



TECNOLOGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL DESARROLLO MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE UN  
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
MICRO EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y  
COMERCIALIZACIÓN DE BISUTERIAS EN CONCHA DE COCO, UBICADO  
EN LA ELOY ALFARO Y AVELLANAS AL NORTE DEL DISTRITO  
METROPOLITANO DE QUITO, EN EL 2016

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Tecnólogo en  
Administración Bancaria y Financiera

Autora: Cabezas Valencia Venna Berley

Tutor: Ing. Ávila María

Quito, 2016

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se ha citado en las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

**Cabezas Valencia Venna Berley**

**C.I. 0802788943**

## CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR

Yo, **Cabezas Valencia Venna Berley** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **0802788943** de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“Apoyar el desarrollo microempresaria mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisuterías en concha de coco, ubicado en la Eloy Alfaro y Avellanas al norte del Distrito Metropolitano de Quito:”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

**FIRMA****NOMBRE** Venna Cabezas**CEDULA** 0802788943

Quito, a los 11 de Noviembre del 2016

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios, mi pilar fundamental ya que sin él no hubiera sido capaz de cumplir unos de mis propósitos

A mis padres Washington Cabezas y Lenny Valencia, personas que me guiaron siempre brindándome su apoyo incomparable su amor su tiempo, con corrección, apoyo, consejos y más que todo amor, gracias padres por el apoyo inmenso que supe recibir de ustedes a lo largo de toda mi vida estudiantil, porque mediante todo eso tuve las ganas y fuerzas necesarias para seguir con mis objetivos.

A mi tutor Ing. Maria Avila, por brindarme conocimientos de varias asignaturas, por guiarme en la elaboración de mi tesis, con paciencia, respeto y consideración compartía sus conocimientos para el presente estudio de factibilidad.

A mi lectora Ing. Angélica Aldaz, la misma que brindo su tiempo para aportar con el desarrollo de este proyecto.

Agradecer de igual manera a todos mis compañeros, que fueron participes para continuar con mis estudios, ya que aprendí varias cosas de cada uno, con el tiempo algunos se convirtieron en buenos amigos, me obsequiaron sus enseñanzas recuerdos, apoyo en todo este periodo estudiantil

Finalmente agradezco a todas las personas que directa ( tías, primos, hermanos) e indirectamente( amigos) me brindaron su apoyo para que yo pueda culminar esta etapa de mi vida realizando este proyecto.

## DEDICATORIA

Dedico primeramente a Dios por obsequiarme la bendición de contar con las condiciones necesarias para poder culminar esta etapa de mi vida.

Dedico todo mi logro profesional y personal a mis padres quienes, con su ayuda y esfuerzo siempre supieron guiarme hacia el logro en el que estoy y lo más importante por darme la educación.

Por último dedico a mis hermanos quien con ayuda de cualquier tipo y a sus modos siempre me daban ánimos Para continuar con mi objetivo porque ellos son mi razón de vida

## RESUMEN EJECUTIVO

“ARTESIANAS JAHEL ” es una empresa de producción que tiene el objetivo de desarrollar nuevos estilos de belleza en coco dando un enfoque en diferentes diseños de bisuterías en concha de coco para lo cual se elabora una interacción entre el cliente y el personal calificado para llegar a un acuerdo mutuo y poder complacer los deseos de los clientes esperados.

En una sociedad globalizada diariamente aumenta el número de pequeñas y medianas empresas que empiezan a cubrir la demanda del producto.

“Artesanías Jahel” está dirigida a personas con una economía estable ya que el costo del producto no es muy elevado por lo cual esta microempresa está destinada a mujeres con una edad de 12 años en adelante “Artesanías Jahel” otorga varios estilo modelos y diseños.

El equipo de trabajo de “Artesanías Jahel” cuenta con 2 operarios calificados que brindaran un servicio de calidad y que satisfagan a los clientes una recepcionista que atenderá los clientes y recibirá sus pedidos y una administradora que realizara la contabilidad de la empresa y un gerente que será la persona encargada de dirigir a la empresa, de los diseños y ventas, este equipo de trabajo puede brindar apoyo de una área a otra.

Los resultados esperados para “Artesanías Jahel ” son positivos de acuerdo al estudio financiero realizado, la inversión será recuperable a los 4 años 2 meses y 1 días lo cual es favorable para la creación de esta empresa

## ABSTRACT

"JAHHEL HANDICRAFTS" is a production company that has the objective of developing new styles of beauty in coconut giving a focus on different designs of coconut shell jewelry for which an interaction between the client and qualified personnel is elaborated to arrive at A mutual agreement and be able to please the desires of the expected clients.

In a globalized society on a daily basis, the number of small and medium-sized companies that begin to meet the demand for the product increases.

"Jahel Handicrafts" is aimed at people with a stable economy since the cost of the product is not very high so this micro-enterprise is aimed at women aged 12 and over "Jahel Handicrafts" grants various style models and designs.

The team of "Artesanías Jahel" has two skilled workers who will provide a quality service and that satisfy the clients a receptionist who will attend the clients and receive their orders an administration that will perform the accounting of the company and a manager who will be The person to lead the company, take care of the designs and sales, is a team that can provide support from one area to another.

## ÍNDICE GENERAL

### Contenido

DECLARATORIA.....	i
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN EJECUTIVO .....	v
ABSTRACT .....	vi
INDICE GENERAL.....	vii
INDICE DE TABLAS .....	xiv
INDICE DE FIGURAS .....	xvii
CAPITULO I.....	1
1. Introducción .....	1
1.01 Justificación.....	2
1.02 Antecedentes .....	5
CAPITULO II .....	7
2. Análisis Situacional.....	7
2.01 Análisis Externo .....	8
2.01.01Entorno Económico.....	8
2.01.01.01 Inflación .....	8

2.01.01.02 Tasas de Interés .....	10
2.01.01.02.01 Tasa De Interés Activa .....	10
2.01.01.02.02 Tasa de Interés Pasiva .....	12
2.01.01.02.03. Producto Interno Bruto (PIB).....	14
2.01.01.02.04 Riesgo País .....	15
2.01.01.02.05 Balanza Comercial .....	17
2.01.02 Factor Social.....	19
2.01.02.01 Tasa de Empleo .....	19
2.01.02.02 Código del Trabajo.....	20
2.01.03 Factor Legal.....	22
2.01.04 Factor Tecnológico.....	24
2.02 Entorno Local .....	25
2.02.01 Clientes.....	25
2.02.01.01 Clientes Interno .....	26
2.02.01.02 Clientes Externos.....	26
2.02.01.03 Proveedor .....	27
2.02.01.04 Competencia.....	28
2.03 Análisis Internos.....	29
2.03.01 Propuesta Estratégica .....	29
2.03.01.01 Misión.....	29

---

2.03.01.02 Visión .....	30
2.03.01.03 Objetivos .....	30
2.03.01.03.01 Objetivo General. ....	30
2.03.01.03.02 Objetivos Específicos .....	30
2.03.01.04 Valores y Principios .....	31
2.03.01.04.01 Valores .....	31
2.03.01.04.02 Principios.....	32
2.03.02 Gestión Administrativa .....	32
2.03.03 Gestión Operativa.....	37
2.03.04 Gestión Comercial.....	37
2.04. Análisis FODA .....	39
CAPÍTULO III .....	42
3. Estudio de Mercado.....	42
3.01 Objetivos del Estudio de Mercado .....	42
3.02 Análisis del Consumidor .....	43
3.02.01 Concepto de Consumidor .....	44
3.02.02 Determinación de la Población y Muestra .....	44
3.02.02.01 Población.....	44
3.02.02.02. Muestra.....	45
3.02.02.03 Técnicas de la Obtención de la Información .....	46

3.02.02.04. Modelo de la Encuesta .....	48
3.02.03 Resultados de la Encuesta (análisis).....	51
3.03 Demanda.....	60
3.03.01 Proyección de la Demanda .....	62
3.03.02 Cálculo de la Oferta Proyectada.....	63
3.03.03 Demanda Insatisfecha.....	63
3.03.04 Demanda Proyectada –Oferta Proyectada .....	64
CAPITULO IV .....	65
4. Estudio Técnico .....	65
4.01 Tamaño del Proyecto.....	66
4.01.01 Mobiliario y Equipo Requerido.....	66
4.01.02 Mano de Obra.....	67
4.01.02.01 Cuadro de Personal.....	67
4.03 Variables de Optimización .....	68
4.03.01 Distribución de Planta .....	68
4.03.02 Matriz S.L.P (Layout) .....	69
4.05 Localización del Proyecto .....	71
4.05.02 Macro Localización.....	73
4.05.03 Micro Localización .....	73
4.06 Ingeniería del Proyecto.....	74

4.06.01 Descripción de las Instalaciones del Proyecto. ....	74
4.06.02 Plano del Negocio .....	78
4.07 Flujogramas del Proceso de Producción .....	79
4.07.01 Simbología .....	81
4.07.03 Descripción de las Actividades .....	81
4.08 Determinación de Mobiliario y Equipo.....	83
4.08.01 Cuantificación de Variables: .....	83
CAPÍTULO V .....	84
5. Estudio Financiero.....	84
5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales.....	84
5.01.01. Ingresos Operacionales. ....	84
5.02 Costos .....	86
5.02.01 Costos Directo .....	86
5.02.02 Costos Indirectos .....	87
5.02.03 Gastos Administrativos .....	87
5.02.04 Costos de Ventas .....	88
5.03 Inversiones .....	89
5.03.01 inversión Fija.....	89
5.03.01.01 Activos Fijos .....	89
5.03.01.02 Activos Diferidos .....	90

5.03.02 Capital de Trabajo .....	90
5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos.....	91
5.03.04 Depreciaciones .....	92
5.03.05 Estado de Situación Inicial .....	93
5.03.06 Estado de Resultados Proyectado.....	94
5.03.07 Flujo de Caja .....	95
5.03.08 Flujo de Inversión Ajustado (Financiado).....	96
5.03.08.01 Flujo Neto Financiero.....	96
5.04.02 VAN .....	98
5.04.03 TIR .....	99
5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión) .....	99
5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio) .....	100
5.04.06 Punto de Equilibrio.....	101
5.04.07 Análisis de índices Financieros .....	103
CAPÍTULO VI.....	106
6 Análisis de Impacto .....	106
6.01 Impacto Ambiental .....	106
6.02 Impacto Económico.....	107
6.03 Impacto Productivo .....	107
6.04 Impacto Social.....	108

---

CAPÍTULO VII.....	109
7 Conclusiones y Recomendaciones .....	109
7.01 Conclusiones .....	109
7.02 Recomendaciones .....	110
Bibliografía.....	111
Anexos.....	113

**INDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Inflación .....	9
Tabla 2 Tasa de Interés Activa .....	11
Tabla 3 Tasas Pasivas .....	13
Tabla 4 PIB Anual .....	14
Tabla 5 Riesgo País .....	16
Tabla 6 Balanza Comercial .....	18
Tabla 7 Clientes Externos .....	27
Tabla 8 Proveedor .....	28
Tabla 9 Competencia .....	28
Tabla 10 Perfil de Cargo del Gerente .....	32
Tabla 11 Perfil de Cargo de los Operarios .....	33
Tabla 12 Perfil de Cargo del Vendedor .....	34
Tabla 13 Oportunidades y Amenazas .....	40
Tabla 14 Fortalezas y Debilidades .....	41
Tabla 15 Pregunta 1 .....	51
Tabla 16 Pregunta 2 .....	52
Tabla 17 Pregunta 3 .....	53
Tabla 18 Pregunta 4 .....	54
Tabla 19 Pregunta 5 .....	55
Tabla 20 Pregunta 6 .....	56
Tabla 21 Pregunta 7 .....	57
Tabla 22 Pregunta 8 .....	58
Tabla 23 Pregunta 9 .....	59

Tabla 24 Demanda .....	60
Tabla 25 Resultados de la Encuesta .....	61
Tabla 26 Cálculo de la Demanda Actual.....	61
Tabla 27 Proyección de la Demanda.....	62
Tabla 28 Oferta Actual .....	63
Tabla 29 Oferta Proyectada.....	63
Tabla 30 Demanda Insatisfecha .....	64
Tabla 31 Balance oferta y demanda .....	64
Tabla 32 Mobiliario y equipo requerido .....	66
Tabla 33 Cuadro de personal.....	67
Tabla 34 Matriz S.L.P (Layout). .....	70
Tabla 35 Matriz triangular.....	70
Tabla 36 Localización del proyecto. ....	72
Tabla 37 Simbología. ....	81
Tabla 38 Descripción de las actividades .....	82
Tabla 39 Ingresos operacionales. ....	85
Tabla 40 Costos Directo .....	86
Tabla 41 Costos Indirectos .....	87
Tabla 42 Gastos Administrativos .....	88
Tabla 43 Costos de Ventas .....	88
Tabla 44 Activos Fijos .....	89
Tabla 45 Activos Diferidos .....	90
Tabla 46 Capital de Trabajo .....	90
Tabla 47 Depreciaciones .....	92
Tabla 48 Estado de Situación Inicial .....	93

---

Tabla 49 Estado de Resultados Proyectado.....	94
Tabla 50 Flujo de caja .....	95
Tabla 51 Flujo de Inversión Ajustado ( <i>Financiado</i> ).....	96
Tabla 52 Flujo Neto Financiero .....	96
Tabla 53 TMAR .....	97
Tabla 54 VAN .....	98
Tabla 55 RBC (Relación Costo Beneficio) .....	100
Tabla 56 Punto de Equilibrio .....	101
Tabla 57 ROA (Rentabilidad sobre el Activo Total) .....	103
Tabla 58 ROE (Rentabilidad sobre el Patrimonio Total).....	104
Tabla 59 ROI (Rentabilidad sobre la Inversión) .....	105

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Inflación .....	9
Figura 2 Interés Activa .....	11
Figura 3 Interés Pasivas.....	13
Figura 4 PIB .....	15
Figura 5 Riesgo País.....	16
Figura 6 Organización Estructural. ....	33
Figura 7 Logotipo de la Empresa. ....	38
Figura 8 Tarjeta de Presentacion de la Empresa. ....	38
Figura 9 Pregunta 1 .....	51
Figura 10 Pregunta 2 .....	52
Figura 11 Pregunta 3 .....	53
Figura 12 Pregunta 4 .....	54
Figura 13 Pregunta 5 .....	55
Figura 14 Pregunta 6 .....	56
Figura 15 Pregunta 7 .....	57
Figura 16 Pregunta 8 .....	58
Figura 17 Pregunta 9 .....	59
Figura 18 Factores de Localización.....	72
Figura 19 Macro Localización. ....	73
Figura 20 Micro Localización. ....	74
Figura 21 Plano del Negocio .....	78
Figura 22 Flujogramas del Proceso de Producción.....	80

---

Figura 23 Punto de Equilibrio de Vinchas .....	1032
Figura 24 Punto de Equilibrio de Juegos de Bisuterias .....	104
Figura 25 Punto de Equilibrio de Aretes/ Anillos .....	105

## CAPÍTULO I

### 1. Introducción

El presente proyecto surge con la finalidad de ofrecer artesanías en concha de coco aportando al sector artesanal. Se encuentra ubicado en el sector de la Av. Eloy Alfaro y Avellanas lugar donde la actividad artesanal presenta un escaso desarrollo en esta producción y comercialización, debido a que no hay personas que realicen esa actividad.

Para poder dar a conocer este tipo de artesanías se desea crear una micro empresa que produzca y comercialice accesorios de buena calidad, y lo más importante con costos cómodos y de fácil acceso por los consumidores, con ello se desea innovar y dar un nuevo estilo a la apariencia física de los consumidores,

Una vez dada a conocer la realidad, se logra establecer una interesante y novedosa propuesta la cual les brindará a la sociedad la oportunidad de innovar sus accesorios y cambiar un poco su estilo de vida.

Con la creación de la microempresa se tiene como punto de referencia las sociedades de nivel medio-bajo, teniendo en cuenta todas las desventajas que le surgen al momento de adquirir cualquier accesorio, es por ello que con la información que se está generando en este proyecto se prevé contar con la ayuda del ITSCO para proveer y dar a conocer este producto en zonas rurales o pueblos muy lejanos.

Una vez otorgada la aprobación por parte del ITSCO se buscarán las estrategias y objetivos necesarios con el fin de implantar la micro empresa dentro del sector para que la población no tenga que ir tan lejos hacer pedidos lo mismo que les resultará muy costoso, ya que este es un producto que suele darse en las zonas costeras.

Con el cumplimiento de todos los objetivos propuesto en este proyecto, se podrá verificar el nivel de satisfacción que se logre cubrir en los consumidores, es por eso que se le da una alta relevancia a este proyecto ya que brindará soluciones y comodidades a la población, mientras más alto sea el cumplimiento de las metas y actividades establecidas por el gestor de este proyecto los resultados a obtenerse serán excelente

### **1.01 Justificación**

La creación del presente proyecto nace con la finalidad de resolver varios inconvenientes que poseen las poblaciones que se encuentran en lugares lejanos en

donde vendan accesorios personales ya, que existen escuelas, empresas, fábricas, bazares, en los cuales realizan diferentes eventos y en algunos caso necesitan accesorios de forma inmediata, mediante la implementación de bisutería en concha de coco facilitarán a todas las personas que habitan en el sector al momento de adquirir estos productos, ya sea en cantidades pequeñas desde una unidad a cantidades grandes como docenas y más.

