



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

“APOYAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE CASCADAS PARA DECORACIÓN
DENTRO DEL HOGAR EN EL SECTOR NAYÓN DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO 2017.

Proyecto De Investigación Previo A La Obtención Del Título De Tecnólogo En
Administración

Industrial y de la Producción

Autora: Achig Pillajo Marcia Jeanine

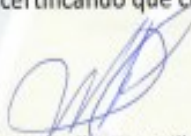
Tutor: Ing. William Curillo Paguay

Quito, Octubre 2017

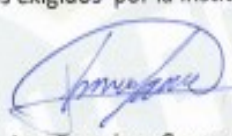
ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **ACHIG PILLAJO MARCIA JEANINE** de la carrera de Administración Industrial y de la Producción cuyo tema de investigación fue: **APOYAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE CASCADAS PARA DECORACIÓN DENTRO DEL HOGAR EN EL SECTOR NAYÓN DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017**. Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Ing. William Curillo
Tutor del Proyecto



Ing. Francisco Guzman
Lector del Proyecto



Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación



Ing. Fernando Bultrón
Director de Escuela

“Apoyar al sector productivo mediante un estudio de factibilidad para el desarrollo de una microempresa dedicada a la producción de cascadas para decoración dentro del hogar en el Sector Nayón del Distrito Metropolitano de Quito 2017”

Declaración de autoría del estudiante

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



Achig Pillajo Marcia Jeanine

CL 1720542529

Licencia de uso no comercial

Yo, Achig Pillajo Marcia Jeanine portador de la cédula de ciudadanía signada con el No 1720542529 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (Ingenios) que dice: "En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.", otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado "Apoyar al sector productivo mediante un estudio de factibilidad para el desarrollo de una microempresa dedicada a la producción de cascadas para decoración dentro del hogar en el sector Nayón del distrito metropolitano de quito 2017 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE: Marcia Jeanine Achig Pillajo

CEDULA: 1720542529

Quito, 22 de Septiembre del 2017

Agradecimiento

Agradezco al Instituto Tecnológico Cordillera por un valioso aporte profesional y técnico y humano brindando en el transcurso de este semestre, después de un largo y duro sacrificio voy a culminar con éxito la carrera.

A mi tutor Ing. William Curillo Paguay por la paciencia invertida a desarrollar cada capítulo de mi tesis, por compartir sus conocimientos, experiencias que me ayudaron a culminar positivamente este proyecto.

A mis profesores, amigos que día a día compartieron su sabiduría, conocimientos apoyándome en la culminación de este proyecto.

A mi hermano por compartir sus conocimientos al inicio y culminación de mi tesis.

Dedicatoria

El Presente proyecto es dedicado a Dios por Darme fuerzas para seguir adelante

A mi madre y mi hermano por su apoyo incondicional su enseñanza de valores, principios, cooperación he logrado cumplir mi meta; sin ellos no lo hubiera logrado son una fuente de inspiración donde me enseñaron a no rendirme y a luchar por lo que uno desea.

A mi padre y hermanos por su apoyo constante dándome ánimos de seguir luchando por mis sueños como una frase lo dice “el que persevera alcanza”.

Les dedico todo mi esfuerzo que he puesto para la culminación de mi tesis porque ellos son mi mayor motivación para seguir adelante esforzándome día a día en conseguir todo lo que anhelo.

Inspiración, Motivación, Orgullo son mi vida

Índice General

Portada.....	i
Declaración de autoría del estudiante	ii
Licencia de uso no comercial.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria	v
Índice General	vi
Índice de Figuras	xvi
Resumen ejecutivo	xix
Abstract	xx
CAPITULO I.....	1
1.0 Introducción.....	1
1.2 Antecedentes	4
CAPITULO II	7
2.0 ANÁLISIS SITUACIONAL.....	7
2.1 Ambiente externo	7
2.1.1 Factor Económico.....	7
2.1.1.01 Inflación.....	7
2.1.1.02 Tasa de Interés.....	8
2.1.1.03 Tasa de Interés Activa	9
2.1.1.04 Tasa de Interés Pasiva	11
2.1.1.05 PIB.....	12
2.1.1.06 Balanza Comercial.....	13
2.1.1.07 Riesgo País	15
2.1.1.08 Factor social.....	15

2.1.1.09 Desempleo	15
2.1.1.10 Población Económicamente Activa (PEA)	16
2.1.1.11 Factor Tecnológico	17
2.2 Entorno local	18
2.2.1 Clientes	18
2.2.2 Proveedores	18
2.2.3 Competidores	19
2.3 Análisis Interno	20
2.3.1 Propuesta Estratégica	20
2.3.1.1 Misión	20
2.3.1.2 Visión	21
2.3.1.3 Objetivos	21
2.3.1.3.1 Objetivos Generales	21
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos	21
2.3.1.4 Principios y valores	22
2.3.1.4.01 Valores	22
2.3.1.4.01.01 Responsabilidad	23
2.3.1.4.01.02 Respeto	23
2.3.1.4.01.03 Honestidad	23
2.3.1.4.01.04 Puntualidad:	23
2.3.2 Gestión Administrativo	24
2.3.2.1 Organización	24
2.3.2.2 Organigrama estructural	25
2.3.2.2.1 Manual de Funciones	25
2.3.2.3 Dirección	28

2.3.02.04 Control.....	28
2.3.3 Gestión Operativa.....	29
2.3.3.1 Logística de Interna.....	30
2.3.3.2 Operaciones.....	30
2.3.3.3 Logística Externa.....	30
2.3.3.4 Marketing y ventas.....	30
2.3.3.5 Servicio.....	31
2.3.3.6 Infraestructura.....	31
2.3.3.7 Abastecimiento.....	31
2.3.4 Gestión Comercial.....	31
2.3.4.1 Producto.....	32
2.3.4.2 Precio.....	32
2.3.4.3 Plaza.....	33
2.3.4.4 Promoción.....	33
Capitulo III.....	37
3. Estudio de Mercado.....	37
3.1 Análisis del Consumidor.....	37
3.2 Determinación de la Población y Muestra.....	38
3.2.1 Población.....	38
3.2.2 Muestra.....	39
3.2.3 Determinación de la muestra.....	41
3.1.2 Técnicas de obtención de Información.....	42
3.1.2.1 Encuesta.....	43
3.1.3 Análisis de Información.....	44
3.2 Oferta.....	58

3.2.1 Oferta Actual	58
3.2.2 Oferta Proyectada	58
3.4 Demanda	59
3.4.1 Demanda Actual	60
3.4.2 Demanda Proyectada	60
3.5 Balance Oferta – Demanda.....	61
3.5.1 Balance Actual.....	62
3.04.02 Balance Proyectado.....	62
3.5.2 Demanda Insatisfecha.....	62
Capítulo IV.....	63
4.0 Estudio Técnico.....	63
4.1 Tamaño del Proyecto	63
4.1.1. Capacidad Instalada.....	64
4.1.2 Capacidad Óptima.....	65
4.2. Localización	66
4.2.1 Macro- Localización.....	66
4.2.2. Micro-localización	67
4.2.3 Localización Óptima	68
4.3 Ingeniería del Proyecto	70
4.3.1 Definición de B y S	70
4.3.2 Distribución de la Planta	71
4.3.2.1 Matriz SL.....	71
4.3.2.2 Plano de la Planta	77
4.3.3 Proceso Productivo.....	78
4.3.3.1 Descripción de Actividades.....	78

4.3.3.2 Diagrama de Flujo ANSI.....	79
4.3.3.3 Diagrama de Flujo Funcional	80
4.3.4 Maquinaria.....	81
4.3.5 Equipos.....	81
4.3.6 Proveedores de Maquinaria y equipo	82
Capítulo V.....	84
5.0 Estudio Financiero.....	84
5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales.....	85
5.01.01 Mano de Obra Directa	85
5.01.02 Materia Prima	85
5.01.03 Costos Indirectos de Fabricación.....	86
5.2.04 Costos Indirectos de Fabricación.....	86
5.2.04 Costo Unitario de Producción	86
5.2.05 Ingresos Operacionales.....	87
5.2.2 Costos	88
5.2.01 Costo Directo.....	88
5.2.02 Costos Indirectos	89
5.2.03 Gastos Administrativos	89
5.2.04 Costos Ventas	91
5.2.05 Costos Financieros.....	91
5.2.06 Costos Fijos y Variables.....	92
5.2.06.01 Costo Fijo	92
5.2.06.02 Costos Variables.....	92
5.2 Inversiones.....	92
5.2.1 Inversión Fija.....	93

5.2.1.1 Activos Fijos.....	93
5.2.1.2 Activos Nominales (Diferidos).....	93
5.2.2 Capital de Trabajo	93
5.2.4 Amortización de Financiamiento	95
5.2.5 Depreciaciones	96
5.2.5 Estado de Situación Inicial	96
5.2.8 Flujo Caja	97
5.3 Evaluación Financiera.....	99
5.3.01 Tasa de Descuento.....	99
5.3.2 Valor Presente Neto (VAN)	100
5.3.04 Tasa de Interés de Retorno	102
5.3.5 Periodo de Recuperación de Inversión	102
5.3.06 RBC Relación Costo Beneficio	103
5.3.6 Punto de Equilibrio.....	104
5.3.07 Análisis de Índice Financiero	107
5.3.07.01 Endeudamiento.....	107
5.3.07.02 Rendimiento de Margen de Utilidad	107
5.3.07.02 ROA.....	108
5.3.07.02 Rendimiento sobre el Patrimonio (ROE)	109
5.3.07.02 Retorno sobre la Inversión (ROI)	109
CAPITULO VI.....	111
6.0 ANÁLISIS DE IMPACTOS	111
6.1 Impacto Ambiental	111
6.2. Impacto Económico.....	111
6.3. Impacto Productivo	112

