibilidad y generar fondos necesarios

Tabla 10 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

FUENTE DE USOS Y FONDOS				
Descripción	Inversion	Recursos Propios	Financiamiento	TOTAL
Equipo y Maquinaria	500,00	350,00	150,00	500,00
Muebles y Enseres	1.545,00	1.081,50	463,50	1.545,00
Equipos de Computación	2.014,00	1.409,80	604,20	2.014,00
Sueldo Personal Administración	1.997,30	1.398,11	599,19	1.997,30
Servicios Basicos	830,00	581,00	249,00	830,00
Gastos Generales	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos de Ventas	420,00	294,00	126,00	420,00
Costos de Produccion	4.096,34	2.867,44	1.228,90	4.096,34
TOTAL	11.402,64	7.981,85	3.420,79	11.402,64

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelyn Quimbiamba

5.3.4 Amortización de financiamiento

La amortización financiera es el reintegro de un capital propio o ajeno, habitualmente distribuyendo pagos en el tiempo. Suele ser el producto de una prestación única, que genera una contraprestación múltiple con vencimiento posterior. Es común que el pago a través de desembolsos escalonados en el tiempo, aunque también se puede acordar un solo pago al final del periodo (laguna, pág. 5)

Tabla 11 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
	Inversión	100%	11.402,64		
	Cap. Propio	70%	7.981,85		
	Financiamiento	30%	3.420,79		
	Plazo		48	MESES	
	Interés		12%	0,25%	
	Pagos	75,64	MENSUAL		
Periodo	Saldo	Interés	Cuota	Capital	Saldo
			Fija		Insoluto
0	3.420,79	0,00	0,00	0,00	3.420,79
1	3.420,79	8,41	75,64	67,23	3.353,56
2	3.353,56	8,24	75,64	67,40	3.286,16
3	3.286,16	8,08	75,64	67,56	3.218,60
4	3.218,60	7,91	75,64	67,73	3.150,87
5	3.150,87	7,75	75,64	67,90	3.082,97
6	3.082,97	7,58	75,64	68,06	3.014,91
7	3.014,91	7,41	75,64	68,23	2.946,68
8	2.946,68	7,24	75,64	68,40	2.878,29
9	2.878,29	7,08	75,64	68,57	2.809,72
10	2.809,72	6,91	75,64	68,73	2.740,99
11	2.740,99	6,74	75,64	68,90	2.672,08
12	2.672,08	6,57	75,64	69,07	2.603,01
13	2.603,01	6,40	75,64	69,24	2.533,77
14	2.533,77	6,23	75,64	69,41	2.464,36
15	2.464,36	6,06	75,64	69,58	2.394,77
16	2.394,77	5,89	75,64	69,75	2.325,02
17	2.325,02	5,72	75,64	69,93	2.255,09
18	2.255,09	5,54	75,64	70,10	2.184,99
19	2.184,99	5,37	75,64	70,27	2.114,72
20	2.114,72	5,20	75,64	70,44	2.044,28
21	2.044,28	5,03	75,64	70,62	1.973,67
22	1.973,67	4,85	75,64	70,79	1.902,88
23	1.902,88	4,68	75,64	70,96	1.831,91
24	1.831,91	4,50	75,64	71,14	1.760,78

25	1.760,78	4,33	75,64	71,31	1.689,46
26	1.689,46	4,15	75,64	71,49	1.617,97
27	1.617,97	3,98	75,64	71,66	1.546,31
28	1.546,31	3,80	75,64	71,84	1.474,47
29	1.474,47	3,62	75,64	72,02	1.402,45
30	1.402,45	3,45	75,64	72,19	1.330,26
31	1.330,26	3,27	75,64	72,37	1.257,89
32	1.257,89	3,09	75,64	72,55	1.185,34
33	1.185,34	2,91	75,64	72,73	1.112,61
34	1.112,61	2,74	75,64	72,91	1.039,71
35	1.039,71	2,56	75,64	73,09	966,62
36	966,62	2,38	75,64	73,27	893,36
37	893,36	2,20	75,64	73,45	819,91
38	819,91	2,02	75,64	73,63	746,29
39	746,29	1,83	75,64	73,81	672,48
40	672,48	1,65	75,64	73,99	598,49
41	598,49	1,47	75,64	74,17	524,32
42	524,32	1,29	75,64	74,35	449,97
43	449,97	1,11	75,64	74,54	375,43
44	375,43	0,92	75,64	74,72	300,71
45	300,71	0,74	75,64	74,90	225,81
46	225,81	0,56	75,64	75,09	150,73
47	150,73	0,37	75,64	75,27	75,46
48	75,46	0,19	75,64	75,46	0,00
49	0,00	0,00	75,64	75,64	-75,64
50	-75,64	-0,19	75,64	75,83	-151,47
51	-151,47	-0,37	75,64	76,01	-227,48
52	-227,48	-0,56	75,64	76,20	-303,68
53	-303,68	-0,75	75,64	76,39	-380,07
54	-380,07	-0,93	75,64	76,58	-456,65
55	-456,65	-1,12	75,64	76,76	-533,41
56	-533,41	-1,31	75,64	76,95	-610,36
57	-610,36	-1,50	75,64	77,14	-687,50
58	-687,50	-1,69	75,64	77,33	-764,84
59	-764,84	-1,88	75,64	77,52	-842,36
60	-842,36	-2,07	75,64	77,71	-920,07