La importancia de este proyecto reside en que los habitantes del sector en estudio poseen dificultades al momento de comprar sus accesorios, el desarrollo de una micro empresa se convierte en una oportunidad para el gestor de este proyecto, el mismo que podría brindar soluciones a los pobladores y cubrir necesidades, ofreciendo así el desarrollo de un negocio rentable.

Para poder conocer las preferencias de los habitantes se desarrollarán encuestas y estudios de mercados dentro del sector, con la finalidad de conocer cuáles son los gustos de los moradores al momento de la adquisición del producto, ya que existen variedad de accesorios ya sea por los modelos, diseño tamaños. Con ello se podrá definir en cierta parte la aceptación del negocio, el nivel de competitividad y la permanencia del mismo dentro del mercado.

Por ende al momento de crear una microempresa se estaría implementando una alternativa social, novedosa y económica.

Social, para así mantener la cultura y tradición en nuestro país. “de tal forma que se adquiriera siempre lo nuestro” y de esa manera lograr tener siempre el consumo masivo del producto de bisuterías de manera artesanal con concha de coco.

Es novedosa porque su principal materia prima es la concha de coco, ya que en la actualidad no existen empresas que se dediquen a la producción y comercialización de bisuterías en concha de coco, generará un valor adicional al sector artesanal del país.

La disponibilidad y accesibilidad de adquirir la materia prima para la producción y comercialización de bisuterías en concha de coco es económica, el coco tiene un coste bajo en los mercados de Esmeraldas y es de fácil adquisición las conchas de mismo, permitiendo ofrecer a los futuros compradores un producto artesanal novedoso que de seguro llamará de forma inmediata la atención por su calidad modelo variedad de diseños y por sus costos cómodos y accesibles.

Uno de los principales beneficios al elaborar este proyecto es generar fuentes de empleos y formar parte del sector artesanal y productivo del país, siendo un elemento fundamental en la producción y comercialización de bisuterías en concha de coco.

Este proyecto hace énfasis al Objetivo N° 3 del Plan Nacional de Buen Vivir que es; Mejorar la calidad de vida de la población y el Objetivo 6 que es Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas.

Este proyecto busca satisfacer las necesidades de las personas mediante las atenciones adecuadas con bases muy sustentables satisfaciendo esos deseos mediante la creatividad e innovación en los diferentes productos de tal forma se garantizará una fuente de empleo justa y estable para aquellas personas desempleadas.

## 1.02 Antecedentes

(Creative Commons) Señalo que:

El lugar de origen del coco es un tema discutido, mientras muchos consideran que proviene de Asia del Sur, concretamente del delta del Ganges, algunos dicen que proviene del noroeste de América del Sur. Registros fósiles de Nueva Zelanda indican que plantas similares más pequeñas crecieron allí al menos hace 15 millones de años. También existen fósiles más antiguos descubiertos en Kerala, Rayastán, Thennai en Tamil Nadu a orillas del Palar, Thennai, Thamirabharani, el río Kaveri y laderas en la frontera de Kerala, Konaseema-Andharapradesh, Maharashtra (todo ello en la India) aunque los más antiguos conocidos provienen de Khulna, en Bangladés

La cosecha del coco varía según el tipo de producción, sobre todo de febrero a julio. Si se comercializa como fruta fresca o se destina a la industria con fines de envasar agua, la cosecha se efectúa cuando el coco tiene entre 5 y 6 meses. En esta época el contenido de azúcar y agua es muy elevado y el sabor es más intenso. De todas formas, el coco seco o coco maduro tiene una capacidad de gran duración mayor sin necesidad de ningún tipo de refrigeración, a diferencia de los cocos frescos, que duran varios días (o un mes), antes de madurarse o hacerse secos.

Si se destina a la producción de coco rallado, deshidratado o compra para la extracción de aceite, la cosecha se realiza cuando los cocos caen al suelo o cuando uno de los cocos de un racimo está secos. El coco rallado es utilizado como cobertor o ingrediente para pasteles o tortas. Estos cocos secos permanecen en la planta durante 13 meses.

Análisis

El lugar del origen del coco es algo que está en controversia debido a que muchos hacen referencia que el mismo de Asia y otros afirman que proviene de América del norte, el mismo que tiene su cosecha variada la misma que puede ser efectuada cuando el coco tenga de 5 a 6 meses de sembrado

(Perez, 2008-2015) Afirmo que:

El coco es un fruto exótico cuyos beneficios y propiedades pueden convertirle en una fruta saludable, tomada con moderación. Descubre sus principales beneficios y propiedades nutricionales.

Los beneficios del coco son ciertamente interesantes para personas sanas de todas las edades, especialmente cuando, y esto hay que decirlo bien claro, es consumido de manera ocasional. Esto es así porque enriquece la dieta con una serie muy interesante de sustancias nutritivas, al ser una fruta muy rica en hierro y potasio, y en definitiva en aquellas sales minerales que participan en la propia mineralización de

los huesos, como pueden ser el calcio, el fósforo o el magnesio. También es interesante su contenido en fibra, lo que confiere al coco propiedades ciertamente laxantes, ayudando a su vez a reducir y bajar el colesterol alto y a controlar el azúcar en sangre, siendo igualmente ideal para diabéticos. En lo que se refiere a las distintas vitaminas que posee esta fruta, destaca la vitamina E, como sabemos, de importante acción antioxidante.. Es ideal por ejemplo como postre para los más pequeños, o para personas que se encuentren débiles.

Composición nutricional del coco

Calorías: 350 kcal.

Vitaminas: C (39 mg), B1 (0,06 mg), B2 (0,18 mg).

Minerales: potasio (398 mg), fósforo (110 mg), calcio (16 mg), hierro (4 mg).

Ácidos grasos: poliinsaturados (1 gr), monoinsaturados (4 gr), grasas saturadas (53 gr). El coco es una fruta tropical obtenida del cocotero (*Cocos nucifera*), la palmera más cultivada a nivel mundial. Tiene una cáscara exterior gruesa (exocarpio) y un mesocarpio fibroso y otra interior dura, vellosa y marrón (endocarpio) que tiene adherida la pulpa (endospermo), que es blanca y aromática. Mide de 20 a 30 cm y llega a pesar 2,5 kg.

## CAPITULO II

### 2. Análisis Situacional

(Wells, 2011) Señalo que:

“Un análisis de la situación resume toda la información relevante disponible acerca del producto, la compañía, el entorno competitivo, la industria y los consumidores. Conocida en ocasiones como una revisión de negocios, esta información se obtiene con el uso de técnicas de investigación primaria y secundaria: con el objeto de dar sentido a los hallazgos, algunas personas encargadas de la planeación clasifican esta información en términos de factores internos (fortalezas que llevan a oportunidades) y factores externos (debilidades que hacen que la marca sea vulnerable a las amenazas externas)”. (pág. 4)

De acuerdo al autor el análisis situacional nos permite analizar los diferentes factores internos (económico tecnológico) y externos (proveedores, los clientes, los competidores, el gobierno) que influyen en el funcionamiento de la empresa

## **2.01 Análisis externo**

El análisis externo nos permite conocer la realidad económica por la que está atravesando nuestro país con el mismo podemos determinar las fortalezas, oportunidades debilidades, y amenazas que pueda tener presente proyecto.

### **2.01.01 Entorno Económico**

El entorno económico es el lugar en donde se mueven las empresas gobiernos, familias y es allí donde los diferentes entes interactúan para generar recursos económicos

#### **2.01.01.01 Inflación**

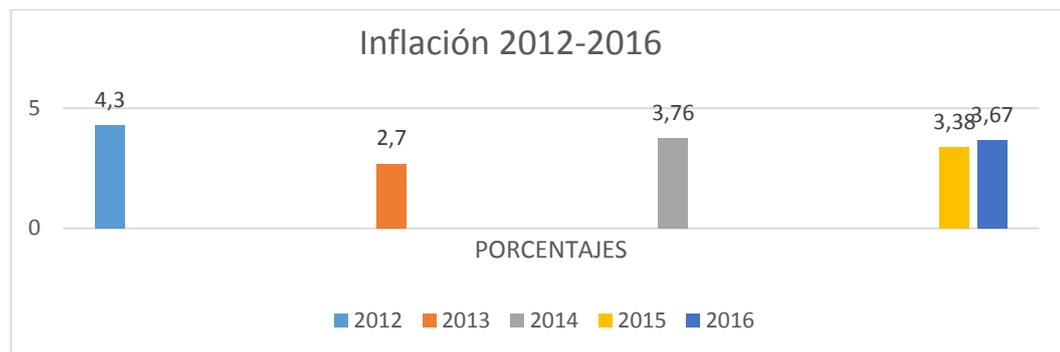
(Diaz, 2012) manifiesta que la inflación: “Es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo”

**Tabla 1 Inflación**

AÑOS	PORCENTAJE
2012	4.16
2013	2.70
2014	3.76
2015	3.38
2016	3.67

*Fuente: Banco Central Del Ecuador  
Elaborado por: Venna Cabezas*

**Figura 1 Inflación**



*Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Venna Cabezas*

La inflación ha sufrido una serie de variaciones en los últimos 5 años debido a que es un índice que no se puede controlar, obteniendo así un 4,3 que es el valor más alto que corresponde al año 2012 y un mínimo de 2, que fue en el año 2013 de allí en adelante se ha mantenido en un valor entero que es 3 solo en sus decimales han sufrido variaciones para llegar a obtener en junio del 2016 un 3,67%. ....

Mediante el gráfico establecido anteriormente se ha notado que la inflación no ha tenido una disminución exagerada mas bien es considerable porque su variación en los últimos solo ha sido en sus decimas manteniendo un índice de precios accesibles para la población, lo cual es considerado como una oportunidad significativa para el proyectistas, ya que con un índice de precios estables es mucho más fácil la adquisición del producto

#### ***2.01.01.02 Tasas de Interés***

(Vera, 2002) “La tasa de interés representa el importe del alquiler del dinero. Dado que los montos de intereses son dinero lo mismo que el capital, este importe se presenta normalmente como un porcentaje que se aplica al capital por unidad de tiempo; a este valor se le denomina *tasa de interés*. (pág. 1)

Las tasas de interés son el valor del dinero que se debe pagar al momento de realizar un préstamo o depósitos a instituciones financieras

#### ***2.01.01.02.01 Tasa De Interés Activa***

(Delgado Vera, 2015) Precio que cobra una persona o institución crediticia por el dinero que presta. (pág. 32)

## Análisis

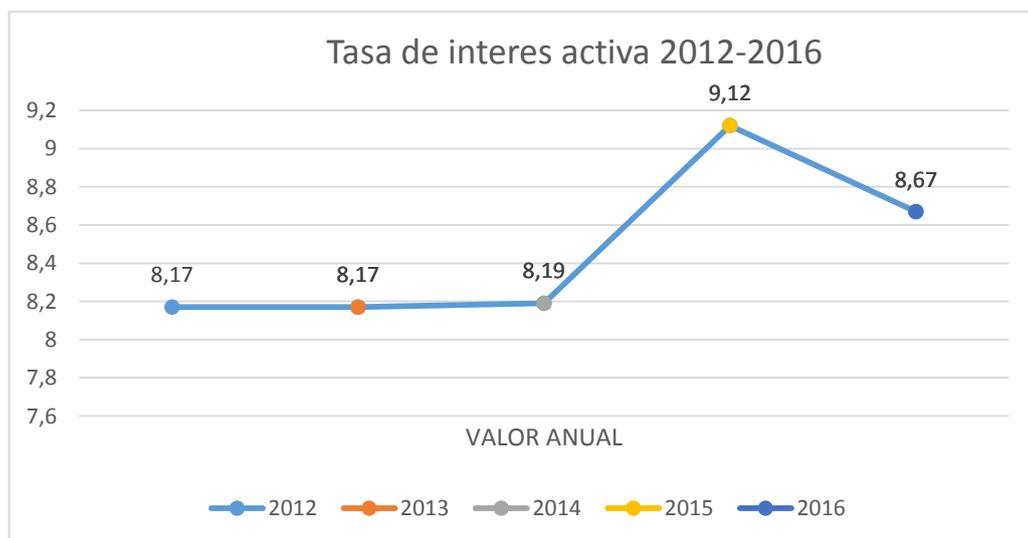
La tasa de interés activa hace referencia al porcentaje que tiene que pagar una persona o institución al momento de realizar un préstamo.

**Tabla 2 Tasas de Interés Activa**

Año	Porcentaje
2012	8,17%
2013	8,17%
2014	8,19%
2015	9,12%
2016	8,67%

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Venna Cabezas

**Figura 2 Interés Activa**



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Venna Cabezas

### **Análisis**

De acuerdo a las variaciones que tienen los porcentajes de la tasa de interés activa se le puede considerar como una amenaza si las misma aumentan y como una oportunidad si disminuyen, en la actualidad se debe pagar un 8,67 de interés activo por cada préstamo que se realice, lo cual es considerado como una amenaza porque el interés es alto

#### ***2.01.01.02.02 Tasa de Interés Pasiva***

(Delgado Vera, 2015) señalo que: Tasa de interés pasiva es: precio que se recibe por un depósito en los bancos (pág. 32)

### **Análisis**

La tasa de interés pasivo es el porcentaje que se recibe por realizar depósitos a corto o largo plazo en las diferentes instituciones financieras

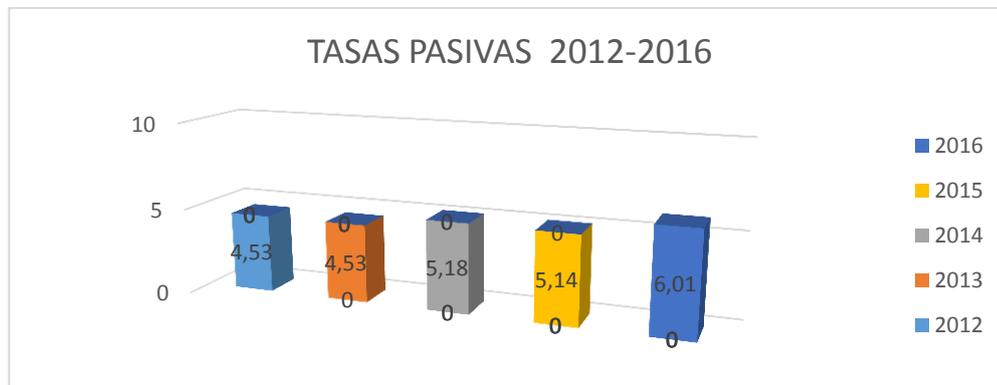
**Tabla 1 Tasas Pasivas**

Año	Porcentaje
2012	4,53%
2013	4,53%
2014	5,18%
2015	5,14%
2016	6,01%

*Fuente: Banco Central del Ecuador*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

**Figura 3 Interés Pasivas**



*Fuente: Banco Central del Ecuador*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

### Análisis

Las tasas de interés pasivas, son considerada una oportunidad, mientras mas alta sea la tasa dentro de las instituciones financieras, las empresas o personas que han realizado sus depósitos recibirán una renta de interés más alta, mientras que si baja sería una amenaza ya que el porcentaje que pagaría la empresa sería menor, en

la actualidad según el Banco Central del Ecuador establece que la tasa de interés pasiva para el 2016 es del 6,01%.

### **2.01.01.02.03. Producto Interno Bruto (PIB)**

(Tejera, 2010) señalo que: 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. (pág. 1)

#### **Análisis**

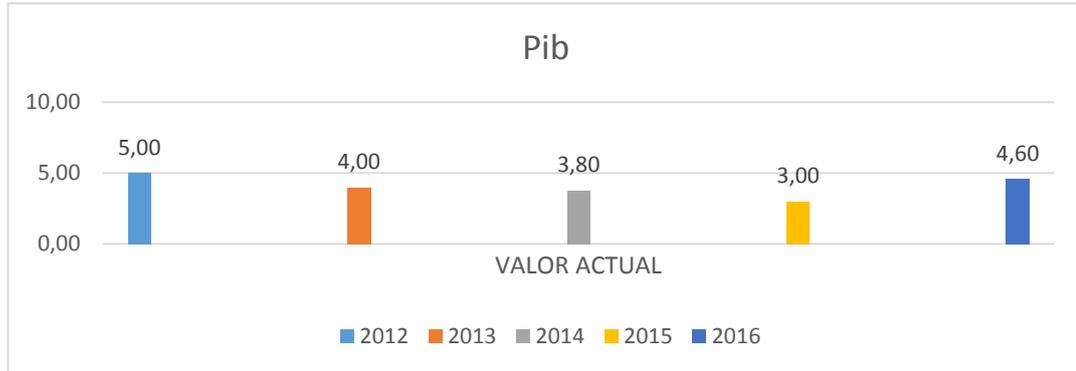
El PIB representa todos los bienes y servicios que producidos determinados en el lapso de un año en el país.