6.4. Impacto Social.....	112
CAPITULO VII	113
7.1 Conclusiones.....	113
7.2 Recomendaciones	115
Bibliografía	116

Índice de Tablas

Tabla N° 1 Inflación.....	8
Tabla N° 2 Tasa de Interés.....	9
Tabla N° 3 Tasa de Interés.....	10
Tabla N° 4 Tasa de Interés Pasiva	11
Tabla N° 5 Desempleo	16
Tabla N° 6 Proveedores	19
Tabla N° 7 Competencia	20
Tabla N° 8 Requisitos y Perfil del Administrador	26
Tabla N° 9 Requisitos y Perfil de Ventas	27
Tabla N° 10 Requisitos y Perfil del Operario	27
Tabla N° 11 Población del Distrito Metropolitano de Quito	39
Tabla N° 12 Sector Eugenio Espejo de la Población del Distrito Metropolitano de Quito.....	40
Tabla N° 13 Población e indicadores de la administración zonal Eugenio Espejo Según Parroquias.....	40
Tabla N° 14 Sector Iñaquito.....	40
Tabla N° 15 Pregunta 1	46
Tabla N° 16 Pregunta 2	47
Tabla N° 17 Pregunta 3	48
Tabla N° 18 Pregunta 4	49
Tabla N° 19 Pregunta 5	50
Tabla N° 20 Pregunta 6	51
Tabla N° 21 Pregunta 7	52
Tabla N° 22 Pregunta 8	53
Tabla N° 23 Pregunta 9	54
Tabla N° 24 Pregunta 10	55
Tabla N° 25 Pregunta 11	56
Tabla N° 26 Determinación Oferta y Demanda.....	57
Tabla N° 27 Oferta Actual	58

Tabla N° 28 Oferta Proyectada	59
Tabla N° 29 Demanda Actual	60
Tabla N° 30 Demanda Proyectada	60
Tabla N° 31 Balance Actual.....	62
Tabla N° 32 Demanda Insatisfecha.....	62
Tabla N° 33 Capacidad Instalada.....	64
Tabla N° 34 Capacidad Óptima	65
Tabla N° 35 Macro-localización	66
Tabla N° 36 Matriz de Localización	69
Tabla N° 37 Códigos de Cercanía.....	72
Tabla N° 38 Códigos de Cercanía.....	73
Tabla N° 39 Equipos	82
Tabla N° 40 Equipos	83
Tabla N° 41 Mano de Obra	85
Tabla N° 42 Materia Prima	85
Tabla N° 43 CIF	86
Tabla N° 44 Arriendo.....	86
Tabla N° 45 Costo Unitario de Producción	87
Tabla N° 46 Ingresos Operacionales.....	87
Tabla N° 47 Ingresos Operacionales Proyectados	88
Tabla N° 48 Materia Prima Directa	88
Tabla N° 49 Costos Indirectos	89
Tabla N° 50 Gasto de Personal	89
Tabla N° 51 Útiles de Aseo.....	90
Tabla N° 52 Suministros de Oficina	90
Tabla N° 53 Gastos Ventas	91
Tabla N° 54 Cuadro de Inversiones Fijas	94
Tabla N° 55 Amortizaciones.....	95
Tabla N° 56 Cuadro de Depreciaciones.....	96
Tabla N° 57 Estado de Situación Financiera	97
Tabla N° 58 Flujo de Caja Proyectado.....	98

Tabla N° 59 TMAR.....	100
Tabla N° 60 Calculo del VAN	101
Tabla N° 61 TIR.....	102
Tabla N° 62 Recuperación de Inversión	103
Tabla N° 63 Costo Beneficio	104
Tabla N° 64 Porcentaje de Producción	105
Tabla N° 65 Punto de Equilibrio.....	105
Tabla N° 66 Estado de Resultados.....	106
Tabla N° 67 Endeudamiento	107
Tabla N° 68 Cálculo de Margen de Utilidad.....	108
Tabla N° 69 Cálculo del ROA	108
Tabla N° 70 Calculo ROI.....	110

Índice de Figuras

Figura N° 1 PIB.....	12
Figura N° 2 Balanza Comercial	14
Figura N° 3 Población Económicamente Activa	17
Figura N° 4 Diagrama de Gantt	24
Figura N° 5 Organigrama.....	25
Figura N° 6 Cadena de Valor.....	29
Figura N° 7.....	33
Figura N° 8 Slogan.....	34
Figura N° 9 Tarjeta de Presentación	35
Figura N° 10 Hoja Membretada.....	36
Figura N° 11 Pregunta 1.....	46
Figura N° 12 Pregunta 2.....	47
Figura N° 13 Pregunta 3.....	48
Figura N° 14 Pregunta 4.....	49
Figura N° 15 Pregunta 5.....	50
Figura N° 16 Pregunta 6.....	51
Figura N° 17 Pregunta 7.....	52
Figura N° 18 Pregunta 8.....	53
Figura N° 19 Pregunta 9.....	54
Figura N° 20 Pregunta 10.....	55
Figura N° 21 Pregunta 11.....	56
Figura N° 22 Oferta Proyectada.....	59
Figura N° 23 Demanda Proyectada.....	61
Figura N° 24 Macro-localización.....	67
Figura N° 25 Micro localización.....	68
Figura N° 26 Matriz SLP	73
Figura N° 27 Bodega Materia Prima.....	74
Figura N° 28 Area de producción pintura y secado	74
Figura N° 29 Baño	75

Figura N° 30 Bodega Producto Terminado.....	75
Figura N° 31 Area Administrativa	76
Figura N° 32 Area de Ventas 5 x 7.60	76
Figura N° 33 Estacionamiento	76
Figura N° 34 Diagrama de Flujo ANSI	79
Figura N° 35 Diagrama de Flujo Funcional.....	80
Figura N° 36 Punto de Equilibrio.....	109

Índice de anexos

Anexo 1.....	119
Anexo 2.....	119
Anexo 3.....	120
Anexo 4.....	120
Anexo 5.....	121
Anexo 6.....	121
Anexo 7.....	122
Anexo 8.....	122
Anexo 9.....	123
Anexo 10.....	123
Anexo 11.....	124
Anexo 12.....	124
Anexo 13.....	125
Anexo 14.....	126

Resumen ejecutivo

Creación de una microempresa dedicada a la elaboración de cascadas de fuente de agua.

La elaboración de cascadas de fuentes de agua con su valor agregado adicionando una planta a lo natural es contribuir por una parte al desarrollo de la matriz productiva, logrando introducir al mercado un producto que contribuirá a apoyar al cuidado del medio ambiente, creando fuentes de empleo para la comunidad.

Este proyecto ha sido realizado para ver su viabilidad en el mercado, teniendo en cuenta sus factores positivos y negativos en la que estará expuesto la microempresa conociendo cada punto relevante para iniciar desarrollo de sus actividades en la organización.

Mediante el estudio de mercado se analizó que existen muchas personas que les gusta la decoración con un valor agregado natural como un artículo de adorno para su hogar.

En la investigación Financiera obtenemos resultados positivos de que el proyecto es viable contando con recursos propios al igual que financiados para el inicio del mismo logrando así ver su proyección estable que tendrá a futuro siendo un apoyo al sector productivo del país.

En el impacto ambiental tiene una afectación muy baja al momento de realizar sus actividades, su impacto económico productivo y social la organización generara fuentes de empleo que mejorara la calidad de vida de los habitantes del sector siendo una microempresa que ofrezca productos de calidad cumpliendo la satisfacción del cliente.

Abstract

Creation of a micro Enterprise dedicate to the development of water fountain waterfalls.

The development of cascades of water sources with added value adding a plant to the natural is to contribute on the one han to the development of the productive matrix, being able to introduce to the market a product that will contribute to support the care of the environment, creating sources of employment for the community.

This project has been carried out to see its viability in the market, taking into account its positive and negative factors in which the microenterprise will be exposed knowing each relevant point to start developing its activities in the organization.

Through the market study it was analyzed that there are many people who like decoration with a natural added value as an article of adornment for their home.

In financial research we obtain positive results that the project is viable with its own resources as well as funding for the start of the project, thus achieving its stable projection that will have a future support to the productive sector of the country.

In the environmental impact has a very low impact when carrying out its activities, its productive and social economic impact the organization will generate employment sources that improve the quality of life of the inhabitants of the sector being a micro Enterprise that offers quality products satisfying the satisfaction the client's.

CAPITULO I

1.0 Introducción

El presente proyecto se refiere al desarrollo de una microempresa de la producción de cascadas para decoración dentro del hogar. Se elabora con el propósito de generar empleo, satisfacer necesidades del cliente; una parte esencial del estudio es introducir una pequeña parte de la naturaleza hacia el hogar; mediante la elaboración de diferentes diseños de cascadas a base de cerámica, piedras decorativas y plantas a lo natural.

El interés del estudio de factibilidad es ingresar al mercado creando un producto con diseños diferentes; en la provincia de Pichincha Distrito metropolitano de Quito sector Nayón. El objetivo es satisfacer las necesidades del cliente con un producto de relajación por su sonido de chapoteo, evitando por un instante el ruido de la ciudad en un ambiente de tranquilidad dentro del hogar.

Las cascadas se realizaran con piedra pómez por su color blanco, y sus formas con características diferente únicas para el diseño decorativo, además que es ligera e ideal para la producción.

1.1 Justificación

La creación de esta microempresa es satisfacer las necesidades del cliente en un amplio segmento que gustan de la naturaleza pero no cuentan con un espacio suficiente para hacerlo de manera natural. Por tal razón se decide crear este proyecto con un producto decorativo que contenga biodiversidad y ambiente en el hogar.