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

APORTAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ESTIMULACIÓN PRE-NATAL Y POS-NATAL UBICADA EN LA ZONA NUEVE DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO, PARROQUIA TABACUNDO EN EL PERIODO ACADÉMICO 2017

5.3.5 Depreciaciones

La depresión económica es la fase económica subsiguiente a la crisis, que se manifiesta por una demanda débil, una contracción del comercio internacional, un crecimiento del paro y una caída en la producción nacional de bienes y servicios. (Sanchez P. , pág. 22)

Tabla 12 Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	500,00	10	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Muebles y Enseres	1.545,00	10	154,50	154,50	154,50	154,50	154,50
Equipos de Computación	2.014,00	3	671,33	671,33	671,33	671,33	671,33
TOTAL	4.059,00		875,83	875,83	875,83	875,83	875,83

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.3.6 Estado de Situación Actual

Tabla 13 Estado de Situación Actual

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL		
ACTIVOS		
Activo Corriente		\$ 5.140,55
Caja	\$ 5.140,55	
ACTIVO FIJO		\$ 4.059,00
Equipo y Maquinaria	\$ 500,00	
Muebles y Enseres	\$ 1.545,00	
Equipos de Computación	\$ 2.014,00	
TOTAL ACTIVOS		\$ 9.199,55
PASIVOS		
Pasivos no Corrientes		\$ 0,00
Préstamo Bancario por pagar	\$ 0,00	
PATRIMONIO		\$ 9.199,55
Capital	\$ 9.199,55	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 9.199,55

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.3.7 Estado de resultado del proyecto

Tabla 14 Estado de Resultados Projectados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
Descripción	Año	Año	Año	Año	Año	
	2017	2018	2019	2020	2021	
VENTAS	27.095,04	28.355,75	29.675,11	31.055,86	32.500,86	
Pre Natal	13.547,52	14.177,87	14.837,55	15.527,93	16.250,43	
Post Natal	13.547,52	14.177,87	14.837,55	15.527,93	16.250,43	
(-) Costo de Produccion	8.192,67	8.480,84	8.779,14	9.087,94	9.407,60	
Pre Natal	4.096,34	4.240,42	4.389,57	4.543,97	4.703,80	
Post Natal	4.096,34	4.240,42	4.389,57	4.543,97	4.703,80	
(=) Utilidad Bruta en Ventas	18.902,37	19.874,90	20.895,97	21.967,92	23.093,27	
(-) Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos	15.706,63	19.076,27	19.271,41	19.468,78	19.668,41	
Gastos de Ventas	660,00	637,50	660,44	668,30	691,98	
Gastos Financieros	89,92	65,46	42,47	12,14	0,00	
(=) Utilidad Operacional	2.445,82	95,67	921,64	1.818,69	2.732,88	
(+) 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.	2.445,82	95,67	921,64	1.818,69	2.732,88	
(-) 15 % Participación Laboral	366,87	14,35	138,25	272,80	409,93	
(=) Utilidad Antes de I.R.	2.078,94	81,32	783,39	1.545,89	2.322,95	
(-) 25% Impuesto a la Renta	519,74	20,33	195,85	386,47	580,74	
(=) Utilidad Neta	1.559,21	60,99	587,54	1.159,42	1.742,21	
(+) Depreciaciones	875,83	875,83	875,83	875,83	875,83	
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	2.435,04	936,82	1.463,38	2.035,25	2.618,04	

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.3.8 FLUJO NETO DE EFECTIVO

Tabla 15 Flujo Nets de Efectivos

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Inversión Total	- 11.402,6 4			- 2.014,0 0		1.443,8 3
Excedente Operacional		8.971, 67	8.225, 11	8.281,5 2	7.190, 67	9.015,8 5
FLUJOS DE EFECTIVO	11.402,6 4	8.971, 67	8.225, 11	6.267,5 2	7.190, 67	10.459, 68