**Tabla 2 PIB Anual**

<b>Año</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>2012</b>	5.00%
<b>2013</b>	4.00%
<b>2014</b>	3,80%
<b>2015</b>	3,00%
<b>2016</b>	4,60%

*Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Venna Cabezas*

**Figura 4 PIB**



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Venna Cabezas

#### **2.01.01.02.04 Riesgo País**

(Montilla, 2007) determino que :El concepto de riesgo país, hace referencia a la probabilidad de que un país, emisor de deuda, sea incapaz de responder a sus compromisos de pago de deuda, en capital e intereses, en los términos acordados.  
(pág. 1)

#### **Análisis**

El riesgo hace énfasis a la posibilidad de que un país deudor no sea capaz de responder a sus deudas en todos los pactos acordados, se puede conocer como esta económicamente y determina si un país es confiable invertir en él.

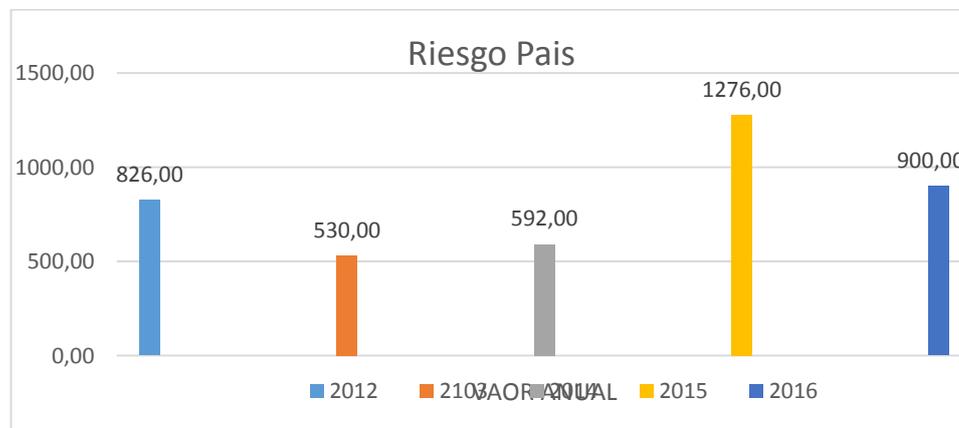
**Tabla 3 Riesgo País**

Año	Puntos
2012	826
2013	530
2014	592
2015	1276
2016	900

*Fuente: Banco Central del Ecuador*

*Elaborado por: Venna Cabezas.*

**Figura 5 Riesgo País**



*Fuente: Banco Central del Ecuador*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

Realizando un breve análisis del riesgo país de los últimos cinco años podemos determinarlo como una amenaza al año 2015 se presenta con 1276 puntos ha disminuido al año 2016 a 900 puntos esta cifra sigue siendo muy alta, por lo que

las empresas con interés de invertir lo pensarán dos veces antes de hacerlo porque esto indica que tendrán que cumplir con las diferentes obligaciones y a tiempo lo que será muy difícil.

#### **2.01.01.02.05 Balanza Comercial**

(Ecuador, 2013) determino que: “Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones”. (pág. 1)

#### **Análisis**

La balanza comercial hace énfasis al registro que lleva el país sobre todas la importaciones y exportaciones en un determinado periodo que es un año, mediante este se determina si las importaciones y exportaciones han tenido variaciones de aumento o disminución durante otros años

**Tabla 4 Balanza Comercial**

Período	EXPORTACIONES FOB (2)			IMPORTACIONES FOB (7)			BALANZA COMERCIAL			TASAS DE CRECIMIENTO (n/n-1)		INDICE DE COBERTURA	INDICE DE TERMINOS DE INTERCAMBIO (5)
	Total	Petroleras (6)	No petroleras	Total	Petroleras (3)	No petroleras (4)	Total	Petrolera	No petrolera	Exportaciones	Importaciones		
	a=b+c	b	c	d=e+f	e	F	g=a-d	h=b-e	i=c-f				
<b>2012</b>	23.764,76	13.791,96	9.972,80	24.205,37	5.441,27	18.764,09	-440,61	8.350,68	-	6,46	4,55	98,18	125,90
<b>2013</b>	24.750,93	14.107,21	10.643,72	25.825,94	5.866,51	19.959,43	-1.075,01	8.240,70	8.791,29	-	4,15	95,84	127,02
<b>2014</b>	25.724,43	13.275,49	12.448,94	26.447,60	6.358,59	20.089,01	-723,16	6.916,91	9.315,71	-	3,93	97,27	119,14
<b>2015</b>	18.330,61	6.660,05	11.670,56	20.460,23	3.903,23	16.557,00	-2.129,62	2.756,82	7.640,07	-	-28,74	89,59	89,66
2016 <b>Enero- mayo</b>	6.415,95	1.816,00	4.599,95	6.011,65	864,61	5.147,03	404,31	951,39	4.886,45	-547,08	-21,46	-35,26	106,73

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Banco Central del Ecuador.

## **Análisis**

Analizando la tabla de la balanza comercial se puede observar que durante los 5 años las exportaciones petroleras son menores a las importaciones petroleras, lo cual afecta directamente a la elaboración del presupuesto general del estado generando la disminución del dinero circulante del país.

### **2.01.02 Factor Social**

(Peralta García, 2010) Se refiere a las actividades, deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación de las personas de una determinada sociedad (pág. 1)

#### **2.01.02.01 Tasa de empleo**

La tasa de empleo determina que cantidad de la población tiene un trabajo ya sea este propio o ajeno el cual le genere una retribución económica

(Ecuador en cifras, 2016) afirmo que:

“A nivel nacional en marzo de 2016, el empleo adecuado o pleno es de 40% de la PEA; se observa una disminución estadísticamente significativa de 3,7 puntos porcentuales con respecto al 43,7% de marzo de 2015. El subempleo a nivel nacional es de 17,1%, en marzo de 2016, a comparación del 13,4% del mismo periodo del 2015; un incremento anual de 3,8 puntos que es estadísticamente significativo.” (pág. 3)

(Index mundi, 2015) señalo que :” Esta variable incluye el porcentaje de la fuerza laboral que está sin empleo. Sustancial subempleo es a veces indicado (pág. 1)

## **Análisis**

La tasa de desempleo hace énfasis a la cantidad de la población que está desocupada o que está buscando trabajo el desempleo se lo determina mediante la división de la cantidad de la población desocupada para la cantidad de la población con fuentes laborables

### **2.01.02.02 Código del Trabajo**

El Código de Trabajo es un documento creado por el Congreso Nacional apoyado de la Constitución de la República del Ecuador, con el objetivo de fomentar el adecuado trato entre los empleadores y trabajadores, respetando de esta manera los derechos y obligaciones que cada uno tiene sin excepción alguna.

Con el código se explica la manera que cada una de las partes, debe actuar de acuerdo a lo establecido en la ley, es decir en el momento de contratar a la persona, durante el tiempo laboral y cuando se termina la relación de trabajo, de esta manera se evitarán problemas entre las dos partes.

(eSilec Profesional, 2005-2017) determino que:

## **TÍTULO PRELIMINAR DISPOSICIONES FUNDAMENTALES**

**Art. 1.-** Ámbito de este Código.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

**Concordancias:**

CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008, Arts. 325

**Jurisprudencia:**

Gaceta Judicial, INCOMPETENCIA POR LA MATERIA, 13-mar-1957

Gaceta Judicial, RELACIÓN LABORAL, 24-feb-1975

Gaceta Judicial, RELACIÓN LABORAL CONTRADICHA POR EL  
TRIBUNAL CONTENCIOSO, 01-mar-1977

Gaceta Judicial, INQUILINO O GUARDIAN, 28-mar-1977

Gaceta Judicial, NEXO JURIDICO LABORAL, 16-dic-1983

Gaceta Judicial, EMPLEADOS CIVILES EN LAS EMPRESAS DE LAS  
FUERZAS ARMADAS, 24-jun-1994

Gaceta Judicial, REGIMEN LABORAL Y POLICIAL, 15-nov-1994

**Art. 2.-** Obligatoriedad del trabajo.- El trabajo es un derecho y un deber social.

El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

**Concordancias:**

**CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008, Arts. 66, 325**

**CÓDIGO DEL TRABAJO**

**Art. 3.-** Libertad de trabajo y contratación.- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

**2.01.03 Factor Legal**

(Villafranca, 2013) señalo que :”Las bases legales no son más que se leyes que sustentan de forma legal el desarrollo del proyecto” explica que las bases legales “son leyes, reglamentos y normas necesarias en algunas investigaciones cuyo tema así lo amerite”. (pág. 1)

**Requisitos para la constitución de la microempresa**

### **RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI**

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente
- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad:
  - Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
  - Estado de cuenta bancario o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular, o de tarjeta de crédito. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. Únicamente los estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito deberán encontrarse a su nombre.
  - Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de bienes inmuebles

### **Permisos Municipales**

- Formulario único de solicitud de LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal
- Copia de la papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones

- En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo (sólo para artesanos)
- Para colocar rótulo: En caso de propiedad horizontal: Autorización de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal. En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local. En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.

### **Permiso de los Bomberos**

- Solicitud de inspección del local
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC
- Copia de la patente municipal

### **2.01.04 Factor Tecnológico**

La tecnología es parte muy importante dentro de toda empresa, ya que permite realizar el proceso de producción de un bien de manera más rápida y fácil, algunos de los beneficios que tiene la tecnología son los siguientes:

- Reducción de coste
- Equipos más productivos:
- Diferenciarse de la competencia
- Expansión de la empresa

- Información en tiempo real para tomar decisiones
- Mayor producción de bienes en menor tiempo
- Estándares de calidad más altos
- Más variedad de productos
- Menores costos

## **2.02 Entorno Local**

El sector donde se va a realizar el proyecto es factible porque existe una poblacional numerosa en el sector de “Eloy Alfaro y Avellanas”

Teniendo presente que población económicamente activa de esta zona es de una clase económica muy aceptable, son ellos los clientes potenciales ya que pueden acceder a este tipo de producto como es la artesanía en concha de coco, como un medio de hacer relucir a sus personalidades de una forma diferente de una manera rápida.

### **2.02.01 Clientes**

(Diccionario de Marketing, 2011) determino que: “Es un "Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía.” (pág. 1)

### **2.02.01.01 Clientes Interno**

(Ameca, 2014) determino que: “El cliente interno debe tener información para entender el trabajo que debe llevar a cabo desde su punto de vista, de la empresa y del cliente. Además, el cliente interno debe ver la formación como una oportunidad personal y también propia de la empresa ya que se supone es algo positivo para él.” (pág. 1)

- Ejecutivos, tienen una relación más cercana con los clientes externos. Ellos dicen cuál es el producto o servicio a ofrecer y a qué mercado va dirigido.
- Comercial, tienen una relación directa con diferentes grupos de trabajadores, lo que hace que tengan una visión clara de la calidad.
- Operativo. se encargan de la elaboración de los productos.

### **2.02.01.02 Clientes Externos**

(Ameca, 2014) señalo que “El cliente externo es la persona que no pertenece a la empresa y solicita satisfacer una necesidad (bien o servicio)”. (pág. 1)

- Clientes leales: son la base de la empresa ya que generan hasta un 50% de los ingresos.
- Clientes especializados en descuentos: son compradores regulares de acuerdo al grado de descuento que la empresa ofrece.

- Clientes impulsivos: se guían por sus impulsos, no se van de la tienda sin dejar de comprar algo.
- Clientes basados en las necesidades: tienen una necesidad y buscan un producto porque lo necesitan.
- Clientes errantes: no tienen alguna necesidad cuando entran al negocio, lo hacen de manera esporádica.

**Tabla 5 Clientes Externos**

MATRIZ DE CLIENTES		
N.-	NOMBRE	DIRECCION
1	BAZAR L&S	AV.FRANCISCO DE LA TORRE N64-191 Y ANGEL SALAZAR
2	SYL'DIN	AV.FRANCISCO DE LA TORRE N64-191 Y JORGE VALDIVIEZO

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Venna cabezas*

### 2.02.01.03 Proveedor

(Nunes, 2016) Señalo que: “Proveedor designa a toda la entidad que pone a disposición de otra entidad un determinado producto o servicio. De acuerdo con este concepto, el proveedor puede ser el productor de bienes y servicios o de sus distribuidores (por ejemplo, un importador o representante)”. (pág. 1)

**Tabla 6 Proveedor**

Matriz de proveedores			
N.-	Nombre	Tipo de Producto	Dirección
1	Ferretería el Cisne	maquinarias para la producción	AV.FRANCISO VILLARUEL

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Venna cabezas*

#### 2.02.01.04 Competencia

(Competencia Educativa, 2013) determino que :

”Hace referencia al enfrentamiento o a la contienda que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo. En el mismo sentido, se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio, y a la competición que se lleva a cabo en el ámbito del deporte (pág. 1)

**Tabla 7 Competencia**

MATRIZ DE COMPETIDORES		
N.-	NOMBRE	DIRECCIÓN
1	COMERCIAL DUSINIMIL	AV. JORGE GARCES Y BALTAZAR CARRIÓN
2	BEHALCI	AV. JORGE GARCES Y BALTAZAR CARRION

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Venna cabezas.*

(Aragon) señalo que: “

El análisis externo se basa en realizar estudios de escenarios de evolución, estudios de evolución de mercados, estudios comparativos de productos de la competencia, etc., con el objetivo de determinar amenazas y oportunidades y valorar la importancia de diferentes ideas innovadoras. El análisis externo se sirve de información suministrada por otras herramientas de innovación que van recopilando información en el día a día como, por ejemplo, la vigilancia tecnológica.

## **2.03 Análisis Internos**

### **2.03.01 Propuesta Estratégica**

Brindar un servicio complementario al sector artesanal como es la producción y comercialización de bisuterías en concha de coco, mejorando los precios y tiempos del mercado. Este servicio consiste en brindar directamente al cliente el diseño adecuado para diferentes ocasiones

#### **2.03.01.01 Misión**

Ofrecer un servicio complementario al sector artesanal desarrollando nuevas técnicas de producción de bisuterías en concha de coco a los precios más bajos del mercado.

### **2.03.01.02 Visión**

Llegar a ser líderes en la producción y comercialización de bisuterías en concha de coco en todo el Ecuador en cinco años, captando una variedad de clientes exigentes y otorgando un producto verídico y eficaz.

### **2.03.01.03 Objetivos**

(García Hoz, 2013) El fin, propio e inmediato de una actividad concreta, objetivo es una meta susceptible de evaluación es el planteo de una meta o un propósito a alcanzar, y que, de acuerdo al ámbito donde sea utilizado, o más bien formulado, tiene cierto nivel de complejidad. (pág. 1)

#### **2.03.01.03.01 Objetivo general.**

Desarrollar nuevos estilos de accesorios en concha de coco dando un enfoque en varios diseños y tamaños.

#### **2.03.01.03.02 Objetivos Específicos**

- Elaborar un diagnóstico situacional a través del macro y micro entorno para determinar el impacto que generara la empresa.
- Brindar productos de excelente calidad

- Otorgar un servicio completo y de calidad para satisfacer a los clientes mediante la atención e innovación de los productos a ofrecer

#### **2.03.01.04 Valores y Principios**

##### **2.03.01.04.01 Valores**

(Tierno, 2011) determino que: "valores son un tipo de creencias que llevan al sujeto a actuar de una manera determinada; son creencias que prescriben el comportamiento humano constituye la puerta de entrada al "mundo de la trascendencia", puesto que los valores pueden hacer referencia a una realidad metaempírica (realidad no verificable ni por los sentidos ni por la lógica de la razón). (pág. 10)

Aprendizaje: Es un proceso a partir del cual se desarrollan nuevas habilidades y destrezas ayudando a mejorar la creatividad de la microempresa con nuevos conocimientos

Cumplimiento: es generado cuando una empresa o una persona desarrollan sus actividades de una manera eficaz, permitiendo a la empresa tener una buena imagen.

Disciplina.: Es la coordinación de las cualidades con las cuales se instruye... para desarrollar sus actividades de una manera segura, ordenada y ágil generando mayor rapidez en sus funciones.

Respeto: Es la aplicación de la ética y de la moral que tiene cada persona, de esta manera se consigue la confianza de los clientes al demostrar el grado de educación

#### **2.03.01.04.02 Principios**

(Principios y Valores, s.f.) Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que orientan y regulan la vida de la organización. Son el soporte de la visión, la misión, la estrategia y los objetivos estratégicos. Estos principios se manifiestan y se hacen realidad en nuestra cultura, en nuestra forma de ser, pensar y conducirnos. (pág. 1)

Calidad: Se puede determinar la estabilidad de una empresa y la atracción de los clientes, otorgando un producto adecuado cumpliendo los procesos de producción.