La elaboración del proyecto pretende crear una microempresa que innove, incorpore diversas tendencias en el área ambiental, se diferencie de las demás por contar con características en diseños de biodiversidad, con el fin de alcanzar el liderazgo en el sector.

El proyecto permite no solo llenar las expectativas de los clientes y generarles valor agregado sino también contribuir al desarrollo el sector productivo mediante la generación de empleo y el fomento de la competitividad en la microempresa. Con ello se generan nuevas oportunidades de calidad de vida de las personas, fomentando mayor conocimiento y crecimiento personal.

El estudio de factibilidad se desarrollara en la parroquia Nayón reconocida como el “Jardín de Quito” debido a que existe gran variedad de plantas ornamentales, frutales, medicinales entre otros. Nayón también es conocida por sus platos típicos y turismo de aventura. Recientemente en el año 2016 fue nombrada Templo santuario Santa Ana de Nayón debido a la aparición de la imagen en la comunidad y milagros que se han dado en estos años en la población visitada por turistas de todo el país.

Todos estos hechos han convertido a Nayón en un lugar donde existe gran afluencia de personas; por lo que se puede aprovechar en la introducción de la microempresa al mercado con un alto impacto de acogimiento del cliente.

Nayón siendo una parroquia turística, de gente amable donde la mayoría de sus habitantes se dedican a la producción de plantas de gran variedad es un lugar perfecto para iniciar la microempresa debido a que específicamente no existe un negocio dedicado exclusivamente a la producción de cascadas con variedad de diseños ; aportando al desarrollo económico al sector productivo.

Las cascadas realizadas para la decoración dentro del hogar tienen como finalidad incentivar a la gente respetar nuestro medio que nos rodea, que con el pasar de los años, cada vez contamos con reducidos espacios verdes; enfocando a personas que residen en la ciudad y no cuentan con espacio suficiente para realizarlo de manera natural por tal razón el proyecto es satisfacer las necesidades del cliente introduciendo al mercado la producción de cascadas con diseños que impacten al cliente.

1.2 Antecedentes

La historia del diseño de interiores se remonta al antiguo Egipto gracias a las tumbas con decoraciones suntuosas demuestran que las tumbas estaban decoradas no sólo como homenaje al último lugar de descanso de los faraones, sino también como una manera de proveer comodidades en el más allá. Sólo los faraones y los altos funcionarios gozaban del privilegio de yacer en tumbas ricamente decoradas para la vida eterna. El diseño interior de las tumbas y pirámides fue cuidadosamente elaborado, incorporando pasadizos secretos y laberínticos para despistar a los ladrones. Estos fueron los comienzos de la historia del diseño de interiores que se remonta a 5000 años a.C. (Arkiplus, 2013)

El diseño de interiores estuvo asociado a una casta con un estilo de vida exquisito y en los comienzos de su historia, fue un elemento significante de creencias religiosas o místicas. El diseño de interiores como lo conocemos hoy, se puede apreciar por ejemplo en las estructuras del Imperio romano, donde las casas eran cómodas y tenían habitaciones con diferentes funcionalidades. (Arkiplus, 2013)

El legado de los romanos en diseño interior, fue el concepto de que el diseño del interior de un edificio era tan importante como la de la parte exterior. En las viviendas romanas de los ricos se crearon espacios separados para un confort óptimo durante la temporada de verano y la temporada de frío. (Arkiplus, 2013)

A partir de finales del siglo XVIII y principios del Siglo XIX, la revolución industrial, puso el diseño de interiores (sin tanta ornamentación como antes) a disposición de las masas asalariadas, que hasta ese entonces no conocían este concepto. (Arkiplus, 2013)

Con el aumento de la popularidad del arte, los mecenas ricos comenzaron a apoyar las artes, y más espacios interiores se comenzaron a diseñar con la forma y la funcionalidad en mente. La llegada de la Revolución Industrial proporcionó la oportunidad para que incluso aquellos de la “clase media” para utilizar el diseño de interiores de sus casas y negocios. La práctica de diseño de interiores ha evolucionado desde la decoración de interiores. (Arkiplus, 2013)

Es un proceso que sigue “una metodología sistemática y coordinada”, según el Consejo Nacional de Diseño de Interiores. Hay códigos estrictos y requisitos reglamentarios que se deben seguir, y se anima a los principios de sostenibilidad ambiental. (Arkiplus, 2013)

Después de la Segunda Guerra Mundial, el diseño de interiores se hizo más eco de los gustos personales y el individualismo cobró mayor fuerza.

Al elegir un estilo durante el proceso de diseño de interiores, es necesario tener en cuenta lo que realmente le gusta al cliente; su estilo de vida y sus proyectos de futuro. (Arkiplus, 2013)

Existe un sinnúmero de elementos decorativos que se utilizan. Uno de ellos, son las cascadas. (Arkiplus, 2013)

Nayón está ubicada a cuatro Kilómetros de la ciudad de Quito. Históricamente es reconocida por cultivos agrícolas que con el pasar de los años fueron generando desarrollo económico debido a que sus habitantes siempre fueron emprendedores. Con los años se dedicaron a los cultivos de plantas de gran variedad; contribuyendo económicamente con ingresos al sector productivo.

Comenzó a desarrollarse económicamente mediante la implantación de negocios de venta de plantas para decoración de los jardines interno y externo para el hogar.

Con el pasar del tiempo se dieron diseños para decoraciones de jardines y pequeños adornos con plantas naturales preferentemente con gustos y preferencias al cliente; fue la primera parroquia quien dio a conocer la gran variedad de plantas que existe en la naturaleza; incentivando a la gente a respetar y cuidar de ellas ya que es una parte de nuestro medio ambiente.

La decoración para el hogar en Nayón empezó debido a que muchos de las personas se desplazaban de un lugar a otro, en el transcurso de estos viajes es cuando se conocen culturas distintas a las nuestras y comenzaron a copiar las ideas y reflejar en el sitio en donde residimos ; con ideas innovadoras , mejoras que se han dado al pasar al tiempo adaptando a la personalidad de las personas mediante este tipo de decoración ; que cada vez se extendió por todo el mercado Nacional , dando importancia y cuidado al medio ambiente.

CAPITULO II

2.0 ANÁLISIS SITUACIONAL

Muestra a la empresa a que situación está expuesta y como estos factores que los rodean pueden afectar a la organización interna y externamente logrando así cumplir los objetivos propuestos; mediante un análisis que pueda determinar cuáles son sus puntos débiles y fuertes en su entorno.

2.1 Ambiente externo

Son factores q afectan directamente a la microempresa en rendimiento y funcionamientos de sus actividades en la cual se debe identificar y analizar variables que pueden afectar a la organización para su puesta en marcha.

2.1.1 Factor Económico

2.1.1.01 Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. (Ecuador B. C., 2017)

Tabla N° 1 Inflación

FECHA	VALOR
Abril-30-2017	1.09 %
Marzo-31-2017	0.96 %
Febrero-28-2017	0.96 %
Enero-31-2017	0.90 %
Diciembre-31-2016	1.12 %
Noviembre-30-2016	1.05 %
Octubre-31-2016	1.31 %
Septiembre-30-2016	1.30 %
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %

Fuente: INEC

Análisis

La tabla muestra que se ha producido una disminución de precios en los bienes y servicios, oportunidad clave para ingresar el producto al mercado y que los clientes puedan adquirir el producto a un precio accesible y la satisfacción de sí mismos.

2.1.1.02 Tasa de Interés

El concepto de tasa de interés está directamente relacionado con el valor del dinero. En este sentido, es la cantidad o monto de dinero que está en relación con una operación económica. Así, si alguien deposita una cantidad x en un banco, la tasa de interés es el porcentaje de dinero que recibe a cambio y si alguien solicita un crédito para comprar algo, se refiere a la cantidad que deberá pagar el deudor a la entidad bancaria. (Navarro, 2016)

2.1.1.03 Tasa de Interés Activa

Al precio de venta de dinero se le llama tasa activa porque es dinero activo y está del lado del activo del balance, es decir, es una cuenta que el banquero tiene por cobrar cuando otorga un crédito. (Ibarra, 2000)

Tabla N° 2 Tasa de Interés

Tasas de Interés			
may-17			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial	%	Tasa Activa Efectiva Máxima	%
para el segmento:	anual	para el segmento:	anual
Productivo Corporativo	7.61	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.76	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.49	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	8.81	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.37	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.43	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.42	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.80	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.58	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.50	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.61	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.92	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.02	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.42	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.22	Inversión Pública	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla N° 3 Tasa de Interés

FECHA	VALOR
Mayo-31-2017	7.37 %
Abril-30-2017	8.13 %
Marzo-31-2017	8.14 %
Febrero-28-2017	8.25 %
Enero-31-2017	8.02 %
Diciembre-31-2016	8.10 %
Noviembre-30-2016	8.38 %
Octubre-31-2016	8.71 %
Septiembre-30-2016	8.78 %
Diciembre-31-2015	9.12 %
Noviembre-30-2015	9.22 %
Octubre-31-2015	9.11 %
Septiembre-30-2015	8.06 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

La tabla nos muestra que en diciembre del año pasado a tenido un 8,10% y en este año ha disminuido a un 7,37% la cual representa una oportunidad para poder generar un préstamo pagando un interés que no afecte a un nivel máximo al crecimiento de la empresa.

2.1.1.04 Tasa de Interés Pasiva

Se llama tasa de interés pasiva al precio de compra del dinero porque en el balance del banco los depósitos aparecen como una cuenta por pagar. Si se deposita una cuenta en el banco, este tiene una cuenta por pagar a una cuentahabiente. (Ibarra, 2000)

Análisis

Es el dinero que el banco paga por tus depósitos beneficiando a los clientes.