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.3.9 Flujo de caja

Tabla 16 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL	11.402,64	8.971,67	8.225,11	8.281,52	7.190,67
VENTAS					
Artículo 1	13.547,52	14.177,87	14.837,55	15.527,93	16.250,43
Artículo 2	13.547,52	14.177,87	14.837,55	15.527,93	16.250,43
TOTAL INGRESOS	38.497,68	37.327,42	37.900,22	39.337,39	39.691,53
EGRESOS					
Gastos Administrativos	15.706,63	19.076,27	19.271,41	19.468,78	19.668,41
Gastos de Ventas	660,00	637,50	660,44	668,30	691,98
Cuota Préstamo	907,70	907,70	907,70	907,70	907,70
Costo de Producción	8.192,67	8.480,84	8.779,14	9.087,94	9.407,60
Equipo y Maquinaria	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	1.545,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Computación	2.014,00	0,00	0,00	2.014,00	0,00
TOTAL EGRESOS	29.526,00	29.102,31	29.618,70	32.146,72	30.675,68
SALDO FINAL	8.971,67	8.225,11	8.281,52	7.190,67	9.015,85

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Se entiende por flujo de caja o flujo de fondos, los flujos de entradas y salidas de caja en un periodo dado. El flujo de caja es la culminación neta de activos líquidos en el periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de una empresa.

5.3 Evaluación

5.3.1 Tasa de Descuento

Las personas y las empresas se enfrentan continuamente con la decisión de dónde invertir las rentas de que disponen con el objetivo de conseguir el menor rendimiento posible al menor riesgo. Para determinar que activos son interesantes para adquirir y cuáles no, los inversores necesitan un punto de referencia que le permita determinar cuándo un proyecto de inversión genera una rentabilidad superior a dicha referencia y cuando no. Ese punto de referencia se denomina tasa de descuento, podríamos definir la tasa o tipo de descuento como el rendimiento mínimo exigido por un inversor para realizar una inversión determinada. (Ledesma, 2015)

Tabla 17 Tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO									
TMAR =	$i + f + (i \times f)$								
i = inflación									
f = costo de oportunidad									
Inflación =	1,19%								
Costo de Oportunidad =	15,00%								
TMAR =	0,0119		0,15	+	(0,0119	x	0,15)
		+							
TMAR =	0,1619		0,001785						
		+							
TMAR =	0,163685								
TMAR =	16,37%								

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.3.2 El Van (Valor Actual Neto)

Según (cubillo, 2016) El valor actual neto, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todas las cajas de flujo futuras del proyecto.

Tabla 18 Van

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO CON ESCENARIO OPTIMISTA						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	-11.402,64			-2.014,00		1.443,83
Excedente Operacional		-7.075,94	-8.550,36	-8.526,42	-8.482,18	-8.454,30
FLUJOS DE EFECTIVO	-11.402,64	-7.075,94	-8.550,36	-10.540,42	-8.482,18	-7.010,47
$VAN = -P + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$						
$VAN = -11.402,64 + \frac{-7.075,94}{1,163685} + \frac{-8.550,36}{1,35416278} + \frac{-10.540,42}{1,57581891} + \frac{-8.482,18}{1,83375683} + \frac{-7.010,47}{2,13391532}$						
$VAN = -11.402,64 + -6.080,63 + -6.314,13 + -6.688,85 + -4.625,57 + -3.285,26$						
$VAN = -11.402,64 + -26.994,45$						
$VAN = -38.397,08$						
$VAN = \$ -41.508,32$						

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.3.4 TIR (Tasa Interna Del Retorno)

Según la (Enciclopedia financiera) La tasa interna del retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizado en el presupuesto del capital para medir y comparar las rentabilidades de la inversión. También se le conoce como tasa de flujo de ejecutivos descontando de retorno.

Tabla 19 TIR

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO							
Descripción	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Inversión Total	-11.402,64			-2.014,00		1.443,83	
Excedente Operacional		8.971,67	8.225,11	8.281,52	7.190,67	9.015,85	
FLUJOS DE EFECTIVO	-11.402,64	8.971,67	8.225,11	6.267,52	7.190,67	10.459,68	
VAN =	- P	FNE 1	FNE 2	FNE 3	FNE 4	FNE 5	
	+	+	+	+	+	+	
		$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$	
VAN =	-11.402,64	8.971,67	8.225,11	6.267,52	7.190,67	10.459,68	
	+	+	+	+	+	+	
		1,163685	1,35416 2779	1,575818 914	1,833756 833	2,133915 32	
TIR	-11.402,64	7.709,71	6.073,95	3.977,31	3.921,28	4.901,64	
	+	+	+	+	+	+	
TIR	-11.402,64	26.583,88					
	+						
VAN =	\$ 5.729,53						
TIR =	43%						

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.3.5 PRIN (Periodo de la recuperación de la inversión)

(Trujillo, 2014, pág. 7) El periodo de la recuperación de inversión es el tiempo requerido para que la empresa recupere su inversión inicial en el proyecto, calculando partir de las entradas de efectivo.