Innovación: Desarrollar nuevos métodos para el diseño e producción bisuterías en concha de coco

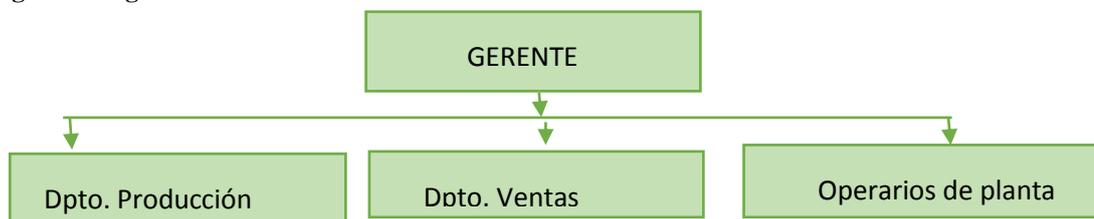
Fiabilidad: desarrollar en los clientes confianza en la adquisición de los productos generando una mayor captación de clientes.

### 2.03.02 Gestión administrativa

(López, 2011)“la administración es la acción de administrar, acción que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar”. (pág. 1)

#### Organización estructural.

Figura 6 Organización estructural.



Fuente: Investigación propia.  
Elaborado por: Venna Cabezas

El Gráfico 6 muestra como va estar estructurada la empresa empieza con el gerente general que va a desempeñar las funciones de administrador de la compañía. El área de producción que se encargara de otorgar el asesoramiento, diseño y producción de las bisuterías en concha de coco y el departamento de ventas que se va a encargar de las comercializaciones de los productos, operarios de la planta: son los encargados de manejar las diferentes máquinas para brindar del producto

### 2.03.02.01 Perfil de puesto a cargo

Tabla 10 Perfil de puesto a cargo del gerente

Descripción del Cargo	
<b>Nombre del Cargo</b>	<b>Gerente General</b>
<b>Número de personas en el cargo</b>	<b>1</b>
<b>Sueldo</b>	<b>\$400</b>
<p><b>Función Principal</b> Planificar, controlar, verificar, coordinar todas y cada una de las actividades de la empresa</p> <p><b>Funciones secundarias</b></p> <p>Ordenar</p> <p>Realizar los distintas aprobaciones de compra de materia prima</p> <p>Realizar el pago de sueldo a los operarios</p> <p>Realizar actividades administrativas para asegurarse que los registros son ejecutados correctamente</p> <p>Planificar y desarrollar metas a corto mediano y largo plazo con objetivos anuales</p>	
<b>Requisitos de Educación</b>	Lcdo. En administración de empresas
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Tres años de experiencia

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Venna Cabezas

**Tabla 11 Perfil de puesto a cargo de los operarios**

Descripción del Cargo	
<b>Nombre del Cargo</b>	<b>Operarios</b>
<b>Número de personas en el cargo</b>	<b>2</b>
<b>Sueldo</b>	<b>366</b>
<p><b>Función Principal</b> Controlar dirigir diseñar todas las actividades a realizarse en el departamento de producción</p> <p><b>Funciones secundarias</b></p> <p>Organización Realizar el control de calidad de la materia prima para la elaboración del producto</p> <p>Realizar mantenimiento de las distintas maquinarias</p> <p>Operar y vigilar los distintos equipos de producción</p>	
<b>Requisitos de Educación</b>	Graduado. En administración de la Producción
<b>Requisitos de Experiencia</b>	cinco años de experiencia

*Fuente: Investigación propia.*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

**Tabla 12 Perfil de puesto a cargo del Vendedor**

Descripción del Cargo	
<b>Nombre del Cargo</b>	<b>Vendedor</b>
<b>Número de personas en el cargo</b>	<b>1</b>
<b>Sueldo</b>	<b>\$366</b>
<p><b>Función Principal</b> Vender</p> <p><b>Funciones secundarias</b>                      Evaluar nuevas necesidades de consumo de los clientes                      Realizar nuevos pronósticos de ventas todos los días                      Programar los trabajos en su área, de al anticipo de objetivo de cada gestión</p>	
<b>Requisitos de Educación</b>	Lcdo. En ventas
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Tres años de experiencia

*Fuente: Investigación propia.*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

### **2.03.03 Gestión operativa**

Son acciones realizadas para que una empresa permanezca en un mercado establecido con las diferentes gestiones que realiza cada departamento. En el presente proyecto de bisuterías en concha de coco se desarrollan cinco actividades operacionales que se describen a continuación.

Producción.- En esta área se desarrolla la preparación de la concha de coco siguiendo una serie de procesos como son: pulida del material para proceder a diseñar e elaborar producto.

Operarios de la planta: Son los encargados de manejar las diferentes máquinas para la elaboración del producto

### **2.03.04 Gestión comercial**

(Nunes, Knoow, 2015) determino que : La gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing (pág. 1)

**Figura 7** Logotipo de la empresa.



*Fuente: Investigación propia.*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

Cada color tiene un significado para el logotipo se consideraron 3 colores diferentes que son:

Blanco.- Seguridad, pureza y limpieza.

Marrón.- Es el color de la madre tierra.

Verde.- Es el color de la madre naturaleza.

**Figura 8** Tarjeta de Presentación de la empresa.



*Fuente: Investigación propia.*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

Estos tres colores conforman el formato el logotipo de la empresa “Artesanías Jahel” que busca brindar un estilo diferente

#### 2.04. Análisis FODA

(Carlos, 2012) señalo que “El análisis FODA es un instrumento de diagnóstico utilizado por una empresa u organización con la finalidad de intervenir profesionalmente tanto en la formulación y aplicación de estrategias como en su seguimiento para hacer una evaluación y control de resultados” (pág. 1)

El análisis FODA consta de 4 partes que son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

**Debilidades:** son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

**Amenazas:** son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

Tabla 13 Oportunidades y Amenazas

Indicadores	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
<b>Inflación</b>						X
<b>Tasa de Interés</b>					X	
<b>PIB</b>		X				
<b>Balanza Comercial</b>		X				
<b>riesgos País</b>						
<b>Entorno Político Social</b>			X			
<b>Entorno Tecnológico</b>		X				
<b>Entorno Legal</b>		X				
<b>Total</b>		4	1		1	1
<b>ALTA</b>						
<b>MEDIA</b>		5				
<b>BAJA</b>		2				

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Venna Cabezas

Los resultados obtenidos en la Tabla 10 de las Oportunidades y Amenazas son favorables para el presente proyecto con un puntaje mayoritario en las oportunidades con 4 puntos de oportunidad media y 1 puntos de baja de acuerdo a los indicadores establecidos.

**Fortalezas:** son todas las capacidades especiales con que cuenta la empresa, que le permite tener una posición privilegiada

**Oportunidades:** son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

**Tabla 14 Fortalezas y Debilidades**

Indicadores	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
<b>Clientes</b>		X				
<b>Proveedores</b>		X				
<b>Competencia</b>					X	
<b>Filosofía Corporativa</b>			X			
<b>Gestión Admirativa</b>		X				
<b>Gestión Operación</b>			X			
<b>Gestión Comercial</b>		X				
<b>Total</b>		4	2		1	
<b>ALTA</b>						
<b>MEDIA</b>		5				
<b>BAJA</b>		2				

*Fuente: Investigación propia.*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

Los resultados obtenidos mediante la calificación de la tabla 11 de la Matriz FODA de las fortalezas y debilidades se obtuvieron resultados positivos con 5 puntos de media y 2 puntos de baja para las fortalezas del presente proyecto.

Análisis.

De acuerdo al análisis FODA se ha determinado que el presente proyecto es viable mediante los indicadores que se evaluaron obteniendo resultados positivos para el ejecutamiento de la idea, la cual generara fuentes de empleo para el desarrollo del país.

## CAPÍTULO III

### 3. Estudio de mercado

(Barreno, 2013) determino que “Estudio de mercado constituye una de las primeras pruebas de viabilidad para la ejecución de un proyecto, de allí la importancia de su realización.” (pág. 1)

El estudio de mercado sirve para conocer los posibles consumidores que tendrá el producto y así determinar su nivel de consumo dentro del espacio físico que se va ofertar

#### 3.01 Objetivos del estudio de Mercado

(Barreno, 2013) señalo que “Indicar un mercado para un bien o servicio específico es decir pretende estimar racionalmente el número de consumidores y el nivel de consumo que tendría un producto o un servicio determinado.” (pág. 1)

Mediante este estudio se puede determinar el mercado donde se va a comercializar el producto el número aproximado de consumidores que tendrá de igual manera su nivel de consumo.

### **3.01.01 El Servicio**

Es un conjunto de actividades intangibles en las cuales intervienen elementos personales y materiales que son destinados a satisfacer determinadas necesidades

El presente estudio de bisutería en concha de coco es un producto que se ha ido realizando hace mucho tiempo ya que es una de las artesanías más conocidas se espera cubrir una demanda que se está generando en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

### **3.02 Análisis del consumidor**

(Crecenegocios, 2013) afirma que: “El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo,

comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo.” (pág. 1)

Este análisis determina las necesidades gustos, predilecciones, costumbres que tienen los consumidores al momento de realizar su consumo en los distintos mercados

### **3.02.01 Concepto de consumidor**

(Roto, 2012) determino que “Se consideran consumidores a las personas naturales o jurídicas que utilicen o disfruten como destinatarios finales productos o servicios en beneficio propio, actuando en una esfera ajena a su actividad profesional o empresarial. Así, en este primer nivel de análisis, no será considerado consumidor a quienes adquieran un producto o servicio que se encuentre destinado al desarrollo de actividades que incidan directamente en el desarrollo o dirección de las actividades empresariales del adquiriente” (pág. 1)

Para el proyecto de bisuterías en concha de coco el consumidor debe tener una posición económica normal, por lo que el costo no es muy elevado.

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

El objetivo de determinar la población y la muestra es para conocer las particularidades, cuál va a ser el mercado objetivo al que se quiere integrar y así se puede determinar la factibilidad.

#### **3.02.02.01 Población**

(Tamayo, 2014) señalo que “Población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación” (pág. 1)

La población es todo el conjunto de todas las cosas que conforman con una serie determinada de especificaciones.

### 3.02.02.02. Muestra

(Tamayo, 2014) afirma que “La muestra descansa en el principio de que las partes representan al todo y, por tal, refleja las características que definen la población de la que fue extraída, lo cual nos indica que es representativa”. (pág. 1)

El presente producto de comercialización y producción de bisuterías en concha de coco está enfocado para el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, ya que se ha detectado una demanda insatisfecha en el sector artesanal , por lo tanto se realizará una investigación de campo a través de la aplicación de encuestas a las personas que residan en las parroquias que se han tomado como referencia para la obtención de la población.

Según los datos obtenidos en las diferentes fuentes de investigación, se procede a realizar los cálculos para la muestra:

Formula Infinita para determinar la muestra.

$$n = \frac{N}{(N-1)E+1}$$

Donde:

n = El tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población o universo.

E = Margen de error se utilizara un margen de error del 5%

Cálculo:

N = 46.646,00

E = 0.05%

$$n = \frac{46646}{(46646-1)(0.05)^2+1} \quad n = 397$$

El número de encuestas a realizar en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito es de 396 encuestas que se realizaran en los lugares tomados como referencia ("Eloy Alfaro y Avellanas" Y Comité del pueblo"), para la obtención de la población.

### 3.02.02.03 Técnicas de la obtención de la información

Existen varias maneras para la obtención de la información las cuales son:

- Técnica de observación
- Entrevistas
- Encuestas
- Focus group

Para la presente investigación se realizará mediante el método de encuestas, este sistema permite obtener información más real, inequívoca y actual para

determinar de una mejor manera la oferta y demanda que puede tener el producto de comercialización y producción de bisuterías en concha de coco en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

### 3.02.02.04. Modelo de la encuesta



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESPECIALIDAD EN BANCA Y FINANCIAS

#### ENCUESTA

La presente encuesta tiene la finalidad de determinar el margen de aceptabilidad que tendrá un proyecto de bisuterías en concha de coco, ubicado en Eloy Alfaro y Avellanas al Norte del Distrito Metropolitano de Quito

Señale con una x la opción que se adapte a su preferencia

Datos Generales:

1.- ¿GENERO?

MASCULINO	<input type="checkbox"/>
FEMENINO	<input type="checkbox"/>

2.- ¿EDAD?

11-15	<input type="checkbox"/>
16-20	<input type="checkbox"/>
21-25	<input type="checkbox"/>
26-30	<input type="checkbox"/>
31-35	<input type="checkbox"/>
36 En adelante	<input type="checkbox"/>

### Datos Informativos

3.- ¿Le gusta la bisutería artesanal?

<b>SI</b>	
<b>NO</b>	

4.- ¿En qué lugar usted adquiere?

<b>FERIAS</b>	
<b>PLAZAS</b>	
<b>MERCADOS</b>	

5.- ¿Qué define su preferencia de compra?

<b>PRECIO</b>	
<b>CALIDAD</b>	
<b>DISEÑO</b>	

6.- ¿Con qué frecuencia adquiere este producto?

<b>DIARIA</b>	
<b>SEMANAL</b>	
<b>MENSUAL</b>	
<b>SEMESTRAL</b>	
<b>ANUAL</b>	

7.- ¿Le gustaría adquirir bisuterías en concha de coco'?

SI	
NO	

8.- ¿Estaría de acuerdo con la implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bisuterías en concha de coco?

SI	
NO	

9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

1,00-2,00	
2,50-3,00	
3,50-4,00	
4,50-5,00	

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

### 3.02.03 Resultados de la Encuesta (análisis)

Acorde las encuestas realizadas en los sectores mencionados se proceden a tabular los resultados obtenidos de cada pregunta y de esa manera determinar si el efecto es positivo o negativo para la implementación de este proyecto.

#### Datos generales

#### GÉNERO

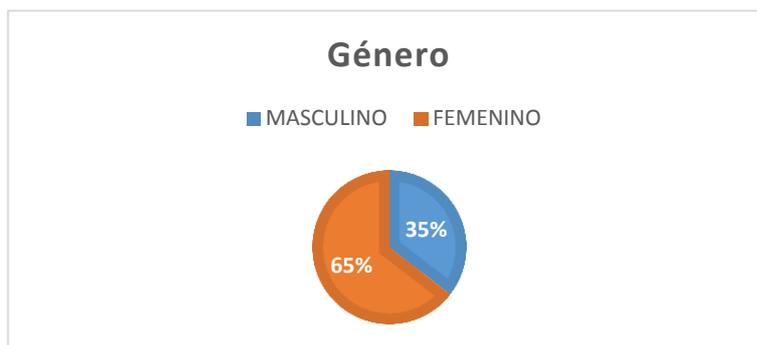
Tabla 15 Pregunta 1

GENERO	TOTAL DE ENCUESTAS	%
MASCULINO	136	35,5
FEMENINO	248	64,5
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Venna Cabezas

Figura 9 Pregunta 1.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Venna Cabezas.

El Gráfico 8 determina 35,5% de las encuestas realizadas han sido a un género masculino y un 64.5 % son féminas.

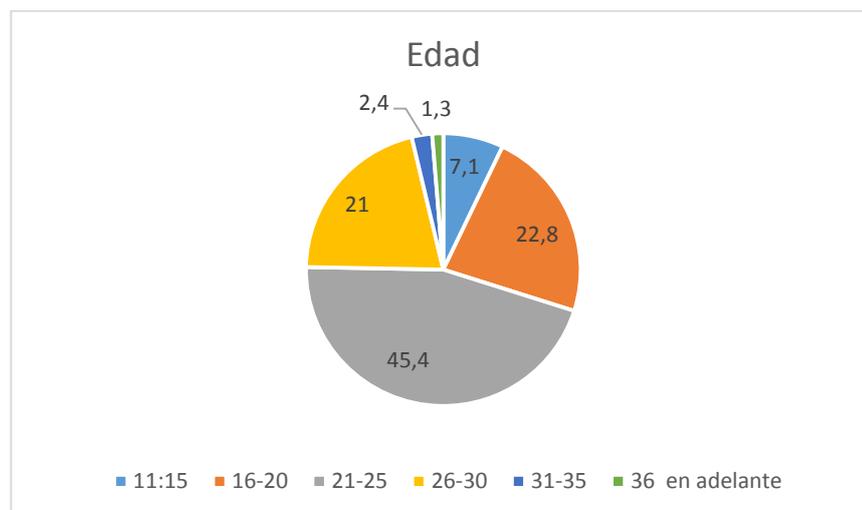
**Tabla 16 Pregunta 2**

EDAD		
EDAD	TOTAL DE ENCUESTAS	%
11-15	27	7.1%
16-20	87	22.8%
21-25	173	45.4%
26-30	80	21%
31-35	9	2.4%
36 EN ADELANTE	7	1.3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Venna Cabezas

**Figura 10 Pregunta 2**



Fuente: Encuesta.