Tabla N° 4 Tasa de Interés Pasiva

FECHA	VALOR
Mayo-31-2017	4.82 %
Abril-30-2017	4.81 %
Marzo-31-2017	4.89 %
Febrero-28-2017	5.07 %
Enero-31-2017	5.08 %
Diciembre-31-2016	5.12 %
Noviembre-30-2016	5.51 %
Octubre-31-2016	5.75 %
Diciembre-31-2015	5.14 %
Noviembre-30-2015	5.11 %
Octubre-31-2015	4.98 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

La tabla muestra que en Diciembre del 2016 ha tenido un porcentaje de 5,12% a enero un 4,82% por la cual va reduciendo el interés aunque sea en mínimo porcentaje lo que afectaría al ingresar dinero a cualquier entidad financiera con un mínimo interés a favor.

2.1.1.05 PIB

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

PRODUCTO INTERNO BRUTO – PIB

2007=100, Tasas de variación trimestral

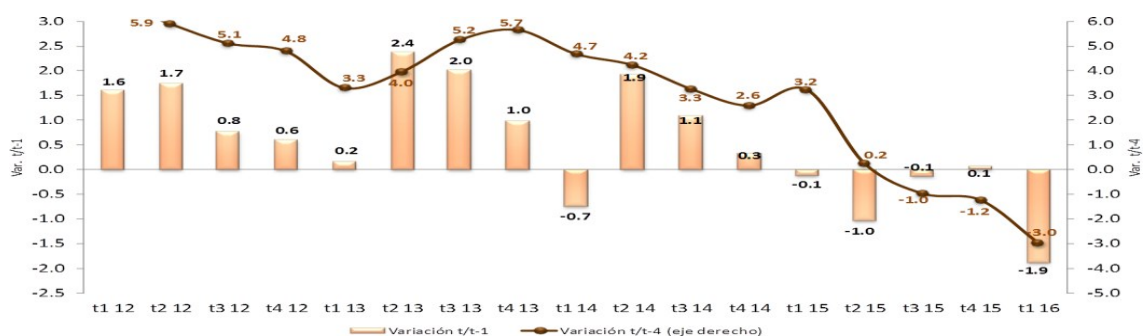


Figura N° 1 PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

El propósito de generar una microempresa es ayudar al crecimiento del sector productivo del país; aunque en el inicio de las operaciones este impacto será no relevante.

2.1.1.06 Balanza Comercial

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. (Categoría, 2013)

La Balanza Comercial en el período enero – marzo de 2017, registró un superávit de USD 473.23 millones, resultado que responde a una recuperación en valor FOB de las exportaciones petroleras. (contenido.bce.fin.ec)

La Balanza Comercial Petrolera, para el período enero - marzo de 2017, mostró un saldo favorable de USD 905.63 millones; superávit mayor en USD 556.84 millones si se compara con el obtenido en igual período de 2016 (USD 348.79 millones), como consecuencia del aumento en el valor unitario promedio del barril exportado de crudo. Por su parte, la Balanza Comercial no Petrolera, aumento su déficit (4.9 %) frente al resultado contabilizado en el mismo período de 2016, al pasar de USD – 412.1 millones a USD – 432.4 millones. (contenido.bce.fin.ec)

BALANZA COMERCIAL (*)

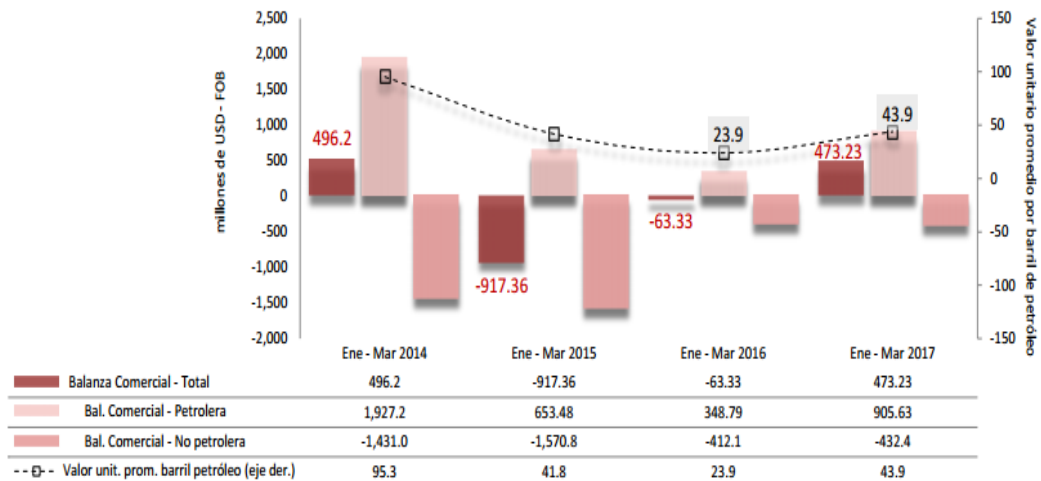


Figura N° 2 Balanza Comercial

Fuente: Banco Central

Elaborado: Subgerencia de Programación y Regulación Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica

Análisis

En esta tabla muestra que existe un porcentaje bajo a las importaciones; por lo tanto disminuye importaciones de cascadas artificiales, logrando el producto pueda introducirse al mercado con mayor facilidad al disminuir la competencia.

2.1.1.07 Riesgo País

Está asociado a la probabilidad De incumplimiento en el pago de la deuda externa de un país expresado en un índice Riesgo - País. Este índice representa en un momento determinado el nivel de riesgo de inversión en un país emergente.

(Guzmán, 2006)

Análisis

Las Cascadas de fuente de agua no dependen de importaciones, todo es materia prima local por lo tanto no tiene afectación alguna para el desarrollo de sus actividades.

2.1.1.08 Factor social

La sociedad desde su historia se ha constituido por ser desarrolladores económicos en realizar actividades productivas; han ido innovando su forma de ser y mejorando cada proceso de producción con comportamientos variables dentro de la sociedad que afecta positiva y negativamente en el desarrollo económico del país.

2.1.1.09 Desempleo

Desempleo, desocupación, cesantía o paro, en el mercado de trabajo, hace referencia a la situación del trabajador que carece de empleo y, por tanto, de salario.

Por extensión es la parte de la población que estando en edad, condiciones y disposición de trabajar población activa carece de un puesto de trabajo. (Ecuador F. , 2013)

Tabla N° 5 Desempleo

FECHA	VALOR
2017	5.64 %
2016	6.68 %
2015	5.65 %
2014	4.54 %
2013	4.86 %
2012	5.00 %
2011	5.07 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

Según los estadísticos establecidos por el Banco central nos muestra una pequeña reducción del porcentaje de desempleo en el año actual y que mediante a la creación de la microempresa contribuiremos a disminuir las tasas de desempleo que existe en el país generando nuevas fuentes de trabajo.

2.1.1.10 Población Económicamente Activa (PEA)

La PEA está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados). (INEC, 2017)

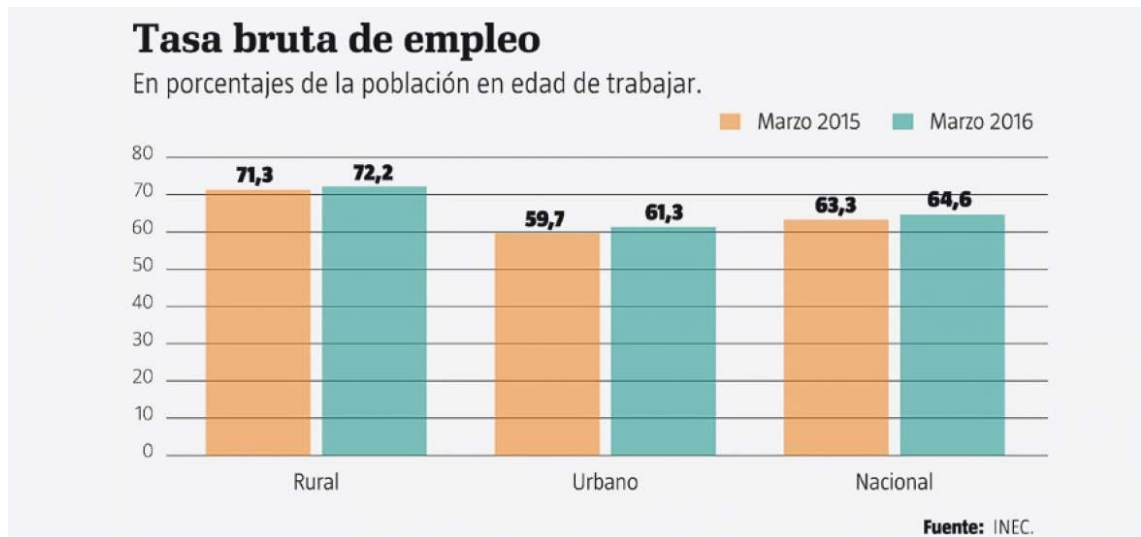


Figura N° 3 Población Económicamente Activa
Fuente: INEC

2.1.1.11 Factor Tecnológico

La aparición de nuevas tecnologías ha incrementado innovación en las empresas permitiendo realizar un trabajo más eficiente y eficaz; al momento de realizar un producto o servicio según la organización. Con estos avances tecnológicos ha permitido mejorar, agilizar las técnicas dentro de cada actividad que se realiza en todos los procesos productivos.

Así mismo como la tecnología es eficaz para el mejoramiento tanto de un producto como del servicio, se tiene que estar en constante innovación para mantenerse en el mercado.

Mediante una implementación o mejora de tecnología a la microempresas será una oportunidad de crecer económicamente reduciendo costos aunque el inicio del emprendimiento sea artesanal se incorporará la tecnología necesaria a medida que los niveles de venta aumenten.