Tabla 20 PRI

PERIODO DE RECUPERACION					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-11.402,64	-11.402,64	1,00	-11.402,64	-11.402,64
1	8.971,67	-2.430,96	0,86	7.709,71	-3.692,93
2	8.225,11	5.794,15	0,74	6.073,95	2.381,02
3	6.267,52	12.061,67	0,63	3.977,31	6.358,33
4	7.190,67	19.252,34	0,55	3.921,28	10.279,61
5	10.459,68	29.712,02	0,47	4.901,64	15.181,24
PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CONSTANTES			PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	6.267,52	5.794,15	AÑO 3	3.921,28	6.358,33
1 mes	522,29	6.316,44	1 mes	326,77	6.685,10
2 mes	522,29	6.838,73	2 mes	326,77	7.011,88
3 mes	522,29	7.361,03	3 mes	326,77	7.338,65
4 mes	522,29	7.883,32	4 mes	326,77	7.665,42
5 mes	522,29	8.405,62	5 mes	326,77	7.992,19
6 mes	522,29	8.927,91	6 mes	326,77	8.318,97
7 mes	522,29	9.450,20	7 mes	326,77	8.645,74
8 mes	522,29	9.972,50	8 mes	326,77	8.972,51
9 mes	522,29	10.494,79	9 mes	326,77	9.299,29
10 mes	522,29	11.017,08	10 mes	326,77	9.626,06
11 mes	522,29	11.539,38	11 mes	326,77	9.952,83
12 mes	522,29	12.061,67	12 mes	326,77	10.279,61
PERIODO DE RECUPERACIÓN:			2 AÑO Y 10 MESES	PRVC	

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.3.6 RBC (relación costo beneficio)

En la Relación, Costo, Servicio, la utilidad neta del patrimonio es de 0,20 centavos, por lo tanto si por cada dólar invertido tendremos 0,20 centavos de ganancias

5.3.7 Punto de equilibrio

Según (Fernandez, 2010) el punto de equilibrio y su compatibilidad con la eficiencia empresarial que se espera en los que se determina el punto de equilibrio y su comparación con la eficiencia mostrada a través de un estado de resultados que la determinación del punto de equilibrio no garantiza la eficiencia de las operaciones

Tabla 21 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
P.E. =	$\frac{CF}{p - Cvu}$
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	15.706,63
Gastos de Ventas	660,00
Gastos Financieros	89,92
TOTAL COSTOS FIJOS	16.456,55
Costo Variable unitario	4,54
Precio	15,00
PE =	$\frac{CF}{p - Cvu}$
PE =	$\frac{16.456,55}{15,00 - 4,54}$
PE =	$\frac{16.456,55}{10,46} = 1.572,61 \text{ u}$
DEMOSTRACION	
VENTAS	23.589,16
(-) Costo Variable	7.132,61
(=) Margen Contribucion	16.456,55
(-) Costo Fijos	16.456,55
(=) Utilidad Operacional	-

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

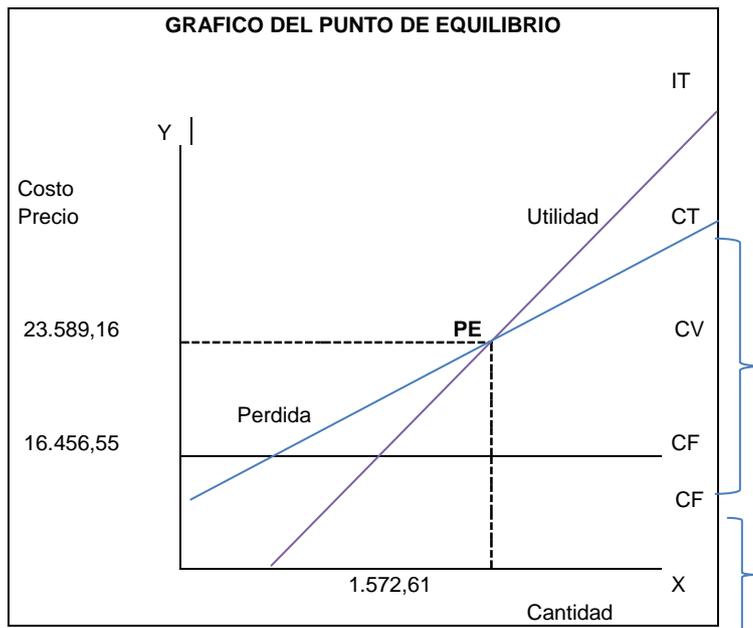


Figura Nº 30 Punto de Equilibrio

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

5.3.7 Análisis de índice financiero

Tabla 22 ROE (Rendimiento Sobre el Patrimonio)

R.O.E =	Utilidad Neta
	Patrimonio
R.O.E =	1.559,21
	7.981,85
R.O.E =	0,20

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Tabla 23 RA (Rendimiento Activo)

R.A. =	Utilidad Neta
	Activo Total
R.A. =	1.559,21
	9.199,55
R.A. =	0,17

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Tabla 24 Endeudamiento

INDICE DE ENDEUDAMIENTO	
TOTAL PASIVO	
TOTAL ACTIVO	
Endeudamiento	\$ 0,00
	\$ 9.199,55
Endeudamiento	0%