Elaborado por; Venna Cabezas

Las encuestas fueron realizadas a diferentes tipos de personas de esa manera se establecen los resultados de acuerdo a la edad determinada, con un porcentaje mayor en el rango de 21a 25 años del 45.4% y de menor variación en una edad de 36 años en adelante con un porcentaje de 1.3%.

**Tabla 17 Pregunta 3**

GUSTO		
LE GUSTA LA BISUTERIA ARTESANAL	TOTAL DE ENCUESTAS	%
SI	367	97,10%
NO	11	2,90%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Venna Cabezas.

**Figura 11 Pregunta 3**



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Venna Cabezas

Los resultados obtenidos en la encuesta se determinan al 97,1% si le gusta la bisutería en concha de coco y al 2,9% de las personas encuestadas no les agrada.

**Tabla 18 Pregunta 4**

<b>LUGAR DE ADQUISICIÓN</b>		
<b>LUGAR DE ADQUISICIÓN</b>	<b>TOTAL DE ENCUESTAS</b>	<b>%</b>
<b>FERIAS</b>	166	44,50%
<b>PLAZAS</b>	172	45,80%
<b>MERCADOS</b>	46	9,70%
<b>TOTAL</b>	384	100%

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Venna Cabezas.*

**Figura 12 Pregunta 4**



*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

Se determina mediante este gráfico que el 45,8% de las personas encuestadas adquieren el producto en plazas el 44,5% en ferias y el 9,7% en mercados.

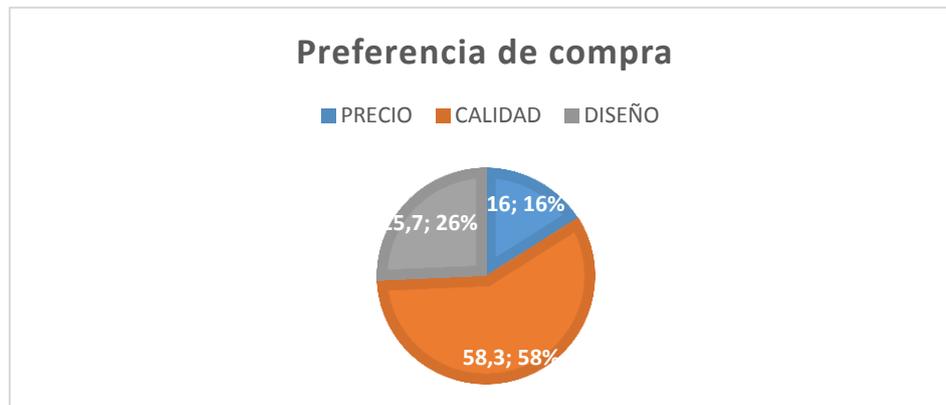
**Tabla 19 Pregunta 5**

<b>PREFERENCIA DE COMPRA</b>		
<b>PREFERENCIA DE COMPRA</b>	<b>TOTAL DE ENCUESTAS</b>	<b>%</b>
<b>PRECIO</b>	70	16,00%
<b>CALIDAD</b>	218	58,30%
<b>DISEÑO</b>	96	25,70%
<b>TOTAL</b>	384	100%

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Venna Cabezas.*

**Figura 13 Pregunta 5**



*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

Se observa que el 58,3% de las personas encuestadas adquieren el producto por la calidad el 25,7% por el diseño y el 16% por el precio.

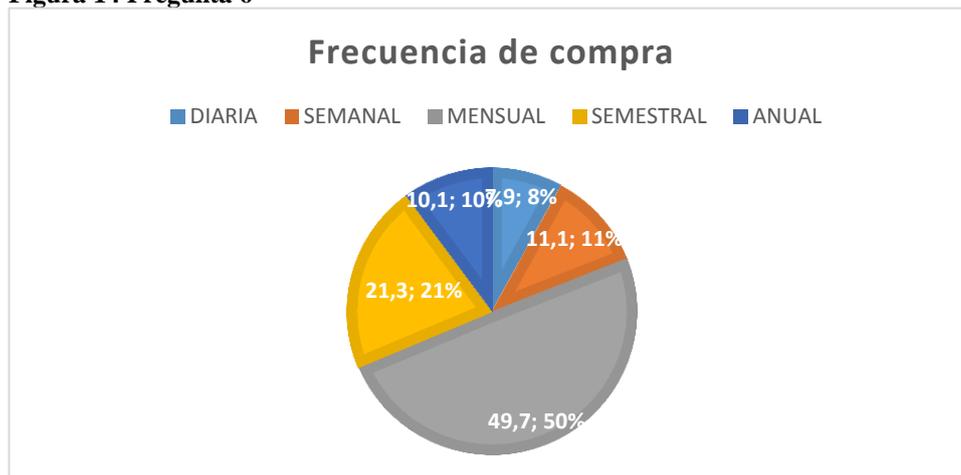
Tabla 20 Pregunta 6

FRECUENCIA DE COMPRA		
FRECUENCIA DE COMPRA	TOTAL DE ENCUESTAS	%
DIARIA	30	7,90%
SEMANTAL	42	11,10%
MENSUAL	188	49,70%
SEMESTRAL	80	21,2%
ANUAL	44	10,10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Venna Cabezas.

Figura 14 Pregunta 6



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Venna Cabezas

En relación a la pregunta N°6 se ha podido determina que el 49,7% de las personas encuestadas adquieren el producto mensualmente el 11,10% de forma semanal el 21,3% de forma semestral el 10,10% lo adquieren anualmente y un 7,9% lo adquiere diariamente.

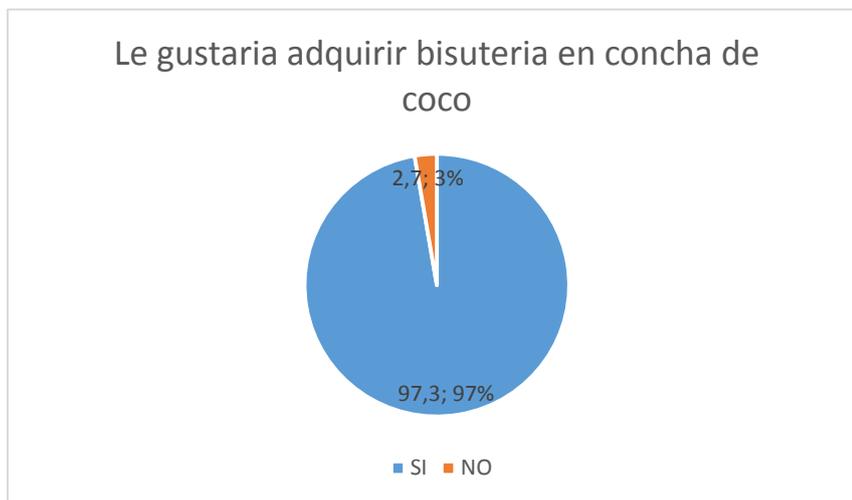
**Tabla 21 Pregunta 7**

<b>LE GUSTARIA BISUTERIA EN CONCHA DE COCO</b>		
<b>LE GUSTARIA BISUTERIA EN CONCHA DE COCO</b>	<b>TOTAL DE ENCUESTAS</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	366	97,30%
<b>NO</b>	18	2,70%
<b>TOTAL</b>	384	100%

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Venna Cabezas.*

**Figura 15 Pregunta 7**



*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N°7 el 97,3% de las personas encuestada si compraría el producto y que el 2,7 no; como hay gran mayoría de aceptación el proyecto si es factible de realizar.

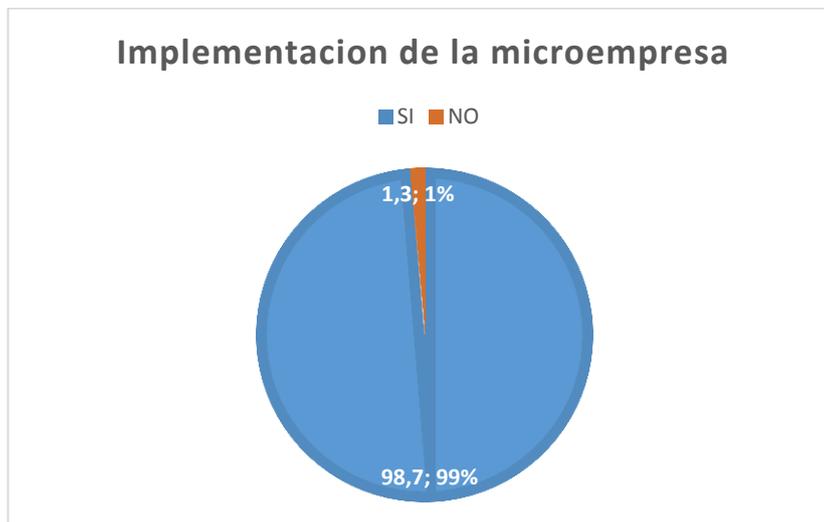
**Tabla 22 Pregunta 8**

<b>IMPLEMENTACION DE LA MICROEMPRESA</b>		
<b>IMPLEMENTACION DE LA MICROEMPRESA</b>	<b>TOTAL DE ENCUESTAS</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	368	98,70%
<b>NO</b>	16	1,30%
<b>TOTAL</b>	384	100%

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

**Figura 16 Pregunta 8**



*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

Del total de encuestas el 98,7% de las personas encuestada si está de acuerdo con la implementación de la microempresa dedicada a la comercialización y producción de bisuterías en concha de coco y el 1,3% no; como hay gran mayoría de aceptación el proyecto si es factible de realizar.

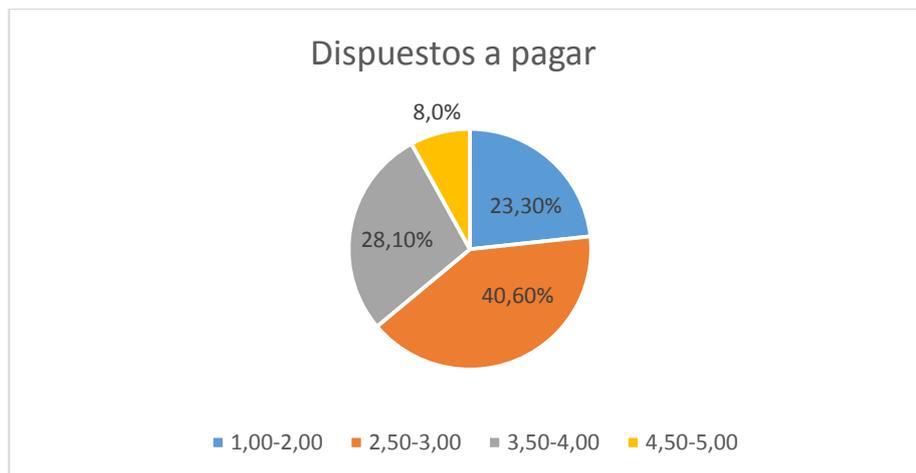
**Tabla 23 Pregunta 9**

<b>DISPUESTOS A PAGAR</b>		
<b>DISPUESTOS A PAGAR</b>	<b>TOTAL DE ENCUESTAS</b>	<b>%</b>
<b>1,00-2,00</b>	88	23,30%
<b>2,50-3,00</b>	153	40,60%
<b>3,50-4,00</b>	106	28,10%
<b>4,50-5,00</b>	37	8,0%
<b>TOTAL</b>	384	100%

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

**Figura 17 Pregunta 9**



*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

Se puede observar que el 40,60% de la muestra encuestada pagaría entre \$2,50 y \$3,00 por el producto, el 28,10% pagaría entre \$3,50 y \$4,00 el 23,30% estaría dispuesto a pagar entre \$1,00 y \$2,00 y la menor parte de la muestra estaría dispuesto a pagar entre \$4,50 y \$5,00.

### 3.03 Demanda

(Fisher Laura, s.f.) determino que demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado" (pág. 1)

La demanda está en función de los siguientes elementos

- Ingresos: Mientras más dinero recibe una persona más deseos de comprar tiene.
- Precio: Mientras más bajo esta el precio más compra.
- Hábitos del consumidor.

**Tabla 24 Demanda**

Resultado de la Encuesta	
<b>Población</b>	46.646,00
<b>Total encuesta</b>	397
<b>Porcentaje mayor aceptación</b>	98.70%
<b>Porcentaje mayor frecuencia</b>	49.90%

*Fuente: Encuestas realizadas*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

**Tabla 25 Resultados de la Encuesta**

<b>RESULTADOS DE LA ENCUESTA</b>						
<b>ACEPTACION</b>						
<b>Población</b>	*	<b>Porcentaje de Aceptación mayor</b>	=	<b>Aceptación de personas</b>		
46.646,00		0,9870		46.039,60		
<b>FRECUENCIA</b>						
<b>Aceptación</b>	*	<b>Porcentaje de Frecuencia</b>	*	<b>Tiempo</b>	=	<b>Frecuencia de Compra</b>
46.039,60		0,4990		12		275.685,14
<b>PRECIO PROMEDIO</b>						
<b>Rango de precios</b>		<b>2</b>	=	<b>Precio Promedio</b>		
2,00- 3.50		2		3,75		

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Venna Cabezas

**Tabla 26 Cálculo de la Demanda Actual**

<b>CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL</b>		
<b>Frecuencia de compra</b>	<b>Precio promedio aceptado</b>	<b>Aceptación de personas</b>
275.685,14	\$ 2,75	\$ 758.134,13

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Venna Cabezas

Demanda actual del producto es \$ 758.134,13 dólares para el presente proyecto es una oportunidad de establecerse en el mercado ya que el constante crecimiento de la zona determina una mayor aceptación.

### 3.03.01 Proyección de la Demanda

Permite establecer la aceptación del producto mediante el paso del tiempo para que un proyecto sea rentable se toma como referencia 5 años de proyección.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) la tasa de crecimiento poblacional es del 1,5% anual.

**Tabla 27 Proyección de la Demanda**

Proyección de la Demanda			
Años	Demanda Actual	Tasa de crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2016	\$ 758.134,13	1,015	\$ 769.506,14
2017	\$ 769.506,14	1,015	\$ 781.048,73
2018	\$ 781.048,73	1,015	\$ 792.764,46
2019	\$ 792.764,46	1,015	\$ 804.655,93
2020	\$ 804.655,93	1,015	\$ 816.725,77
2021	\$ 816.725,77	1,015	\$ 828.976,65

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

(El Diccionario de Marketing, 2011) define la oferta como "la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta" (pág. 1)

Para determinar el cálculo de la oferta es necesario tomar como referencia el porcentaje de aceptación de la competencia es decir el número de encuestas a favor

**Tabla 28 Oferta Actual**

OFERTA ACTUAL			
Año	Demanda	Porcentaje de la competencia	Oferta
2016	\$ 758.134,13	0,973	\$ 737.664,50

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

La oferta actual es de \$ 737.664,50 dólares para el 2016.

### 3.03.02 Cálculo de la Oferta Proyectada.

**Tabla 29 Oferta Proyectada.**

Oferta Proyectada			
Años	Demanda Proyectada	Porcentaje de Aceptación de la Competencia	Oferta proyectada
2017	\$ 781.048,73	0,973	\$ 759.960,41
2018	\$ 792.764,46	0,973	\$ 771.359,82
2019	\$ 804.655,93	0,973	\$ 782.930,22
2020	\$ 816.725,77	0,973	\$ 794.674,17
2021	\$ 828.976,65	0,973	\$ 806.594,28

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

### 3.03.03 Demanda Insatisfecha.

(Alan, 2013) determinó que demanda insatisfecha son “los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios.

Aquí, los especialistas deberán lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente. (pág. 1)

**Tabla 30 Demanda Insatisfecha**

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
<b>2016</b>	\$ 758.134,13	\$ 737.664,50	\$ 43.384,23

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

### 3.03.04 Demanda Proyectada –Oferta Proyectada.

**Tabla 31 Balance oferta y demanda**

Balance Oferta- Demanda			
Años	Demanda Proyectada	Oferta proyectada	Balance o demanda insatisfecha
<b>2017</b>	\$ 781.048,73	\$ 759.960,41	\$ 21.088,32
<b>2018</b>	\$ 792.764,46	\$ 771.359,82	\$ 21.404,64
<b>2019</b>	\$ 804.655,93	\$ 782.930,22	\$ 21.725,71
<b>2020</b>	\$ 816.725,77	\$ 794.674,17	\$ 22.051,60
<b>2021</b>	\$ 828.976,65	\$ 806.594,28	\$ 22.382,37

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

## CAPITULO IV

### 4. Estudio técnico

(Elvira, 2011) señalo que: “En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable.” (pág. 1)

El estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes y servicios que se requieren, por lo cual admite verificar la factibilidad técnica de cada uno de los procesos de producción.