2.2 Entorno local

2.2.1 Clientes

Se trata de determinar quiénes serán los clientes potenciales de la empresa. Pueden ser particulares (consumidores finales) o empresas, Administraciones Públicas o Asociaciones, Fundaciones, etc. Sean del grupo que sean, es importante determinar quiénes son, dónde están, qué necesitan y qué demandan, qué mejoras desearían respecto de los productos que ahora ofrece la competencia y en qué basan sus decisiones de compra. (emprendedorxxi.coop, 2011)

Análisis

Lo importante de realizar un estudio de mercado en Quito Norte es conocer a quien va a estar dirigido nuestro producto que impacto va causar sobre el cliente.

2.2.2 Proveedores

Los proveedores es una parte importante para desarrollo de la empresa ya que son ellos quienes nos entregan la materia prima para la elaboración de nuestro producto, es una base fundamental para el funcionamiento de la microempresa, son los principales autores importantes para el desarrollo productivo.

Los proveedores son una gran parte importante al momento de poner en marcha una microempresa son quienes distribuirán la Materia Prima para la elaboración del producto a realizarse.

Tabla N° 6 Proveedores

Proveedores			
N°	Proveedor	Dirección	Sector
1	Ferretería las Palmas	Nayón	Nayón
2	TacuriBlock	Tacuri	Tacuri

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

2.2.3 Competidores

Para tener éxito, una empresa debe proporcionar a sus clientes mayor valor y satisfacción que los competidores. Por lo tanto debe hacer algo más que simplemente adaptarse a las necesidades de los consumidores meta; también debe obtener ventaja estratégica mediante el posicionamiento vigoroso de su oferta en la mente de los consumidores en comparación con las ofertas de la competencia. (app.ute.edu.ec, 2016)

Tabla N° 7 Competencia

Competencia			
N°	Competencia	Dirección	Sector
	Mi Jardín en Su Casa	Calle Quito y García Moreno	Nayón
	2 Los Geranios	Pichincha y Pablo Calero	Nayón
	3 Vivero Plantas Lindas	Calle Quito y Simón Bolívar	Nayón

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

2.3 Análisis Interno

2.3.1 Propuesta Estratégica

2.3.1.1 Misión

Ser una microempresa dedicada a producción de cascadas para decoración dentro del hogar que busca introducir una parte de la naturaleza al hogar adicionando una parte natural; comprometiéndonos con la comunidad y el entusiasmo de nuestros clientes, brindando un servicio de excelencia a mejores precios que estén al alcance del cliente.

“Apoyar al sector productivo mediante un estudio de factibilidad para el desarrollo de una microempresa dedicada a la producción de cascadas para decoración dentro del hogar en el Sector Nayón del Distrito Metropolitano de Quito 2017”

2.3.1.2 Visión

Ser una microempresa reconocida nacionalmente por el sector productivo; por sus altos niveles de calidad, ideas, diseños innovadoras, productividad siendo como primera opción para los clientes.

2.3.1.3 Objetivos

Son metas que se proponen cumplir la organización mediante actividades planeadas logrando cumplir un objetivo en común.

2.3.1.3.1 Objetivos Generales

Microempresa dedicada a la producción de cascadas a base de cemento, piedras decorativas con plantas naturales, para cubrir el mercado nacional del país.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Ofrecer al cliente un producto de gran variedad y calidad.
- Generar nuevas oportunidades de mejora de calidad de vida de las personas.
- Fomentar mayor conocimiento y crecimiento económicamente de las personas.
- Realizar un estudio de mercado para confirmar que el producto sea viable y realizar un estudio de factibilidad para determinar la viabilidad económica del proyecto.

2.3.1.4 Principios y valores

Los principios son parte de nuestra cultura en la que vivimos, se dan de generación en generación formándolo día a día con conocimientos y experiencias adquiridas.

Los principios que estarán puesta en marcha en la microempresa son:

- Cuidado al Medio Ambiente
- Compromiso

2.3.1.4.01 Valores

Son todas las normas de conducta sociales, cívicas y reglas de comportamiento. Ciertamente estas normas son inanimadas, son humanos, inmateriales, pero que también pueden ser artificiales. (Tiemoh<https://es.scribd.com/>)

Análisis

Los valores son importantes para la imagen de la microempresa; al momento que la empresa quiera tomar una decisión para su crecimiento.

2.3.1.4.01.01 Responsabilidad

Cumplir con el trabajo encomendado y obligaciones que la empresa lo disponga en el momento.

2.3.1.4.01.02 Respeto

Evitar la discriminación de todo tipo sea por raza, cultura, respetando opiniones siempre y cuando sean favorables para la microempresa.

2.3.1.4.01.03 Honestidad

Ser sinceros en cualquier actividad que pueda perjudicar a la empresa, cuidando los bienes dentro del lugar de trabajo.

2.3.1.4.01.04 Puntualidad:

Ser puntual a la hora de entrada, almuerzo no desperdiciar el tiempo realizando otras actividades que no estén acorde a las actividades que realiza.

2.3.2 Gestión Administrativo

Es una capacidad para poder desarrollar una planificación estratégica de los recursos disponibles con que cuenta la empresa sea factor humano o recursos materiales y así lograr cumplir el objetivo propuesto en la microempresa.

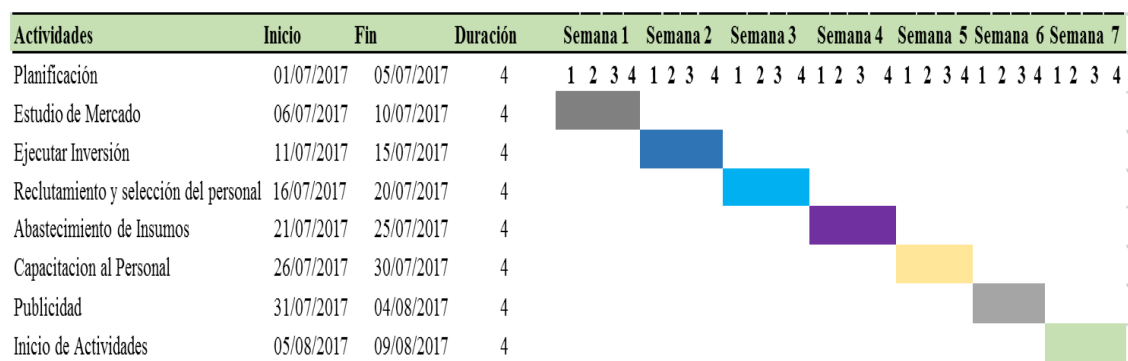


Figura N° 4 Diagrama de Gantt

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

2.3.2.1 Organización

Es el arreglo de las funciones que se estiman necesarias para lograr un objetivo, y una indicación de la autoridad y la responsabilidad asignada a las personas que tienen a su cargo la ejecución de las funciones respectivas. (TERRY, 2010)

Análisis

La organización es un proceso donde podemos asignar actividades y funciones a las personas que van a estar sujetas a un cargo en específico.

2.3.2.2 Organigrama estructural

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran. (dspace.ups.edu.ec)

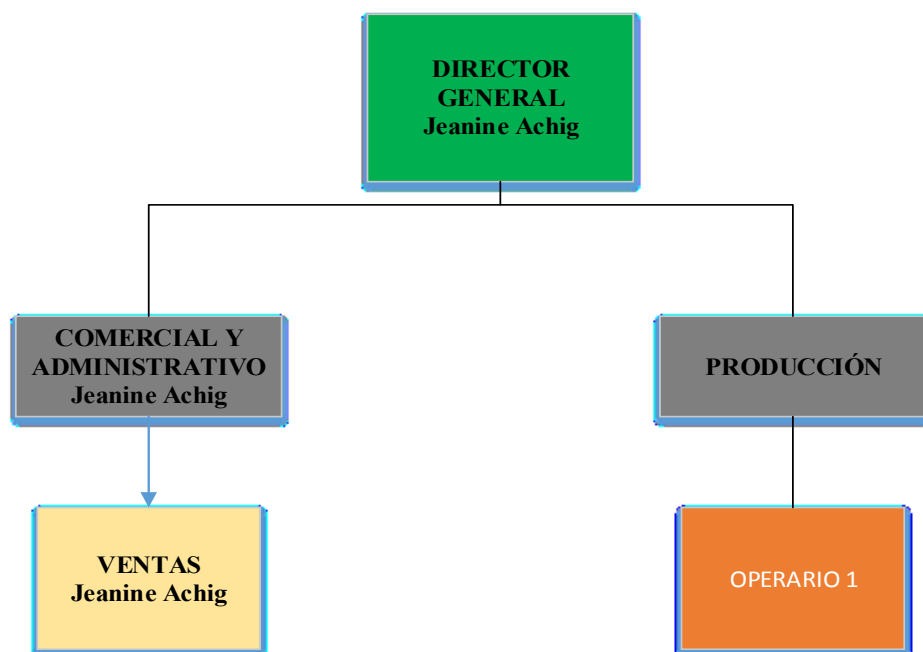


Figura N° 5 Organigrama

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

2.3.2.2.1 Manual de Funciones

Documento que establece requisitos para el cargo, responsabilidades y funciones del personal de la microempresa.