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Tabla 25 Capital de Trabajo

INDICE DE CAPITAL DE TRABAJO	
CT= Activo corriente	Pasivo corriente
CT=	\$ 5.140,55
	- \$ 0,00

Elaborado por: Jessica Ilbis, Evelin Quimbiamba

Análisis de los índices financiero

- En el cuadro de flujo neto de efectivo con escenario optimista es de \$41.508,32 correspondiente al VAN
- En el cuadro de flujo neto de efectivo es de 43% conveniente al TIR de la empresa
- El cuadro del PRIN indica que el periodo de recuperación de la empresa es de 2 años y 10 meses
- El cuadro del punto de equilibrio de la empresa consta de un costo fijo de \$16,456,55
- La utilidad neta patrimonial es de 1.559,21+7.981,85 dando un ROE de 0.20% para la empresa

- En el Rendimiento Activo (RA) Como se puede observar en el grafico el activo total neto es de 80% siendo esto favorable para la empresa.
- En el cuadro de endeudamiento podemos observar en la tabla la empresa no se endeudara con ninguna entidad financiera para su funcionamiento por que cuenta con capital propio.
- En el índice del capital de trabajo con activos corrientes (C.T) es de \$5.140,55 y el pasivo corriente es de \$0.00.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

6.1 Impacto Ambiental

La empresa de estimulación pre y post natal “J&E” promoverá la información y el uso adecuado de los desechos que se obtenga en el centro de estimulación impulsando asimismo las tres R “Reduce, Recicla y Reúsa” para que la empresa pueda disminuir el impacto ambiental y cumplir su compromiso social respetando el medio ambiente y potenciar la sustentabilidad del servicio de la empresa.

6.2 Impacto Económico

En el presente proyecto de ejecución de un centro de estimulación pre y post natal ubicada inicialmente el Cantón Pedro Moncayo-- Tabacundo, está aportando al desarrollo de la Matriz Productiva, creando plazas de trabajos directos a los nuevos profesionales y dándoles la oportunidad de explotar sus conocimientos poniendo en práctica todo lo aprendido

6.3 Impacto servicio

El presente proyecto de ejecución del centro de estimulación está enfocado en los valores humanos y el buen trato a los clientes dándoles un servicio de calidad y calidez infundiendo los valores de la institución hacia la comunidad

6.4 Impacto Social

La empresa de estimulación "J&E" será una excelente implementación en el cantón Pedro Moncayo –Tabacundo que beneficiara a la sociedad de dicho cantón para que las mujeres embarazadas puedan tener un apoyo social a través de las estimulaciones que ofrece el centro también será una ayuda con los niños y niñas pequeños a los que el centro de estimulación preparara física y cognitivamente.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones

- El siguiente proyecto se lo realiza con el fin de crear nuevas fuentes de trabajo en el cual se busca promover la economía del cantón Pedro Moncayo parroquia Tabacundo de la provincia de Pichincha, logrando direccionar los recursos con un trabajo adecuado para así poder satisfacer a los moradores del Cantón Pedro Moncayo.
- Este proyecto está encaminado a cubrir las necesidades que tiene las madres de familia del cantón Pedro Moncayo especialmente por ser un lugar que se encuentra apartado de las ciudades aledañas en el cual es dirigido a los sectores de clase alta media y media baja
- El indicador de la TIR nos da un 43 % al igual que el VAN da \$5.729.53 el cual no da a conocer que el proyecto es beneficioso para su ejecución en la parroquia de Tabacundo
- Para este proyecto se tomó datos exactos de la población en los cuales se determina la viabilidad del proyecto en el cual es aceptable y se puede empezar el servicio de estimulación pre y post natal con beneficios considerable para los moradores de la parroquia de Tabacundo

7.2 recomendaciones

- Al realizar este proyecto es importante saber que lo primordial son los clientes ya que de ellos dependerá la empresa y su progreso a futuro.
- Tener una administración adecuada frente al estado financiero de la empresa en el cual se debe tener manejo nítido de los ingresos y egresos que sirven para pagar el servicio prestado de los colaboradores que forman parte de la empresa de estimulación.
- Utilizar métodos innovadores que beneficien el crecimiento y fortalecimiento de la empresa en el cual ayude a promocionar el servicio que dará la micro empresa.
- La micro empresa de estimulación J&E llega al canto Pedro Moncayo parroquia Tabacundo con metodologías de calidad y con tecnología de punta para ayudar a la comunidad en todos los ámbitos posibles

ANEXOS

Anexo N-° 1 Encuesta



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
CARRERA DE DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL

Buenos días/ tardes.

Somos estudiante del INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" nos encuentro realizando una encuesta para determinar el margen de aceptabilidad del proyecto que estamos desarrollando previo a la obtención del título Tecnólogo en desarrollo del talento infantil

INSTRUCCIONES: Señale con una X la opción que se acomode a su particularidad:

ENCUESTA

DE 15 A MAS DE 40 AÑOS

1.- ¿Usted tiene mujeres embarazadas en casa?