El proyecto requerirá de:

- Mano de obra
- Inversión requerida
- Equipos y maquinarias necesarias
- Costo de inversión y operación

- Organización de la empresa
- Tamaño de localización

#### 4.01 Tamaño del proyecto

(Gestion de proyectos, 2016) Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción. (pág. 1)

##### 4.01.01 Mobiliario y equipo requerido

Tabla 32 Mobiliario y equipo requerido

Detalle	Cantidad
Lijadora eléctrica	1
Cepilladora	2
Sierra Circular	1
Cierra de mano	4
Taladro	2

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Venna Cabezas*

Para la realización de este proyecto es necesario todo lo que se detalla anteriormente ya que al contar con todos los mobiliarios y equipos necesarios se podrá obtener un producto de excelente calidad.

#### 4.01.02 Mano de obra.

La mano de obra constituye aquel factor humano que interviene en la actividad de la elaboración de un bien o servicio ya que sin cuya participación no sería posible la realización de dicho bien.

##### 4.01.02.01 Cuadro de Personal

Tabla 33 Cuadro de personal

Numero	Cargo	Sueldo
1	Jefe de Operaciones	450,00
3	operadores	366,00

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado por: Venna Cabezas*

Lo que se detalla anteriormente hace referencia al personal necesario para la producción de la bisutería en concha de coco, los mismos que son encargados de la ejecución de todas las actividades que se necesitan para el buen funcionamiento de la microempresa.

### 4.03 Variables de optimización

(Baca Urbina, 2010) determinó que “Los problemas de optimización desembocan en la búsqueda del máximo absoluto y el mínimo o absoluto de una función en su dominio o en una parte de él. Así mismo la ecuación que queremos maximizar o minimizar se llama ecuación objetivo.” (pág. 86)

- La optimización de la planta permite mejorar varios aspectos que son:
- Optimizar el tiempo del personal en su gestión
- Mejor atención al cliente
- Ubicar las herramientas de trabajo de acuerdo a la necesidad
- Circulación del trabajo atrás de la planta
- Utilización efectiva de todo el espacio físico

#### 4.03.01 Distribución de planta

(Baca Urbina, 2010) concluyo que “Una buen distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para os trabajadores.” (pág. 94)

Planta de Producción y ventas.

- Bodega ( almacenamiento de materia prima)
- Área de Producción.
- Bodega.( almacenamiento de producto terminado)
- Área Administración.
- Área de recepción.
- Área de ventas.
- Zona de Embarque y desembarque
- Baños.

#### **4.03.02 Matriz S.L.P (Layout)**

(Meyer, 2010) determino que .”Es una forma organizada para realizar la planeación de una distribución y está constituida por cuatro fases, en una serie de procedimientos y símbolos convencionales para identificar, evaluar y visualizar los elementos y áreas involucradas de la mencionada planeación” (pág. 1)

**Tabla 34 Matriz S.L.P (Layout)**

CÓDIGOS	RAZÓN DE CERCANIA
<b>DE</b>	
<b>CERCANIA</b>	
<b>A</b> Absolutamente Necesario que este cerca	<b>1</b> Por procesos
<b>E</b> Especialmente importante	<b>2</b> Por procesos de administración
<b>I</b> Importante	<b>3</b> Por Movimientos de Materia prima
<b>O</b> Cercanía Ordinaria	<b>4</b> Por Conveniencia
<b>U</b> Importante (sin importancia).	<b>5</b> Por Higiene
<b>X</b> Indeseable	<b>6</b> Por seguridad
<b>XX</b> Muy indeseable	

Fuente: Gabriel Baca Urbina

Elaborado por: Venna Cabezas

**Tabla 35 Matriz Triangular**

Área de Almacenamiento de materia prima								
Área de Producción	A3							
Bodega ( Área de almacenamiento de productos terminados	E1	U1	I2					
Area de Administrativas	U1	O2	U6	U1	U1			
Area de Recepcion	E2	I2	E1	E1	A3	U6	U5	
Area de Ventas	E1	I2	U6	A3	U5	XX5		
Zona de Embarque - desembarque	U6	U5	O4	O4	U5			
Baños	U5	U5						

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Venna Cabezas

### Descripción de Actividades

CONCEPTO	PROCESO
<b>Operación 1</b>	Selección de la materia prima
<b>Operación 2</b>	Lijar la concha de coco
<b>Operación 3</b>	Quitar el polvo que queda después lijar
<b>Operación 4</b>	Realizar el diseño sobre la concha
<b>Operación 5</b>	Cortar la concha sobre el diseño que se hizo
<b>Operación 6</b>	Lijar el diseño cortado hasta que todos sus lados queden suaves y se le dé una mejor forma al producto
<b>Operación 7</b>	Hacer huecos y señalizaciones para colorar (ganchos, cordones, cierres, palos etc.)
<b>Operación 8</b>	Se vuelve a lijar el producto
<b>Operación 9</b>	Se coloca cada una de las cosas nombradas en la operación 8
<b>Operación 10</b>	Se les coloca barniz
<b>Operación 11</b>	Se les pone a secar
<b>Operación 12</b>	Se exhibe para su venta, y se empaqueta para su distribución

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

#### 4.05 Localización del proyecto

La microempresa de comercialización y producción de bisuterías de coco estará ubicada en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia Cotocollao un tiempo aproximado de 30 minutos, determinando un punto de venta que estará ubicado en el sector de las Avellanas, al Norte del Distrito metropolitano de Quito.

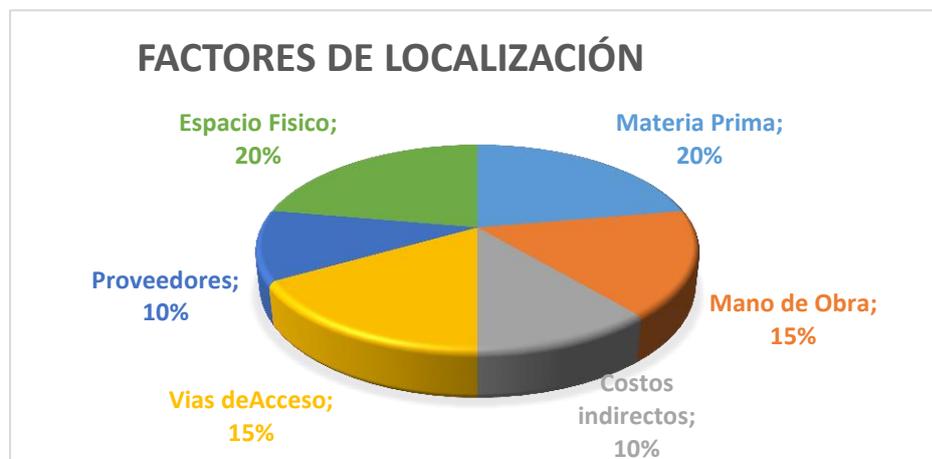
**Tabla 36 Localización del Proyecto**

De las Avellanas				Carcelén		
Factor Relevante	Peso Ponderado	Calificación	Calificación Ponderada	Peso Ponderado	Calificación	Calificación Ponderada
Materia Prima	20%	9	1,80	15%	7	1,05
Mano de Obra	15%	8	1,20	10%	6	0,60
Costos Indirectos	10%	6	0,60	20%	8	1,60
Vías de Acceso	15%	7	1,05	5%	4	0,20
Cercanía	10%	6	0,60	10%	6	0,60
Proveedores	10%	6	0,60	25%	9	2,25
Espacio Físico	20%	9	1,80	15%	7	1,05
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>7,65</b>	<b>100%</b>		<b>7,35</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Proyectista

**Figura 18 Factores de localización**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Venna Cabezas





**Figura 20 Micro localización.**

*Fuente: Google Maps*

*Elaborado por: Google Maps*

#### **4.06 Ingeniería del proyecto**

(Baca Urbina, 2010) determino que: “Es el conjunto de técnicas que resuelven todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta”. (pág. 89)

##### **4.06.01 Descripción de las instalaciones del proyecto.**

#### **1.- Área de almacenamiento de materia prima**

##### **Condiciones:**

Área de 4 m, con suficiente ventilación y energía eléctrica.

##### **Función:**

En esta área se realizara la recepción de la materia prima.

## **2.- Área de producción**

### **Condiciones:**

Área de 5 m, con suficiente ventilación y energía eléctrica.

### **Función:**

En esta área se realizará la transformación de materia prima en producto terminado

(Elaboración del producto)

## **3.-Bodega de productos terminados**

### **Condiciones:**

Área de 5 m excelentes conexiones eléctrica, útiles de oficina disponibles.

### **Funciones:**

En esta área se realizara todo el proceso de registro, ubicación, de producto terminado.

## **4.-Área Administrativa**

### **Condiciones:**

Área 25 m excelentes conexiones eléctricas, Equipo y Útiles de oficina disponibles.

### **Funciones:**

En esta área se ejecutarán todos los procesos de Contabilidad, Impuestos,

Presupuesto y Pagos, registro y control de los ingresos y egresos, cumplimiento de

los objetivos, en esta área se realizará además todo el proceso de Planificación y ejecución de estrategias de la empresa.

### **5.-Área de recepción**

#### **Condiciones:**

Área de 5 m, con suficiente ventilación y energía eléctrica

#### **Función:**

En esta área se realizará la recepción a la documentación de proveedores clientes y otros, contará con excelentes conexiones eléctricas, Equipo y Útiles de oficina disponibles.

### **6.-Área de Ventas**

#### **Condiciones:**

Área de 20 m Acceso a internet, excelentes conexiones eléctrica, útiles de oficina disponibles.

#### **Funciones:**

En esta área se realizara todo el proceso de ventas del producto

### **7.- Zona de Embarque y Desembarque**

#### **Condiciones:**

Área de 16m con instalaciones eléctricas y excelente ventilación

#### **Funciones:**

Se realizarán las actividades de embarque y desembarque de la materia prima y distribución del producto terminado.

## **8.- Baño**

### **Condiciones:**

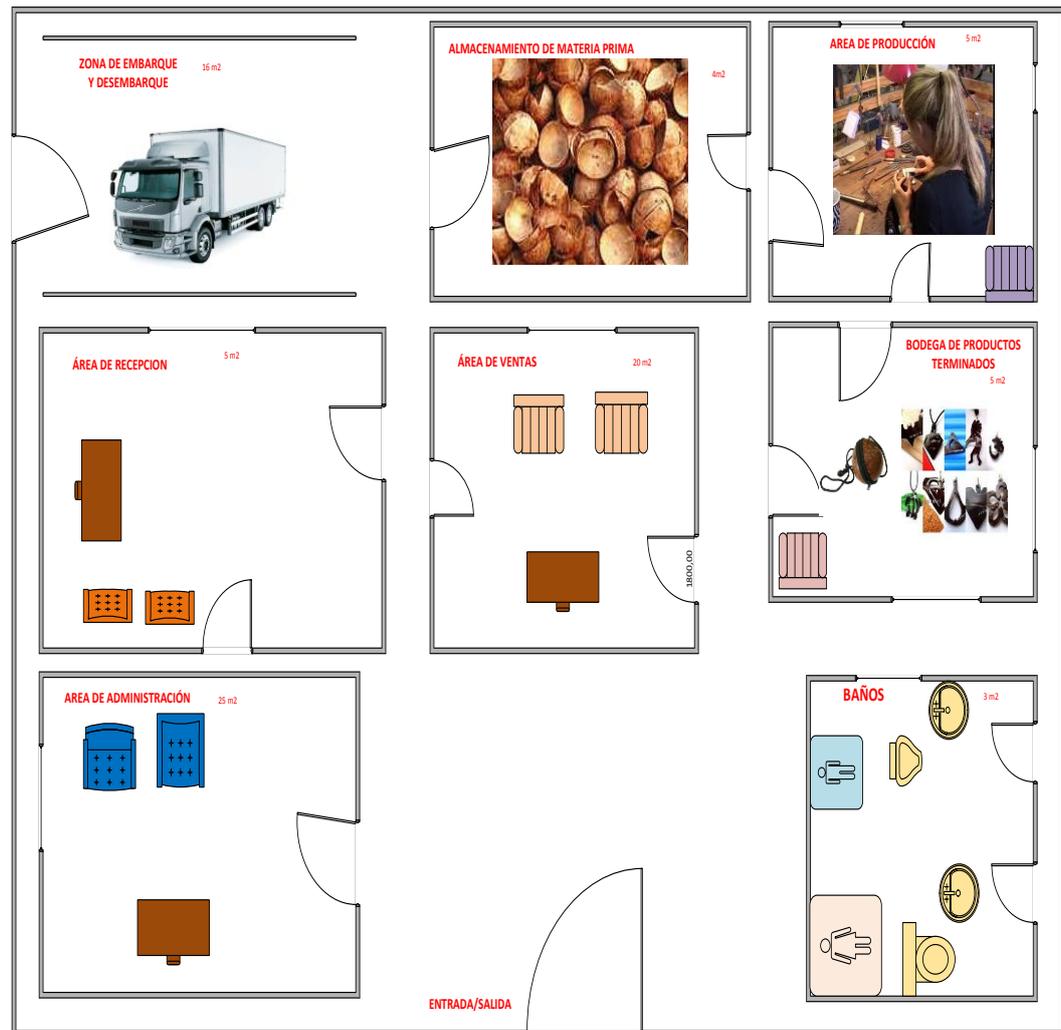
Área de 3 m con áreas de seguridad.

### **Funciones**

Realizar necesidades personales

#### 4.06.02 Plano de la planta

Figura 21 Plano del Negocio



Fuente: Investigación propia

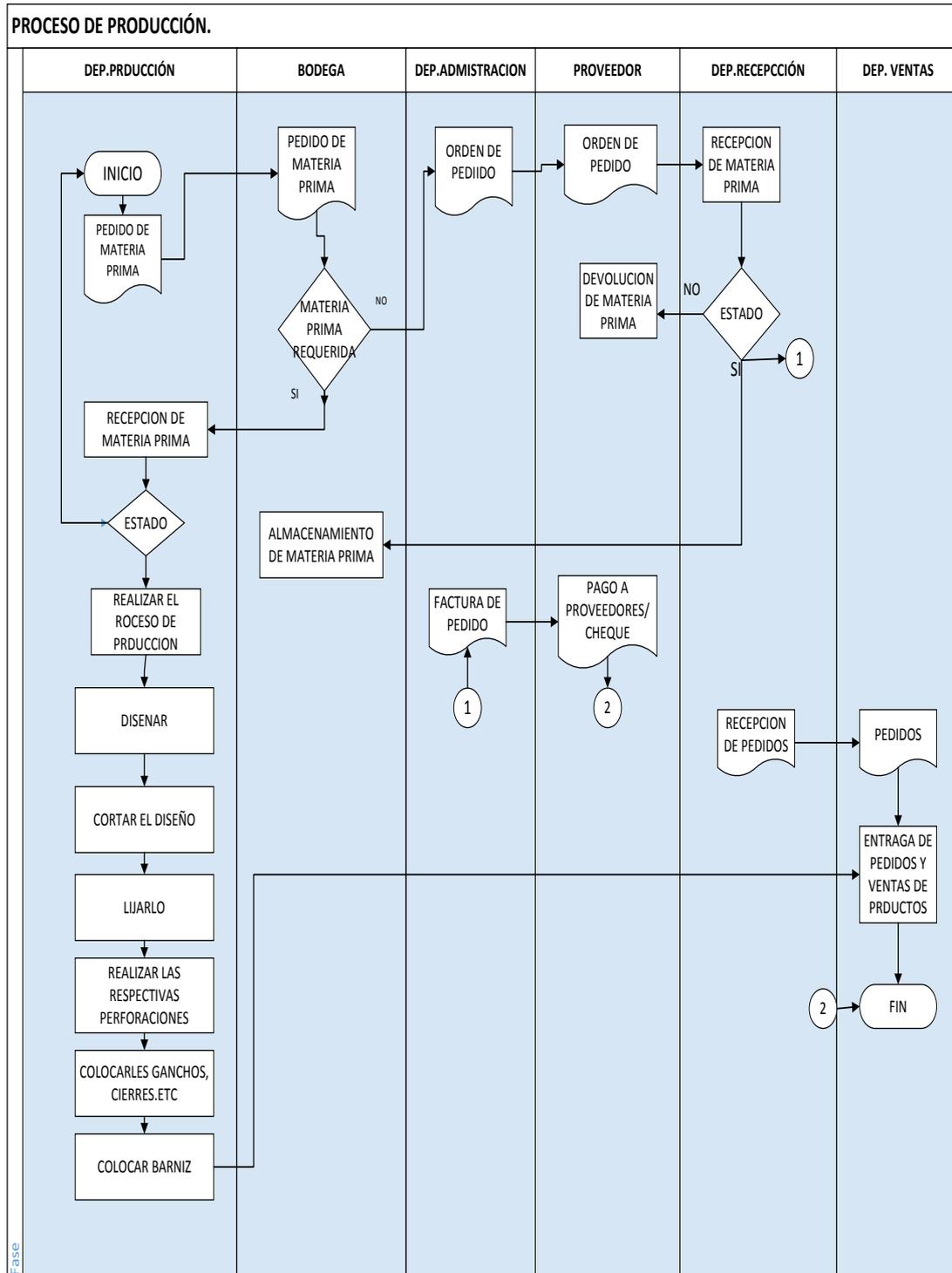
Elaborado por: Venna Cabezas

#### **4.07 Flujogramas del proceso de producción**

(Perez Porto, 2008) determino que: “Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.” (pág. 1)

Con el diagrama de procesos se puede describir paso a paso las operaciones que se realizan dentro del proceso de fabricación de un producto.