Tabla N° 8 Requisitos y Perfil del Administrador

REQUISITO Y PERFIL DE CARGO	
Nombre del cargo	Administrador
Salario	\$ 400
Numero de cargo	1
Reporta a	---
Requisitos Mínimos	
Requisito de formación	Tecnología
Requisito de experiencia	6 meses
Objetivo Principal	
Conocer y guiar a la microempresa mediante la utilización de estrategias para el cumplimiento de sus objetivos. Registrar y elaborar informes de los estados financieros de la microempresa de las ganancias, pérdidas. Supervisar y vigilar el proceso de producción día a día cumplimiento especificaciones requeridas que satisfagan tanto a la empresas y especialmente al cliente	
Funciones esenciales	
Coordina a los miembros de la microempresa. Incentiva a los trabajadores moralmente para un buen desempeño en la productividad. Capta selecciona, capacitar al personal. Llevar todos los registros contables de las actividades que realiza la empresa como: Registrar facturas recibidas de los proveedores. Pagos entre otros.	

Fuente Propia

Elaborado Por : Jeanine Achig

Tabla N° 9 Requisitos y Perfil de Ventas

REQUISITO Y PERFIL DE CARGO	
Nombre del cargo	Ventas
Dependencia	Área de Producción
Numero de cargo	1
Reporta a	Administrador
Requisitos Mínimos	
Requisito de formación	Bachiller
Requisito de experiencia	6 meses de Experiencia en Ventas
Objetivo Principal	
Atender clientes manteniendo buena comunicación y así extender los niveles de venta para con el producto.	
Funciones esenciales	
Asegurarse que los clientes estén satisfechos con el producto adquirido	
Informar sobre promociones o descuentos que se realizan	

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Tabla N° 10 Requisitos y Perfil del Operario

REQUISITO Y PERFIL DE CARGO	
Nombre del cargo	Operario
Salario	\$ 375,00
Dependencia	Área de Producción
Numero de cargo	1
Reporta a	Administrador
Requisitos Mínimos	
Requisito de formación	Conocimiento en construcción
Requisito de experiencia	1 año en construcción
Objetivo Principal	
Recibe y ejecuta órdenes para la fabricación del producto a tiempo y de calidad que satisfaga al cliente	
Funciones esenciales	
Recepción de Materia Prima.	
Recibir e inventariar los materiales y elementos que ingresen al almacén.	
Construcción de las cascadas realizando todo el procedimiento con calidad.	
Manejar adecuadamente la maquinaria a su cargo.	
Entregar oportunamente la producción solicitada.	
Informar oportunamente sobre errores que se presenten al jefe inmediato.	
Realiza la limpieza del lugar de trabajo.	

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

2.3.2.3 Dirección

Democrático

Democrático viene de las palabras demos (pueblo) y kratos (autoridad o gobierno). Los trabajadores forman parte de las decisiones de la empresa, y por tanto se integran mucho mejor en ella y experimentan una mayor motivación. Las decisiones son compartidas entre los altos mandos y los trabajadores sin que la palabra de unos valga más que la de otros. (gestion.org)

Análisis

Los trabajadores que forman parte de la microempresa tendrán derecho expresar sus ideas de algún proceso que se tenga que corregir logrando eliminar errores que se presentan en el proceso del área que corresponda; tendrá plena libertad en su área de trabajo sin descuidar sus actividades diarias cumpliendo su trabajo al máxima para beneficio tanto para la organización como para su integridad laboral.

Sus horarios de entrada de 8:00am a 5h00 pm tendrán 30 minutos de hora de almuerzo.

2.3.02.04 Control

El control es el proceso de verificar el desempeño de distintas áreas o funciones de una organización. Usualmente implica una comparación entre un rendimiento esperado y un rendimiento observado, para verificar si se están cumpliendo los objetivos de forma eficiente y eficaz y tomar acciones correctivas cuando sea necesario. (zonaeconomica.com, 2010).

Análisis

Es analizar el cumplimiento tanto de las actividades como del desempeño del personal logrando calcular la eficiencia y eficacia que cumple el operario cada actividad del proceso productivo; así poder detectar y corregir cualquier error que pueda presentarse.

2.3.3 Gestión Operativa

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



Figura N° 6 Cadena de Valor

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

2.3.3.1 Logística de Interna

Es donde ingresa Materia prima a bodega para luego almacenarlos y empezar con el proceso productivo utilizando insumos necesarios para la producción...

2.3.3.2 Operaciones

Representa costos debido a que para generar la producción necesitamos materia prima a utilizarse.

2.3.3.3 Logística Externa

Almacenamos el producto terminado y comenzamos a distribuir mediante pedidos realizados o directamente ponerlos en venta para nuestro cliente directo.

2.3.3.4 Marketing y ventas

Es donde muestra una facilidad para comercializar nuestro producto mediante redes publicitarias al momento de ofrecer nuestro producto.

2.3.3.5 Servicio

Un buen servicio caracteriza a la microempresa que ofrece productos de calidad ofreciendo un buen trato al momento de venderlo.

Procesos de Apoyo

2.3.3.6 Infraestructura

Es la que siempre estar pendiente en el cumplimiento las actividades en cada área logrando así cumplir los objetivos.

2.3.3.7 Abastecimiento

Se refiere a compras de Materia prima y demás insumos que se utilizara en el proceso productivo en este proceso también ingresan los proveedores ya que ellos nuestro apoyo principal para lograr la producción del producto.

2.3.4 Gestión Comercial

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

2.3.4.1 Producto

Las cascadas realizadas para decoración dentro del hogar son atractivas y son realizadas a base de cemento y arena; decoradas con piedra pómez, mármol, vasijas y un motor para poder poner en circulación el agua ; colocando un toque final decorativo como el bonsái planta natural.

Se lo realizara mediante lo siguiente:

- Adquirir materia prima de buena calidad y a un bajo costo
- Adquirir la materia prima en distribuidoras y así disminuir costos.
- Mejorar el diseño de nuestras cascadas agregándole un adicional al producto.
- Lanzar nuevos diseños de productos.
- Incluir nuevos diseños con variedades de bonsái.
-

2.3.4.2 Precio

- Trabajar con un margen de rentabilidad donde represente ganancia manteniendo un precio accesible para los clientes.
- Lanzar al mercado el producto con un precio que acoja al cliente.
- El producto esté al alcance del consumidor.
- Posicionarnos al mercado siendo una microempresa innovadora.
- Mantener el precio y calidad del producto.

2.3.4.3 Plaza



Figura N° 7
Fuente: Google Maps

- La ubicación del local estará ubicada estratégicamente en Quito parroquia Nayón calle Quito y Pichincha.
- Establecer varios puntos de venta dentro de la ciudad de Quito por varios sectores.
- Tener convenios con centros comerciales y así distribuir según el tiempo nuestro producto.

2.3.4.4 Promoción

- Participar en ferias, eventos comerciales.
- Los diseños en fechas especiales tendrán un descuento del 5%.
- Poner anuncios de publicidad internet redes sociales.
- Por la compra de una cascada se lleva la segunda con el 10% de descuento en fechas especiales.

- Anualmente se realizarán sorteos del producto para los clientes más frecuentes.

Logo



Figura N° 8 Slogan

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Slogan

Siéntete en el Paraíso
Observando una parte
de la Naturaleza Cerca de ti

Tarjeta de Presentación



Figura N° 9 *Tarjeta de Presentación*

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Hoja Membretada



Figura N° 10 *Hoja Membretada*

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Capítulo III

3. Estudio de Mercado

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

Análisis

Recopilación de información sobre la cantidad de personas existentes en nuestro mercado la que nos ayudara a descifrar si nuestro proyecto es viable comercialmente, teniendo en cuenta la cantidad de consumidores demanden nuestro producto.

3.1 Análisis del Consumidor

El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo. (crecenegocios.com, 2013)

Análisis

Se refiere al estudio del consumidor en la cual depende de los gustos, preferencias entre otros para la aceptación del producto; con el fin de satisfacer las necesidades al consumidor, mediante una visión amplia entorno del cliente en el cual vamos a enfocarnos.

3.2 Determinación de la Población y Muestra

Identificar un grupo de individuos ubicados en espacio poblacional y cuanto es la muestra con el fin de determinar con que parte de la población se trabajara para la factibilidad del proyecto enfocándose.

3.2.1 Población

Es el conjunto de individuos que tiene ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita y cuando no se conoce su número, se habla de población infinita.

Esta diferenciación es importante cuando se estudia una parte y no toda la población, pues la fórmula para calcular el número de individuos de la muestra con la que se trabajará variara en función de estos dos tipos de población. (Fuentelsaz, 2006)

Análisis

Grupo de individuos que se encuentran en un lugar en específico al momento de realizar una investigación de mercado para comprobar su factibilidad.

3.2.2 Muestra

Es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra ha de ser representativa de la población. (Fuentelsaz, 2006)

Análisis

Es una pequeña parte de la población con que realizaremos la muestra para la factibilidad del producto a comercializarse.

El tamaño de la muestra que se utilizara será de una población infinita.

Tabla N° 11 *Población del Distrito Metropolitano de Quito*

Población				
Lugar	Superficie T. de Habitantes	Hombres	Mujeres	Total
Distrito Metropolitano de Quito	423.050,50	1.088.811	1.150.380	2.239.191

Fuente: INEC

Elaborado por: Jeanine Achig

Tabla N° 12 Sector Eugenio Espejo de la Población del Distrito Metropolitano de Quito

Sector	Hombres	Mujeres	Total
Eugeni Espejo	184487	204241	388708

Fuente INEC
Elaborado por: Jeanine Achig

Tabla N° 13 Población e indicadores de la administración zonal Eugenio Espejo Según Parroquias

Belisario Mariscal							Isidro			Total
Quevedo	Sucre	Inaquito	Rumipamba	Cochapamba	Concepción	Kennedy	del Inca	Nayón	Zambiza	
47752	12976	42397	28918	57910	32369	69484	41875	15635	4017	388708

Fuente INEC
Elaborado por: Jeanine Achig

Tabla N° 14 Sector Iñaquito

Sector	Hombres	Mujeres	Total
Iñaquito	19522	22875	42397

Fuente: INEC
Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis

El sector a la cual estará enfoca el proyecto será Iñaquito debido a que existe una gran población con departamentos que les gustan de los artículos de decoración como las cascadas adicionado algo natural en sus hogares.