SI

NO

2.- ¿Cree usted que la Estimulación Pre y Post natal son importantes durante y después del Embarazo??

SI

NO

3.- ¿Porque medio le gustaría que se oferten nuestros servicios de estimulación pre y post-natal?

Internet

Facebook

Volantes

WhatsApp

4.- ¿tiene conocimiento de los servicios que ofertamos los Centros de Estimulación Pre y Post Natal?

SI

NO

5.- ¿Cree usted que en el Centro de Estimulación se debe trabajar con materiales didácticos y de aprendizaje significativo?

SI

NO

6.- ¿Con qué frecuencia le gustaría ir al centro de estimulación pre y post- natal?

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

Toda la semana

7.- ¿Al dirigirse usted de un centro de Estimulación Pre y Post natal cuales fueron las cualidades para la aceptación del mismo?

Atención al cliente

Costo

Materiales

Infraestructura

8.- ¿le gustaría que se implemente un Centro de Estimulación Pre y Post natal en el sector de Tabacundo?

SI

NO

9.- ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar un servicio de estimulación pre y post natal?

\$15

\$100

\$150

10.- ¿usted conoce Centros infantiles en el sector de Tabacundo?

NO

nombre del Centro de infantil:

SI

11.- ¿dónde le gustaría que este ubicado en Centro de Estimulación Pre y Post natal?

Norte

Centro

Sur

Anexo N-º 2 Uniforme



Anexo N-º 3 Publicidad



<p>MISION: Es una empresa que brinda servicios pre y post natal ofreciendo actividades temáticas para el aprendizaje y estimulación significativa de las futuras madres, dando un toque de creatividad para lograr en ellos un momento ennoviadle</p>	<p>EL CENTRO DE ESTIMULACIÓN</p> <p>TEMPRANA OFRECEMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Estimulación significativa pre y post natal. Charlas en Información de acuerdo a de su tiempo de gestación. Ejercicios y temáticas para estimular. Na visión audición, tacto, gusto, el área motora. Masajes al bebe. 	<p>PRINCIPIOS Y VALORES</p> <ul style="list-style-type: none"> COMPROMISO INTEGRIDAD PUNTUALIDAD CREATIVIDAD AMABILIDAD PACIENCIA HONESTIDAD LIBERTAD CALIDAD TRABAJO EN EQUIPO
<p>VISION: Es un centro de estimulación pre post natal que será el número uno en el sector de <u>Tabacundo</u> brindando beneficios con actividades que se ajusten a la necesidad de cada ciento, con los avances tecnológicos con los que cuentan la empresa</p>	<p>CENTRO DE ESTIMULACION Pre-natal Post natal</p> <p>ofrecemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> estimulación significativa Pre-natal y Post-natal charlas e información de acuerdo a su tiempo de gestación ejercicios y técnicas para estimular e masajes audición tacto gusto masajes al bebe <p>DIRECCION: Tabacundo TELEFONO: (098) 05 8 36 16 (098) 22 8 20 50</p> <p>#Un angel en tu corazón</p>	<p>CENTRO DE ESTIMULACION PRE-POST NATAL</p> <p>"JE"</p> <p>CENTRO DE ESTIMULACION PRE-NATAL Y POST-NATAL</p> <p>#Un angel en tu corazón</p>
<p>DIRECCION:</p> <ul style="list-style-type: none"> CANTÓN: PEDRO MONCAYO PARROQUIA: TABACUNDO ENTRE LA CALLE BOIVAR FRENTE AL CENTRO DE REABILITACION MENTAL 	<p>TELEFONO:</p> <ul style="list-style-type: none"> 09805 836 16 09822 820 50 	

APORTAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ESTIMULACIÓN PRE-NATAL Y POS-NATAL UBICADA EN LA ZONA NUEVE DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO, PARROQUIA TABACUNDO EN EL PERIODO ACADÉMICO 2017



APORTAR A LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ESTIMULACIÓN PRE-NATAL Y POS-NATAL UBICADA EN LA ZONA NUEVE DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO, PARROQUIA TABACUNDO EN EL PERIODO ACADÉMICO 2017

CENTRO DE ESTIMULACION

Pre-natal Post-natal

 ofrecemos: 

- . estimulación significativa Pre-natal y Post-natal
- . charlas e información de acuerdo a su tiempo de gestación
- . ejercicios y técnicas para estimular y
 - . visualización,
 - . audición,
 - . tacto
 - . gusto
 - . motor
- . masajes al bebé