Figura 22 Flujogramas del proceso de producción

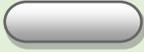


Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Venna Cabezas

#### 4.07.01 Simbología

Tabla 37 Simbología

SIMBOLO	REPRESENTA
	<b>Inicio o término.-</b> Indica el principio o el fin del flujo. Puede ser acción o lugar; además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	<b>Actividad.-</b> Describen las funciones que desempeñan las personas involucradas en los procesos.
	<b>Documento.-</b> Representa cualquier documento que entre, se utilice, se genere o salga del proceso.
	<b>Decisión o alternativa.-</b> Indica un punto dentro del flujo donde se debe tomar una decisión
	<b>Archivo.-</b> Indica que se guarde un documento en forma temporal o permanente.
	<b>Conector de página.-</b> Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continua el diagrama de flujo.

Fuente: ANSI

Elaborado por: ANSI

#### 4.07.03 Descripción de las actividades

La descripción de las actividades determina una metodología interpretativa para realizar los diagramas de flujo, a través del mismo se puede explicar concretamente cada una de las actividades que se llevarán a cabo en el proceso de producción

**Tabla 38 Descripción de Actividades**

CONCEPTO	PROCESO
<b>Operación 1</b>	Obtener la materia prima
<b>Operación 2</b>	Lijar la concha de coco
<b>Operación 3</b>	Quitar el polvo que queda despues lijar
<b>Operación 4</b>	Realizar el diseño sobre la concha
<b>Operación 5</b>	Cortar la concha sobre el diseño que se hizo
<b>Operación 6</b>	Lijar el diseño cortado hasta que todos sus lados queden suaves y se le de una mejor forma al producto
<b>Operación 7</b>	Hacer huecos y señalizaciones para colorar ( ganchos, cordones, cierres, palos etc)
<b>Operación 8</b>	Se vuelve a lijar el producto
<b>Operación 9</b>	Se coloca cada una de las cosas nombradas en la operación
<b>Operación 10</b>	Se les coloca barniz
<b>Operación 11</b>	Se les pone a secar
<b>Operación12</b>	Se exhibe para su venta, y se empaca para su distribución

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

#### 4.08 Determinación de mobiliario y equipo.

El mobiliario y Equipo a utilizarse es el siguiente.

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
<b>Lijadora Eléctrica</b>	1	\$ 250,00	\$ 250,00
<b>Cepilladora</b>	2	\$ 150,00	\$ 300,00
<b>Sierra Circular eléctrica</b>	1	\$ 162,00	\$ 162,00
<b>Cierra de mano</b>	4	\$ 280,00	\$ 1.120,00
<b>Taladro</b>	2	\$ 90,00	\$ 180,00

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado por: Venna Cabezas*

##### 4.08.01 Cuantificación de variables:

Adquisición de Mobiliario y Equipo		
N.-	Detalle	Proveedor
1	Lijadora Eléctrica	
2	Cepilladora	
2	Sierra Circular eléctrica	<b>Proveedor Local</b>
1	Cierra de mano	
4	Taladro	

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado por: Venna Cabezas*

El proveedor del Mobiliario y Equipo se adquirirá mediante un proveedor Local

## CAPÍTULO V

### 5. Estudio financiero

El estudio financiero radica en identificar los diferentes ingresos y egresos de una forma ordenada y sistemática y de esa manera medir mediante cuadros analíticos si el presente estudio es rentable o no.

#### 5.01 Ingresos operacionales y no operacionales

##### 5.01.01. Ingresos operacionales.

Son los ingresos obtenidos de acuerdo al giro del negocio estos ingresos deben ser calculados de manera anual para poder realizar las proyecciones establecidas.

El presente proyecto toma como reseña la capacidad instalada, la siguiente tabla de producción elaborada por diversas investigaciones a artesanos y en base a la experiencia del investigador.

**Tabla 39 Ingresos Operacionales**

PRODUCTOS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Q	P	Ingreso	Q	P	Ingreso	Q	P	Ingreso	Q	P	Ingreso	Q	P	Ingreso
<b>A</b>	5000	4,5	22500	5076	4,68	23739,69	5153	4,86	25047,68	5231	5,05	26427,75	5311,00	5,25	27883,85
<b>B</b>	1500	3	4500	1523	3,12	4747,94	1546	3,24	5009,54	1569	3,3678	5285,55	1593	3,5	5576,77
<b>C</b>	2000	2	4000	2030	2,08	4220,39	2061	2,16	4452,92	2093	2,2452	4698,27	2124	2,333	4957,13
SUMA			31000			32708,02			34510,14			36411,56			38417,74

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

## 5.02 Costos

### 5.02.01 Costos Directo

(Mazuelas Díez, 2014) señalo que “Estos costes se asocian con el producto de una forma muy clara, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Se producen cuando las empresas establecen mecanismos de control para conocer con exactitud la cantidad de coste que va al producto, servicio o sección” (pág. 1)

En este proyecto se identifica como costos directos a la materia prima y la mano de obra porque son indispensable para la fabricación del producto

**Tabla 40 Costos Directos**

<b>COSTO DIRECTO</b>	
<b>Materia prima</b>	\$ 2.000,00
<b>Concha de coco</b>	
Total Materia prima directa	\$ 2.000,00
<b>Mano de obra directa</b>	\$ 1.814,48
<b>2 obreros</b>	
Total mano de obra directa	\$ 1.814,48

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

### 5.02.02 Costos Indirectos

Son todos los costos que no incurren directamente en el proceso de producción de un bien o servicio es decir los diferentes gastos en los que incurren indirectamente para la producción.

**Tabla 41 Costos Indirectos**

COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	
<b>Sueldos y Salarios (MOI)</b>	\$ 4.342,81
<b>Prestaciones Sociales</b>	\$ 1.814,48
<b>útiles de Aseo</b>	\$ 70,00
<b>Servicios Básicos</b>	\$ 100,00
<b>Otros materiales Indirectos</b>	\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.984,48</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

### 5.02.03 Gastos Administrativos

Son los gastos que tiene que están involucrados directamente con la administración del negocio, estos contienen los diferentes pagos que se realizan al personal, suministros entre otros.

**Tabla 42 Gastos Administrativos**

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	
Sueldos y salarios	\$ 4.746,24
Prestaciones sociales	\$ 1.983,04
útiles de Oficina	\$ 70,00
Agua, luz, Teléfono	\$ 50,00
Depreciación muebles y enseres	\$ 140,00
Depreciación equipo de computo	\$ 566,67
Depreciación Maquinaria	\$ 40,00
Amortización	\$ 460,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8.055,95</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

#### 5.02.04 Costos de Ventas

**Tabla 43 Costos de Ventas**

GASTOS DE VENTAS	
Sueldos y salarios	\$ 4.342,81
Comisiones a vendedores	\$ 50,00
útiles de oficina	\$ 50,00
Alquileres	\$ 150,00
Transportes y fletes	\$ 50,00
Publicidad	\$ 300,00
Impuestos	\$ 150,00
Depreciación equipo de oficina	\$ 150,00
Otros gastos de ventas	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.467,81</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

### 5.03 Inversiones

(Hidalgo de Camba, 2010) determino que

“Las inversiones son necesarias para el crecimiento y fortalecimiento de cualquier economía, por ende, tanto los sistemas económicos como los tributarios deben promover la ejecución de las mismas en su jurisdicción, mediante estrategias que se vislumbren como atractivas para los sujetos poseedores del capital. En este sentido, la inversión, según McGrath y MacMillan (1999), deberá considerar cuántos ingresos son necesarios para alcanzar los beneficios esperados, aunado a que egresos pueden disminuirse”.  
(pág. 1)

#### 5.03.01 Inversión fija

##### 5.03.01.01 Activos Fijos

Tabla 44 Activos Fijos

<b>Equipos de Oficina</b>			<b>\$ 1.500,00</b>
<b>Maquinaria</b>			\$ 400,00
<b>Equipos de Computación</b>			\$ 1.700,00
<b>Muebles y Enseres</b>			\$ 1.400,00
<b>Imprevistos</b>			
<b>Total</b>			<b>\$ 5.000,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

### 5.03.01.02 Activos Diferidos

Tabla 45 Activos Diferidos

<b>Gastos de Organización</b>	\$	<b>1.200,00</b>
<b>Gastos de Instalación</b>	\$	600,00
<b>Gastos de publicidad</b>	\$	500,00
<b>Total</b>	\$	<b>2.300,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Venna Cabezas

### 5.03.02 Capital de Trabajo

Tabla 46 Capital de Trabajo

<b>Materia prima en existencia</b>	\$	<b>400,00</b>
<b>Materiales</b>	\$	250,00
<b>Mano de obra directa</b>	\$	1.085,70
<b>Caja Bancos</b>	\$	10.000,00
<b>TOTAL</b>	\$	<b>11.735,70</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Venna Cabezas

### 5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

CONCEPTO	PORCENTAJE	VALOR
	100%	25.000,00
<b>CAPITAL PROPIO</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>25.000,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

### 5.03.04 Depreciaciones

**Tabla 47 Depreciaciones**

	VALOR INICIAL	AÑO	1	2	3	4	5	DEP ACUMULADA	VALOR RESIDUAL
Equipos de Oficina	\$ 1.500,00	10	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 750,00	\$ 750,00
Maquinaria	\$ 400,00	10	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Equipos de Computación	\$ 1.700,00	3	\$ 566,67	\$ 566,67	\$ 566,67			\$ 1.700,00	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 1.400,00	10	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Equipo de computacion2	700	3				233,333333	233,333333	\$ 466,67	\$ 233,33
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 896,67</b>	<b>\$ 896,67</b>	<b>\$ 896,67</b>	<b>\$ 563,33</b>	<b>\$ 563,33</b>		<b>\$ 1.883,33</b>

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Venna Cabezas*

### 5.03.05 Estado de situación inicial

Tabla 48 Estado de Situacion Inicial

*EMPRESA "artesanías Jahel"*

<b>BALANCE GENERAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
Caja Bancos	10000	Préstamo bancario por pagar	0,00
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>10000</b>	<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0,00</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>			
Muebles y enceres	1400		
Equipo de computación	1700		
Equipo de oficina	1500		
Maquinaria y equipo	400		
Utiles de oficina	50		
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>5050,00</b>		
<b>Otros Activos</b>		<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>-</b>
Gasto de constitución	1000	<b>PATRIMONIO</b>	
Estudio de Factibilidad	600	<b>CAPITAL</b>	<b>16.650,00</b>
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>1600</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>16.650,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$16.650,00</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 16.650,00</b>

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

### 5.03.06 Estado de Resultados Proyectado

Tabla 49 Estado de Resultados P'royectados

DETALLE	Años	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>		31000	32708,02	34510,14	36411,56142	38417,74233
VENTAS TOTALES		31000	32708,02	34510,14	36411,56	38417,74
INFLACION	3,93%					
<b>COSTOS TOTALES</b>		\$ 25.665,53	\$ 26.674,18	\$ 27.722,48	\$ 28.811,97	\$ 29.944,28
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>		\$ 12.141,77	\$ 12.618,94	\$ 13.114,87	\$ 13.630,28	\$ 14.165,95
<b>COSTO DIRECTO</b>		\$ 9.157,29	\$ 9.517,17	\$ 9.891,20	\$ 10.279,92	\$ 10.683,92
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		\$ 2.984,48	\$ 3.101,77	\$ 3.223,67	\$ 3.350,36	\$ 3.482,03
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		\$ 5.467,81	\$ 5.682,69	\$ 5.906,02	\$ 6.138,13	\$ 6.379,36
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>		\$ 8.055,95	\$ 8.372,55	\$ 8.701,59	\$ 9.043,56	\$ 9.398,97
<b>GSTOS FINANCIEROS</b>		\$ -				
UTILIDAD BRUTA		\$ 5.334,47	\$ 6.033,83	\$ 6.787,66	\$ 7.599,59	\$ 8.473,46
<b>PARTICIPACION EMPLEADOS</b>		\$ 800,17	\$ 905,08	\$ 1.018,15	\$ 1.139,94	\$ 1.271,02
UTILIDADANTES DE IMPUESTOS		\$ 4.534,30	\$ 5.128,76	\$ 5.769,51	\$ 6.459,65	\$ 7.202,44
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>		\$ 997,55	\$ 1.128,33	\$ 1.269,29	\$ 1.421,12	\$ 1.584,54
UTILIDADANTES DE RESERVAS		\$ 3.536,75	\$ 4.000,43	\$ 4.500,22	\$ 5.038,53	\$ 5.617,90
<b>RESERVA LEGAL</b>		\$ 176,84	\$ 200,02	\$ 225,01	\$ 251,93	\$ 280,90
UTILIDAD NETA		\$ 3.359,92	\$ 3.800,41	\$ 4.275,21	\$ 4.786,60	\$ 5.337,01

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Venna Cabezas

### 5.03.07 Flujo de caja

Tabla 50 Flujo de Caja

	0	1	2	3	4	5
<b>TOTAL FUETES</b>	\$ 18.335,70	\$ 4.676,58	\$ 5.117,08	\$ 5.591,88	\$ 5.769,93	\$ 19.939,38
<b>Aporte Propio</b>	\$ 18.335,70					
<b>Prestamos</b>	\$ -					
<b>Proveedores</b>	\$ -					
<b>Utilidad neta</b>		\$ 3.359,92	\$ 3.800,41	\$ 4.275,21	\$ 4.786,60	\$ 5.337,01
<b>Depreciación</b>		\$ 896,67	\$ 896,67	\$ 896,67	\$ 563,33	\$ 563,33
<b>Amortización de la inversión diferida</b>		\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00
<b>valor residual capital de trabajo</b>						\$ 1.883,33
						\$ 11.735,70
<b>TOTAL USOS</b>	\$ 18.335,70					
<b>Inversión fija</b>	\$ 4.500,00					
<b>Inversión diferida</b>	\$ 2.100,00					
<b>Capital de trabajo</b>	\$ 11.735,70					
<b>Amortización del crédito (capital)</b>						
<b>FLUJO ACTUAL</b>	\$ -	\$ 4.676,58	\$ 5.117,08	\$ 5.591,88	\$ 5.769,93	\$ 19.939,38
<b>FLUJO ACUMULADO</b>		\$ 4.676,58	\$ 9.793,66	\$ 15.385,54	\$ 21.155,47	\$ 41.094,85

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Venna Cabezas

### 5.03.08 Flujo de Inversión Ajustado (Financiado)

Tabla 51 Flujo de Inversión Ajustado (Financiado)

	0	1	2	3	4	5
<b>Inversión real</b>	\$ (18.335,70)					
<b>Interés durante la contribución</b>						
<b>Prestamos</b>						
<b>Flujo ajustado de inversiones</b>	\$ (18.335,70)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Investigación de campo  
Venna Cabezas

Elaborado por:

### 5.03.08.01 Flujo Neto Financiero

Tabla 52 Fulo Neto Financiero

DETALLE						
	0	1	2	3	4	5
<b>Flujo de inversiones ajustado</b>	\$ (18.335,70)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Flujo actual</b>		\$ 4.676,58	\$ 5.117,08	\$ 5.591,88	\$ 5.769,93	\$ 19.939,38
<b>Flujo neto</b>	\$ (18.335,70)	\$ 4.676,58	\$ 5.117,08	\$ 5.591,88	\$ 5.769,93	\$ 19.939,38

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Venna Cabezas

## 5.04 Evaluación

### 5.04.01 Tasa de Descuento

$$\text{TMAR} = \text{Tasa Activa} + \text{Tasa Pasiva}$$

**Tabla 53 TMAR**

<b>TMAR=</b>	<b>TASA ACTIVA</b>	<b>9,37%</b>
	<b>TASA PASIVA</b>	<b>4,95%</b>
	<b>TMAR</b>	<b>14,32%</b>

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

La TMR de este proyecto es de 14,32 obtenida de la sumatoria de la tasa activa y la tasa pasiva

### 5.04.02 VAN

Tabla 54 VAN

$\text{VAN} = -\text{INV. INICIAL} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^n}$
--

$$\text{VAN} = \$ (18.335,70) + \frac{\$ 4.676,58}{(1+0,1432)^1} + \frac{\$ 5.117,08}{(1+0,1432)^2} + \frac{\$ 5.591,88}{(1+0,1432)^3} + \frac{\$ 5.769,93}{(1+0,1432)^4} + \frac{\$ 19.939,38}{(1+0,1432)^5}$$

$$\text{VAN} = \$ (18.335,70) + \frac{\$ 4.676,58}{(1,1432)^1} + \frac{\$ 5.117,08}{(1,1432)^2} + \frac{\$ 5.591,88}{(1,1432)^3} + \frac{\$ 5.769,93}{(1,1432)^4} + \frac{\$ 19.939,38}{(1,1432)^5}$$

$$\text{VAN} = \$ (18.335,70) + \$ 4.677,73 + \$ 1.114,03 + \$ 568,03 + \$ 273,48 + \$ 440,96$$