3.2.3 Determinación de la muestra

$$\text{Familias} = \frac{\text{Habitantes}}{\text{Promedio de Personas}}$$

$$\text{Familias} = \frac{42397}{4}$$

$$\text{Familias} = 10.599,25$$

Fórmula

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

Dónde:

N=Universo o Población

n= Tamaño de Muestra

z= Nivel de Confianza

P= Probabilidad de Éxito

Q= Probabilidad de Fracaso

E= Error Muestral

$$z= 95\% 1,96$$

$$P= 50\% 0,5$$

$$Q= 50\% 0,5$$

$$E= 5\% 0,05$$

$$n = \frac{10599 * 0,50 * 0,50 * (1,96)^2}{(10599 - 1)(0,05)^2 + (0,5) * (0,5) * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{10179,28}{27,46}$$

$$n = 370,69$$

Luego de haber aplicado la formula con nivel de confianza del 95 % se obtuvo un resultado para aplicar 371 encuestas enfocados al sector Iñaquito.

3.1.2 Técnicas de obtención de Información

Define a las fuentes y técnicas para recolección de la información como los hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten tener información. También señala que las técnicas son los medios empleados para recolectar información, Además manifiesta que existen: fuentes primarias y fuentes secundarias. (Sabino, 1995)

Las fuentes primarias es la información oral o escrita que es recopilada directamente por el investigador a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento, mientras que las fuentes secundarias es la información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento. (Sabino, 1995)

Análisis

Permite obtener información de manera rápida y eficaz mediante diferentes instrumentos que facilitara la investigación de un proyecto mediante el cual determinaremos la viabilidad del mismo.

3.1.2.1 Encuesta

Es la técnica de recolección de información más utilizada al momento de evaluar la factibilidad de lanzar un nuevo producto al mercado, conocer los gustos y preferencias de los consumidores, medir la satisfacción de los clientes, o realizar cualquier otro tipo de investigación. (CreceNegocios, 2015)

Análisis

Es un método mediante el cual se obtendrá información sobre el proyecto planteado con el propósito de cumplir nuestro objetivo deseado conocimiento las preferencias del cliente con el producto.

3.1.3 Análisis de Información

Es la decodificación de datos contenidos en un documento, es ejecutado por un especialista en relación con las operaciones del procesamiento de la información para facilitar la recuperación y acceso a la misma. (Perea, 2016)

Análisis

Mediante el análisis de la Información se puede obtener datos de un procedimiento realizado, esto se lo puede realizar analizando datos en forma sencilla, entendible y fácil de comprender; logrando llegar a una decisión verídica en los datos obtenidas para el proceso o procedimiento que se va a realizar.

En base a estos datos se plantea la siguiente Encuesta:

Encuesta

El objetivo principal de este estudio de mercado es determinar la viabilidad de la producción de cascadas de fuente de agua, como decoración dentro del hogar.

Este producto es elaborado con plantas naturales y no artificiales.

Instrucciones

Lea detenidamente las preguntas y marque con una (x) la respuesta que este a su criterio conteste todas las preguntas.

Género: Masculino ☐ Femenino ☐

Edad: a) 18 – 28 ☐ b) 29- 39) ☐ c) 40 en adelante ☐

1.- ¿Conoces las cascadas de fuente de agua?

SI ☐ NO ☐

2.- ¿Te gusta utilizar elementos naturales para decoración dentro del hogar?

SI ☐ NO ☐

3.- ¿Con que frecuencia adquiere productos para decoración en el hogar?

Quincenal ☐ Mensual ☐ Semestral ☐ Anual ☐

4.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por las cascadas de fuente agua y planta naturales (Bonsái) tamaño 40 * 40 cm?

a) De 30 \$ a 40\$ ☐ b) De 40\$ a 50\$ ☐ c) De 50\$ a 60 \$ ☐

5.- Conoce una empresa o negocio que le ofrezca productos similares a los mencionado en esta encuesta?

SI ☐ NO ☐

6.- Decorarías tu casa con cascadas de Fuente de agua con plantas naturales (Bonsái)?

SI ☐ NO ☐

7.-¿En qué lugar te gustaría adquirir la cascada de Fuente de Agua?

a) Compra directa (negocio) ☐ b) Plazas o Centros comerciales ☐
c) Supermercados ☐

8.- ¿Cuál es la característica más importante al momento de comprar un producto de decoración?

a) Calidad ☐ b) Precio ☐ c) Estilo ☐

9.-Para que parte de su hogar compra objetos decorativos

Sala ☐ Cocina ☐ Cuarto ☐ Baño ☐

10.- A través de que medio le gustaría recibir información acerca del producto?

Redes sociales Trípticos Otros

11.- Está de acuerdo con adquirir cascadas con plantas naturales (Bonsái)?

SI NO

3.05 Resultado de las Encuestas

1.- ¿Conoces las cascadas de fuente de agua?

Tabla N° 15 Pregunta 1

1.- ¿Conoces las cascadas de fuente de agua?			
Concepto	Frecuencia	%	
SI	215	58	
NO	156	42	
Total	371	100	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jeanine Achig

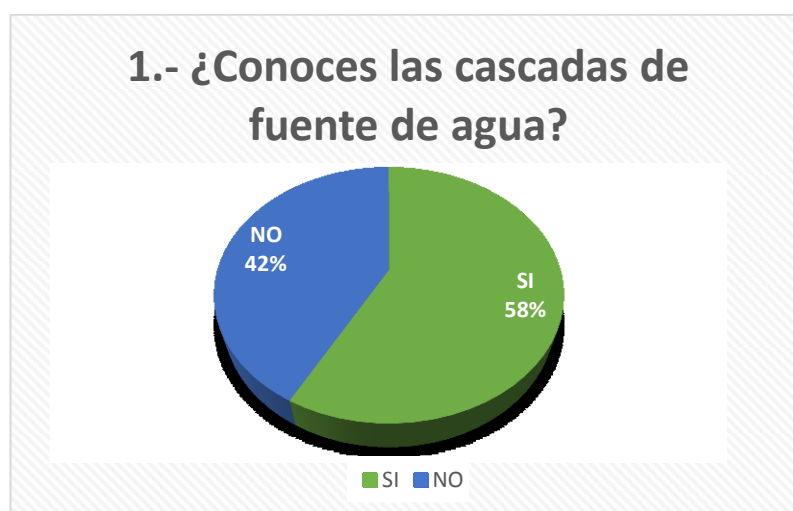


Figura N° 11 Pregunta 1

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis:

Se determina que de las 371 personas encuestadas un 58% conocen las cascadas de fuente de agua y un 42% desconocían que existe este producto de decoración; por medio de esta tabulación se aprovechara al máximo introducirse al mercado debido a que la mitad del porcentaje desconoce la producción de este producto.

2.- ¿Te gusta utilizar elementos naturales para decoración dentro del hogar?

Tabla N° 16 Pregunta 2

2.- ¿Te gusta utilizar elementos naturales para decoración dentro del hogar?		
Concepto	Frecuencia	%
SI	213	56
NO	170	44
Total	383	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jeanine Achig

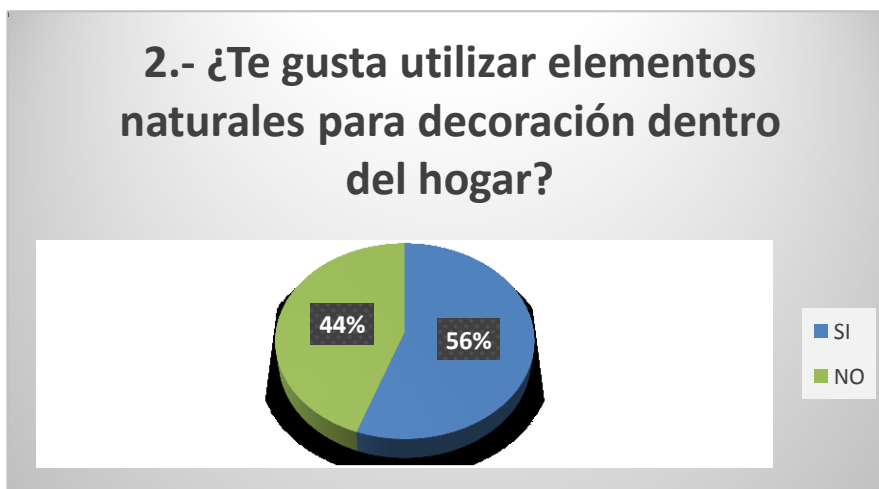


Figura N° 12 Pregunta 2

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis

Mediante a encuesta se ha determinado que la gran mayoría de personas gustan de elementos naturales para la decoración dentro de su hogar con una aceptación del 56% y un 44% su respuesta fue no por la falta de espacio en su hogar, pero al momento de la explicación de que esta cascada ocupara un pequeño espacio logrando que los futuros clientes piensen en adquirir el producto.

3.- ¿Con que frecuencia adquiere productos para decoración en el hogar?