DIRECCION: Tabacundo
TELEFONO: 0980583614 - 0992282050



#un angel en tu corazon

REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS

- Barrios Rosas Victor. (30 de Noviembre de 2011). *Gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>
- Ana Belén Casado Díaz, R. S. (2006). *Dirección de Marketing: Teoría y Práctica*.
- Angelica Ruiz, 2. (dos de noviembre de 2000). *Gestiopolis.com*. Obtenido de Gestiopolis.com: <http://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones/>
- Arias. (9 de enero de 2006). Recuperado el 13 de marzo de 2017, de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/01/poblacion-y-muestra.html>
- Arias. (2006). *tesis de investigacion*. Recuperado el 13 de marzo de 2017, de tesis de investigacion.
- Arias. (9 de enero de 2012). *tesis de investigacion*. Recuperado el 13 de marzo de 2017, de tesis de investigacion: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/01/poblacion-y-muestra.html>
- ARTURO, K. (05 de 03 de 2012). *CRECE NEGOCIOS*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-estado-de-resultados/>
- BALCELLS, L. G. (2014). *La cerveza la bebida de la felicidad*. Cata: Planeta.
- Casado-Sellers. (2006). *Dirección de Marketing: Teoría y Práctica*.
- Concha Llamas Arjona. (2013). *Gestion de alojamiento Turisticos*. Aebius.
- Dra. Orozco, M. d. (2014). *Módulo de Planeación Estratégica*. México: Guadalajara.
- Eco-finanzas. (24 de 09 de 2013). *ECO-FINANZAS*. Recuperado el 04 de 06 de 2014, de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/POBLACION_ECONOMICAMENTE_ACTIV A.htm
- Fosado, C. (15 de 06 de 2011). *SCRIBD*. Recuperado el 05 de 06 de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/57881136/CONCEPTO-DE-PROVEEDOR>
- Francisco, Ana Rosa Méndez. (14 de 09 de 2010). *slideshare net*. Obtenido de slideshare net: <http://www.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>
- Galindo, L. J. (2015). *Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación*. Mexico: OUT.

- González, A. G. (2005). LOS NUEVOS EMPRENDEDORES. CREACIÓN DE EMPRESAS DEL SIGLO XXI. En A. G. González, *LOS NUEVOS EMPRENDEDORES. CREACIÓN DE EMPRESAS DEL SIGLO XXI* (pág. 42). Barcelona: PUBLICACION, 1 EDICIONS DE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA,2005.
- Grande, E. A. (2005). Análisis de Encuestas. En E. A. Grande, *Análisis de Encuestas* (pág. 14). Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Griffin, R. W. (2011). *administracion* .
- Gutierrez Morales J. (2010). *ACADEMIA.EDU*. Obtenido de http://www.academia.edu/9174860/Conceptos_banca
- Guzman Vasquez, A., Guzman Vasquez, D., & Romero Cifuentes, T. (2005). *Contabilidad Financiera*. Bogota, Colombia: Universidad de Rosario.
- Hayes, K. (2004). *estudio de mercado* .
- Hayes, P. K. (2004). *El marketing de servicios profesionales*.
- Hayes, P. K. (2004). *El marketing de servicios profesionales*.
- Hayes, P. K.-P.-T. (2004). *El marketing de servicios profesionales*.
- Hernández, M. (2007). *Premios Miguel Hernández 2007*.
- ILPES, Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2001). *Guía para la presentación de proyectos*. Mexico: reprint.
- Indacochea, A. (1996). *Finanzas e Inflación*. Peson Educacion.
- Italo Martillo Pazmiño. (24 de Noviembre de 2013). *APLICACIÓN DE LOS INTERESES PASIVOS Y ACTIVOS EN EL SISTEMA BANCARIO ECUATORIANO Y SUS EFECTOS MACROECONOMICOS*. Obtenido de APLICACIÓN DE LOS INTERESES PASIVOS Y ACTIVOS EN EL SISTEMA BANCARIO ECUATORIANO Y SUS EFECTOS MACROECONOMICOS: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2016/1502/interes-activo.htm>
- Ivan, Thompson. (12 de 24 de 2014). *Promonegocios*. Obtenido de Promonegocios: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Joan Prat Caros. (2014). *Periferias Fronteras y Dialogos*. España: Universitat Rovira y Virgilia.