VAN= (7.003,18)

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Venna Cabezas

### 5.04.03 TIR

**TIR=26%**

### 5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

PERIODO DE RECUPERACIÓN	
PR=	100%
	TIR
PR=	<b>100%</b>
	<b>26%</b>
PR=	3,86
<b>0,86*12</b>	10,32
<b>0,32*30</b>	9,60
<b>0,60*24</b>	14,40

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

Recuperación del capital 3Años 10 Meses 9 Días 14 Horas

### 5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

Tabla 55 RBC (Relación Costo Beneficio)

RELACION BENEFICIO COSTO				
Periodo	Ingresos	Ingresos Actualizados	Costos	Costos actualizados
1	31000	27116,86	\$ 25.665,53	22450,60
2	32708,02	25027,06	\$ 26.674,18	20410,17
3	34510,14	23098,31	\$ 27.722,48	18555,19
4	36411,56	21318,20	\$ 28.811,97	16868,80
5	38417,74	19675,27	\$ 29.944,28	15335,67
<b>total</b>		116235,70		93620,44
<b>RBC=</b>	INGRESOS ACTUALIZADOS			
	COSTOS ACTUALIZADOS			
<b>RBC=</b>		<b>1,24</b>		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Venna Cabezas

Podemos concluir que por cada dólar invertido se está ganando ,24ctv

### 5.04.06 Punto de Equilibrio

**Tabla 56 Punto de Equilibrio**

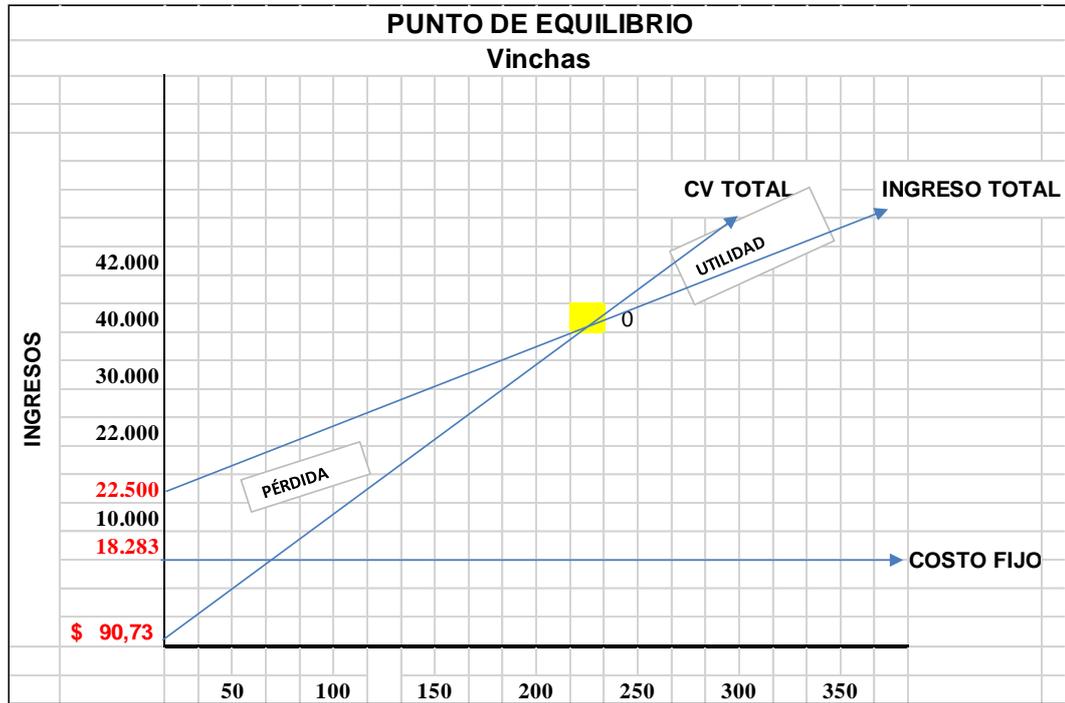
$PE = \frac{\text{costo fijo totales}}{1 - (\text{costo de variables totales} / \text{ventas totales})}$	
<b>Costos fijos totales</b>	\$ 25.190,53
<b>Costos Variables Totales</b>	\$125,00
<b>Ventas Totales</b>	\$31000
$PE = \frac{\$ 25.190,53}{0,995967742}$	
<b>PE=</b>	\$ 25.292,52 UNIDADES MONETARIAS

		<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
Costos fijos totales	\$25.190,53	\$18.283,29	\$3.657,66	\$ 3.249,58
Costos Variables Totales	\$125,00	\$90,73	\$18,15	\$16,13
Ventas Totales	\$31000	\$22500	\$4500	\$4000
Porcentaje		72,58	14,52	12,9

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Venna Cabezas*

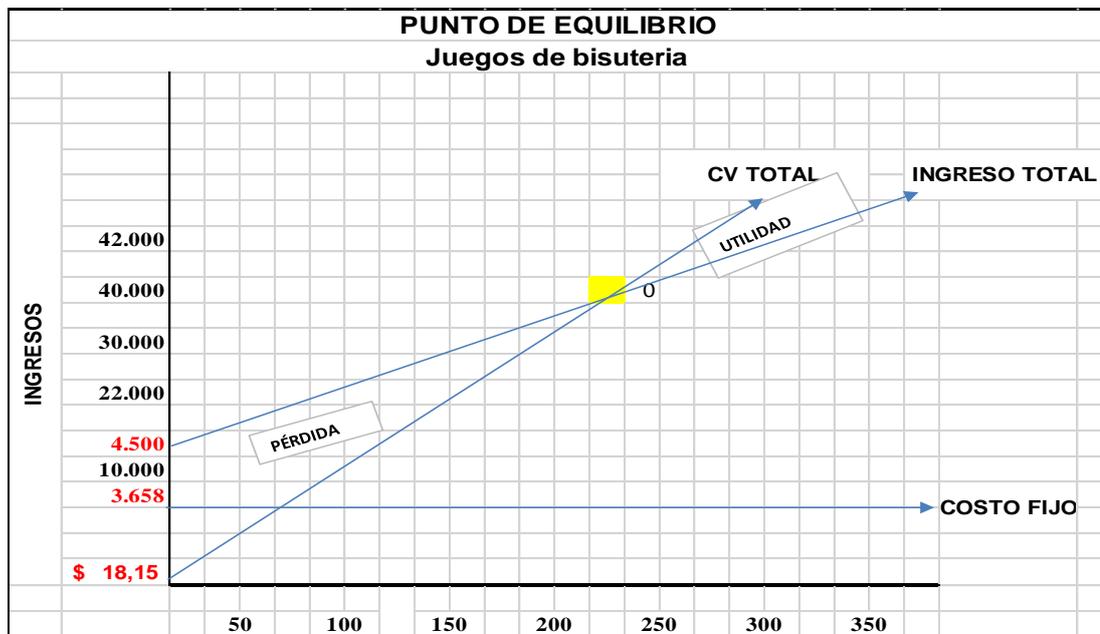
Figura 23 Punto de Equilibrio de Vinchas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Venna Cabezas

Figura 24 Punto de Equilibrio de Juego de Bisuteria



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Venna Cabezas

Figura 25 Punto de Equilibrio de Aretes / Anillos

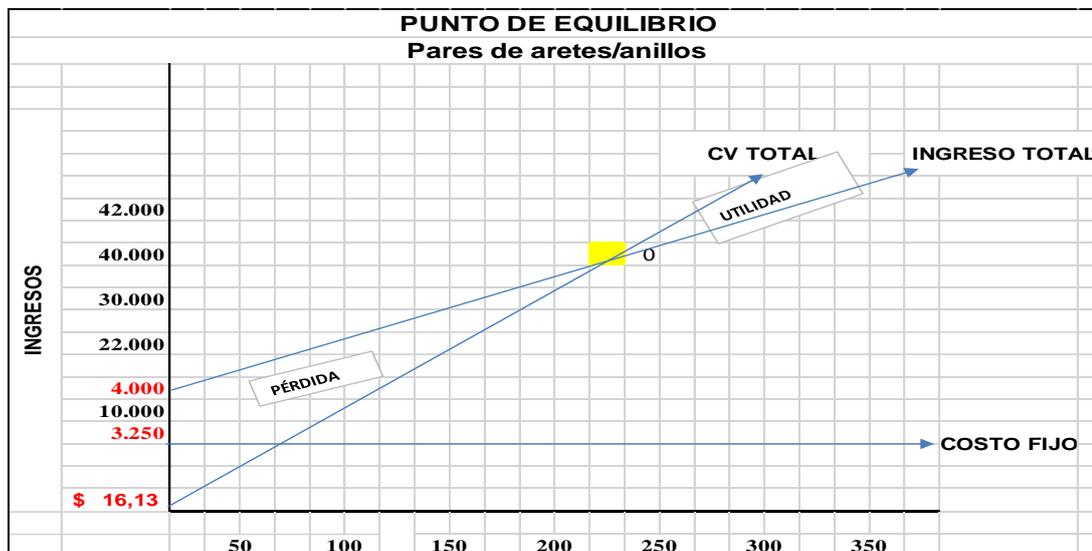


Figura 8 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Venna Cabezas

#### 5.04.07 Análisis de índices Financieros

##### ROA (Rentabilidad sobre el Activo Total)

Tabla 57 ROA (Rentabilidad sobre el Activo Total)

ROA		
ROA=	UTILIDAD NETA ACTIVO TOTAL	*100
ROA=	\$ 3.359,92 \$ 16.650,00	*100
ROA=	20,18%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Venna Cabezas

## Análisis

La empresa genera un 20,18% sobre el activo total, mientras más alto mayor será el beneficio que obtendrá la empresa durante un periodo.

## ROE (Rentabilidad sobre el Patrimonio Total)

Tabla 58 ROE (Rentabilidad sobre el Patrimonio total)

ROE		
ROE=	UTILIDAD NETA	*100
	PATRIMONIO TOTAL	
ROE=	\$ 3.359,92	*100
	\$ 16.650,00	
ROE=	20,18%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Venna Cabezas

La empresa por cada dólar invertido genera un 20,18% de ganancia sobre los recursos propios dando que son resultados favorable para la empresa.

## ROI (Rentabilidad sobre la Inversión)

**Tabla 59 ROI (Rentabilidad Sobre la Inversión)**

ROI		
ROI=	UTILIDAD NETA	*100
	INVERSION	
ROI=	\$ 3.359,92	*100
	\$ 18.335,70	
ROI=	18,32%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Venna Cabezas

La empresa en el tiempo transcurrido del capital invertido genera un 18.32 % de rentabilidad.

## CAPÍTULO VI

### 6 Análisis de Impacto

#### 6.01 Impacto ambiental

Los principales impactos ambientales que este tipo de servicio provocará se relacionan con el desecho de las conchas, lo mismo que con el tiempo los residuos que quedan sirven de abono para la tierra,.

Con el objetivo de minimizar todos estos efectos en el ambiente la empresa “Artesanías Jahel” a decidió utilizar máquinas con una mayor tecnología, de esta forma se reducirán los desperdicios de la materia prima optimizando a un 100% los recursos tanto materiales como humanos.

### 6.02 Impacto económico

La empresa “Artesanías Jahel ” con el servicio de producción y comercialización de bisuterías en concha de coco, ubicada en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito. Tiene un impacto positivo en el aspecto económico ya que por el hecho de estar en un sector que tiene un gran desarrollo en el campo de la cosméticos tendrá gran demanda y por consecuencia el desarrollo económico de su habitantes se verá incrementado, porque sus habitantes serán beneficiados por el desarrollo de actividades productivas involucradas en este tipo de negocio.

### 6.03 Impacto productivo

“Artesanias Jahel ” tiene gran impacto en el campo productivo ya que es un producto que requiere de otros sectores de la producción para su ejecución, la generación de fuentes de empleo para el sector contribuye directamente al desarrollo del país.

El campo productivo se ve afectado por la competitividad, la inestabilidad del marco regulatorio en materia ambiental y la insuficiente inspección por parte de las autoridades en la explotación de la materia prima produciendo incertidumbre jurídica y técnica, ya que estos acontecimientos pueden influir directamente en los costos del servicio

#### 6.04 Impacto social

Los impactos sociales potenciales incluyen:

- La restricción del acceso a los recursos (por ejemplo, las áreas tradicionales de pastoreo, y cultivo, recursos acuáticos, productos forestales);
- El desplazamiento de la población; y,
- Los trastornos sociales.

Para evitarlos errores “Artesanías Jahel ” considera necesario e imprescindible trabajar con proveedores registrados y legalmente constituidos que estén ejerciendo sus actividades apegados a las normas y políticas del país.

“Artesanías Jahel ” apoyará a las empresas, micro empresas proveedoras para introducir prácticas agrícolas más eficientes al área, crear mercados para los productos y dar trabajo a la gente local.

De esta forma se pretende mitigar potencialmente el desplazamiento de la población y por ende los trastornos sociales causados por este fenómeno. Sin embargo, no todos los efectos son necesariamente negativos, con el ingreso de nuevas transformaciones se fortalecerá las economías familiares.

## CAPÍTULO VII

### 7 Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01 Conclusiones

El estudio realizado “Artesanías Jahel ” aporta con el cuidado ambiental utilizando herramientas más avanzadas que optimizan los recursos naturales que se utilizan en la preparación de bisuterías en concha de coco, se cumple el objetivo N° 3 y N° 6 del Plan Nacional del Buen Vivir.

En el estudio financiero se determinó la TIR del 26.% lo cual es positivo para el proyecto porque la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento.

La relación costo beneficio de “Artesanías Jahel” es de \$1,24 ctvs, por cada dólar invertido es decir es un indicador positivo porque se va a obtener un margen de rentabilidad.

## 7.02 Recomendaciones

- Que en el Ecuador las empresas acepten a la tecnología como un parámetro positivo para el desarrollo de las industrias ya que con el cambio de la Matriz Productiva las empresas ecuatorianas deben ser más competitivas y desarrolladas.
- Utilizar al máximo los recursos naturales para la creación de productos artesanales de calidad y que no exista desperdicio de materia prima en la generación de los mismos.
- Generar fuentes de empleo sostenibles para la disminución del desempleo en el Ecuador y de esa manera disminuir la pobreza, la delincuencia y la mendicidad que afecta al Ecuador.

## Bibliografía

Creative Commons, W. (s.f.). *google*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Coco>

Delgado Vera, S. C. (junio de 2015). *UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS*. Obtenido de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

BANCARIA Y FINANZAS:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7809/1/TESIS%20SILVIA%20DELGADO%2006-06-2015.pdf>

Diaz, R. (23 de septiembre de 2012). Obtenido de Econlink:

<http://www.econlink.com.ar/definicion/inflacion.shtml>

*Ecuador en cifras*. (marzo de 2016). Obtenido de Reporte de Economía Laboral:

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)

Ecuador, P. (4 de 3 de 2013). *Pro Ecuador*. Obtenido de

<http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>

*eSilec Profesional*. (2005-2017). Obtenido de Código del Trabajo.

*Index mundi*. (6 de julio de 2015). Obtenido de

[http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa\\_de\\_desempleo.html](http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa_de_desempleo.html)

Montilla, F. (19 de octubre de 2007). *Zona Económica*. Obtenido de

<http://www.zonaeconomica.com/riesgo-pais>

Peralta García, I. (14 de septiembre de 2010). Obtenido de

<http://es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>

Perez, C. (2008-2015). *google*. Obtenido de <http://www.natursan.net/coco-beneficios-y-propiedades-del-coco-para-la-salud/>

Tejera, J. (13 de 7 de 2010). (*Producto Interno Bruto*). Obtenido de

<http://www.aporrea.org/actualidad/a103977.html>

Vera, G. B. (13 de 11 de 2002). *Universidad ICESI*. Obtenido de

[https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/103/html](https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/103/html)

Villafranca. (22 de enero de 2013). *Metodología de la Invetigacion*. Obtenido de

<https://bianneygiraldo77.wordpress.com/2013/01/22/bases-legales/>

Wells, W. (2011). *mercado analisis*. mexico: Mexico S.A.

Baca Urbina, G. (2010). *evaluacion de proyectos*. mexico: Mc Graw Hill.

Elvira, L. P. (2011). *La evaluacion de Proyectos de ineversion*. Obtenido de

<http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudiotecnico.pdf>

*Gestion de proyectos*. (4 de julio de 2016). Obtenido de

<http://www.aulafacil.com/cursos/119691/empresa/organizacion/gestion-de-proyectos/el-tamano-del-proyecto>

Meyer, R. (2010). *Dstribucion de la planta*. MEXICO.

## Anexos

### Anexo 1



### Anexo 2



**Anexo 3**



**Anexo 4**



### Anexo 5



### Anexo 6