- Juan Carlos Martínez Coll. (2010). *Matemáticas financieras para toma de decisiones empresariales*. Texas: Capital Intelectual, 2007.
- Kanuk, L. L. (2005). Comportamiento del Consumidor. En L. L. Kanuk, *Comportamiento del Consumidor* (pág. 50).
- Kathy Matilla. (2009). *Conceptos Fundamentales en la Planificación estratégicas de las Relaciones Públicas*. Barcelona: UOC.
- Keller, P. K. (2009). *dirección de marketing*.
- Kotler, B. (2004). *estudio de mercado*.
- Kotler, B. y. (2004). *estudio de mercado* .
- Kotler, B. y. (2004). *estudio de mercado* .
- Kotler, B. y. (2014). *estudio de mercado*.
- Kotler, B. y. (2014). *Estudio de mercado* .
- Kotler, P. (2009). *DIRECCION DE MARKETING*.
- Kotler, y. H. (2004). *estudio de mercado* .
- Leider. (26 de 09 de 2011). *BLLOGGER YO TAMBIEN SE Y QUIERO OPINAR*. Recuperado el 04 de 06 de 2014, de <http://yotamience.blogspot.com/2011/09/definicion-de-empleo-desempleo-y.html>
- Mario Spina. (2009). *Guía Práctica para Emprender en el Diseño* . Argentina: Jorge Piazza.
- martines, v. (junio de 2009). *Investigación Económica*. Obtenido de Investigación Económica:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672009000200003
- Martínez, H. C. (2009). *Crisis global y encrucijadas civilizatorias*. nuestro tiempo .
- Matilla, K. (2011). *Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las Relaciones Públicas*.
- Mórtola, José Voltaire Recalde. (27 de 03 de 2012). Que es a inflación. *Opinion*, pág. 10.
- Philip Kotler & Paul Bloom. (2004). *El marketing de servicios profesionales*.

- Philip Kotler & Paul Bloom, & T. (2004). *El marketing de servicios profesionales*.
- POLACO, L. E. (2007). *CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA*. BOGOTÁ: ECOE EDICIONES.
- Rafael Braun. (2010). *De la Necesidad al Servicio*. Buenos Aires: Granica.
- Ricky, W. (2011). *Administración*.
- Roberto Dvoskin. (2009). *Fundamentos de Marketing*. Buenos Aires: Granica.
- Ruiz, A. (dos de noviembre de 2000). *gestiopolis.com*. Obtenido de gestiopolis.com: <http://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones/>
- Sánchez Marín, G. (2003). *Análisis estratégico para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa*.
- Serrano, K. M. (2011). *Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las Relaciones Públicas*.
- Silvia Cecilia Delgado Vera. (24 de noviembre de 2013). *APLICACIÓN DE LOS INTERESES PASIVOS Y ACTIVOS EN EL SISTEMA BANCARIO ECUATORIANO Y SUS EFECTOS MACROECONOMICOS*. Obtenido de Eumednet: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2016/1502/interes-activo.htm>
- Tamayo, T. Y. (9 de enero de 1997). *tesis de investigación*. Recuperado el 13 de marzo de 2017, de tesis de investigación: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Tarquin, A. (2001). *Ingeniería Económica*. Antony Bosch.
- Tejera, J. (13 de julio de 2010). *aporrea*. Recuperado el 13 de marzo de 2017, de *aporrea*: <https://www.aporrea.org/actualidad/a103977.html>
- Thompson, I. (25 de 07 de 2010). *PROMONEGOCIOS*. Recuperado el 30 de 05 de 2014, de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Thompson, I. (24 de 12 de 2014). *PROMONEGOCIOS*. Recuperado el 30 de 05 de 2014, de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Urbina, G. B. (21 de Abril de 2009). *Evaluación de proyectos*. Recuperado el 13 de Marzo de 2017, de Evaluación de proyectos: <https://es.slideshare.net/guest4e4af2/evaluacion-de-proyectos-baca-urbina>

- Urbina, G. V. (21 de marzo de 2009). *evaluacion de proyectos* . Recuperado el 13 de marzo de 2017, de evaluacion de proyectos:
<https://es.slideshare.net/guest4e4af2/evaluacion-de-proyectos-baca-urbina>
- Valle, J. H. (5 de enero de 2012). Recuperado el 13 de marzo de 2017, de
http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/392/analisis_situacional_modulo2.pdf?sequence=3
- valle, J. H. (5 de enero de 2012). *analisis situacional*. Recuperado el 13 de marzo de 2017, de analisis situacional:
http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/392/analisis_situacional_modulo2.pdf?sequence=3
- Valle, J. H. (5 de enero de 2012). *Analisis situacional*. Recuperado el 13 de marzo de 2017, de Analisis situacional:
http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/392/analisis_situacional_modulo2.pdf?sequence=3
- Valle, J. H. (5 de enero de 2012). *analisis situacional* . Recuperado el 13 de marzo de 2017, de analisis situacional :
http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/392/analisis_situacional_modulo2.pdf?sequence=3
- valle., H. d. (s.f.).
- Venega, M. F. (junio de 2009). *investigaciones economicas*. Recuperado el 13 de marzo de 2017, de investigaciones economicas:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672009000200003
- Viedma, C. d. (enero-1995). Una GUÍA para la investigación. En C. d. Viedma, *Una GUÍA para la investigación* (pág. 187 Y 189). Salamanca 23-Madrid: Editorial Complutense.
- Zenalmor. (22 de 04 de 2013). *SI EMPRENDEMOS*. Recuperado el 05 de 06 de 2014, de <http://si-emprendemos.blogspot.com/2013/04/el-analisis-interno-de-una-empresa-para.html>