Tabla N° 17 Pregunta 3

3.- ¿Con que frecuencia adquiere productos para decoración en el hogar?		
Concepto	Frecuencia	%
Quincenal	18	5
Mensual	75	20
Semestral	127	34
Anual	151	41
Total	371	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jeanine Achig

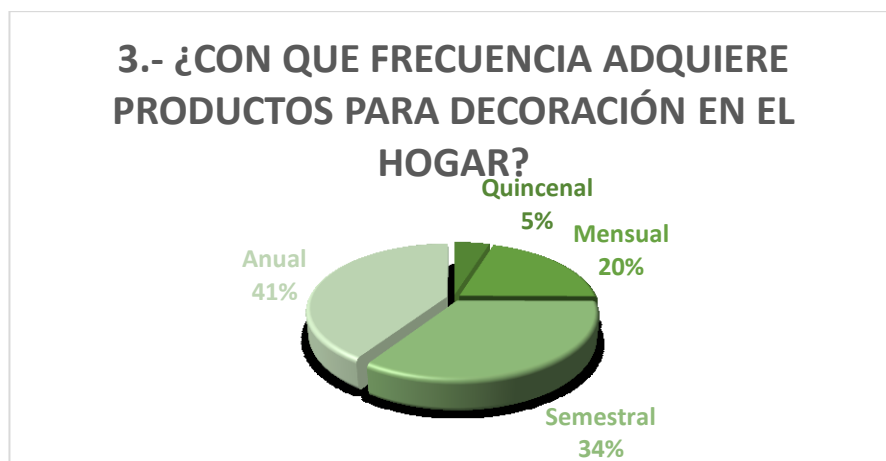


Figura N° 13 Pregunta 3

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis:

Se ha determinado mediante la encuesta que las personas adquieren productos de decoración quincenalmente 5%, mensual 20% semestral un 34% y anual con un 41 % demostrando que muchas personas gustan ver decoraciones diferentes en su hogar.

4.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por las cascadas de fuente agua y planta naturales (Bonsái) Tamaño de 40 * 40 cm?

Tabla N° 18 Pregunta 4

4.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por las cascadas de fuente agua y planta naturales de 40 * 40 cm?		
Concepto	Frecuencia	%
a) 30\$ a 40\$	316	84
b) 50\$ a 60\$	30	8
c) 60\$ a 70\$	25	7
Total	371	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jeanine Achig

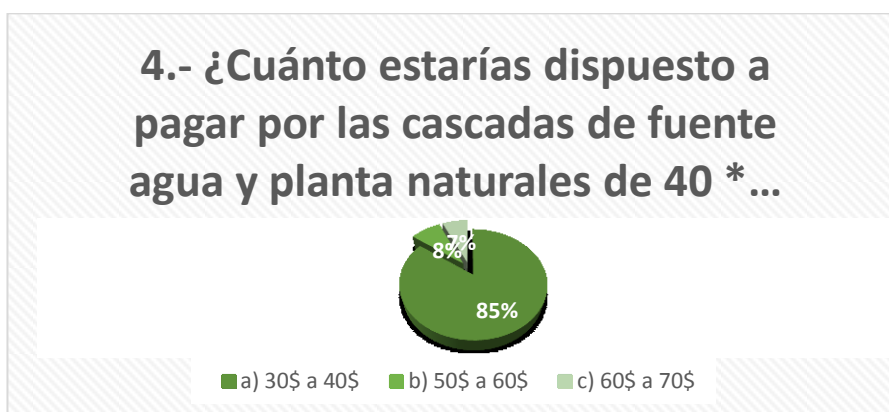


Figura N° 14 Pregunta 4

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis:

Mediante esta pregunta se ha determinado que de las 383 personas encuestadas estarán dispuestos a pagar la opción A con un 85%; opción B 8%; y la opción C con un 7% logrando así poder establecer un precio acorde a los futuros clientes del producto que será implementado en el mercado.

5.- Conoce una empresa o negocio que le ofrezca productos similares a los mencionados en esta encuesta?

Tabla N° 19 Pregunta 5

5.- ¿Conoce una empresa o negocio que le ofrezca productos similares a los mencionados en esta encuesta?		
Concepto	Frecuencia	%
SI	142	38
NO	229	62
Total	371	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jeanine Achig

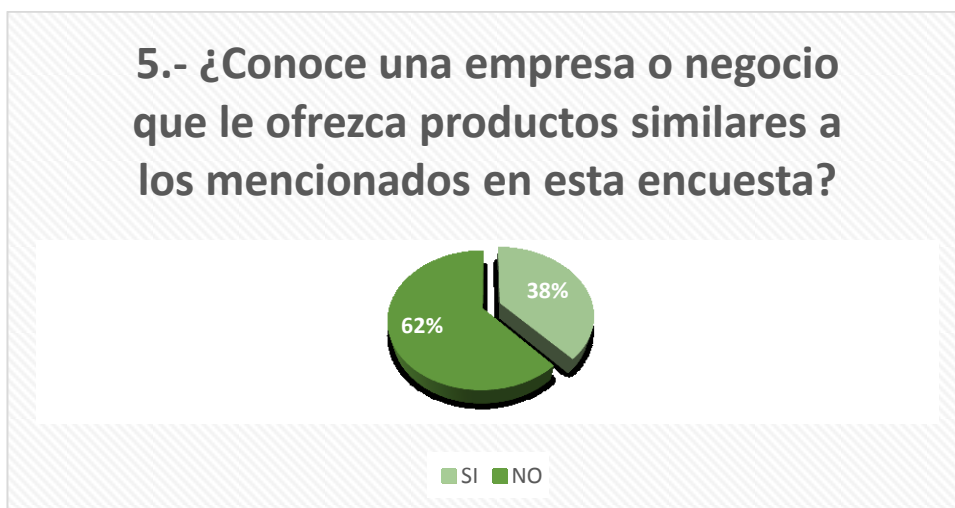


Figura N° 15 Pregunta 5

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis:

Se ha determinado que existe un 62% que no tienen conocimiento de que existen empresas o microempresas dedicadas a la elaboración de cascadas con plantas naturales y un 38% que conocen de quien los provee.

6.-Decorarías tu casa con cascadas de fuente de agua elaboradas con plantas naturales (Bonsái)?

Tabla N° 20 Pregunta 6

6.- ¿Decorarías tu casa con cascadas de fuente de agua elaboradas con plantas naturales (Bonsái)??		
Concepto	Frecuencia	%
SI	258	70
NO	113	30
Total	371	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jeanine Achig



Figura N° 16 Pregunta 6

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis

Mediante a encuesta se ha determinado que la gran mayoría de personas decorarían su hogar con las cascadas y plantas naturales dentro de su hogar con una aceptación del 70% demostrando que el proyecto tiene mucho futuro para su crecimiento micro empresarial debido a que la mayoría de la población prefiere un producto natural dentro de su hogar.

7- ¿En qué lugar te gustaría adquirir la cascada de fuente de agua?

Tabla N° 21 Pregunta 7

7.- ¿En qué lugar te gustaría adquirir la cascada de fuente de agua?		
Concepto	Frecuencia	%
a) Compra directa (local /negocio)	193	52
b) Plazas o Centros comerciales	98	26
c) Supermercados	80	22
Total	371	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jeanine Achig

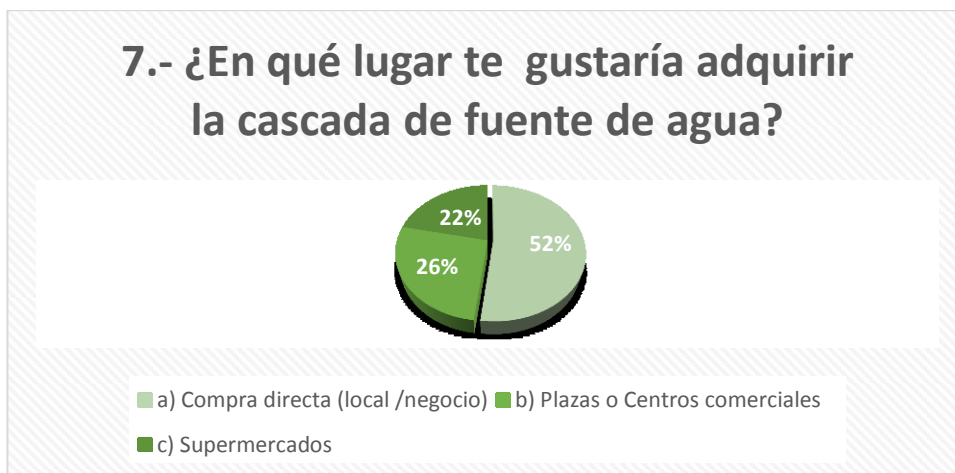


Figura N° 17 Pregunta 7

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis

Se ha determinado que las personas optarían comprar el producto directamente en el local con un 52%, seguido de plazas o centros comerciales con un 26% y por último en supermercados con un 22%.

8.- ¿Cuál es la característica más importante al momento de comprar un producto de decoración?

Tabla N° 22 Pregunta 8

8.- ¿Cuál es la característica más importante al momento de comprar un producto de decoración?		
Concepto	Frecuencia	%
Diseño	141	38
Precio	118	32
Calidad	112	30
Total	371	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jeanine Achig

8.- ¿Cuál es la característica más importante al momento de comprar un producto de decoración?

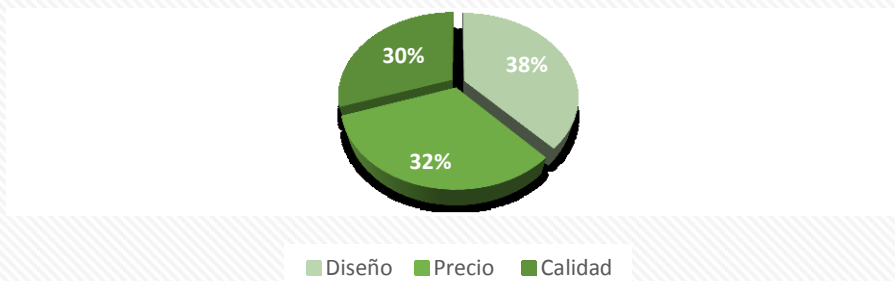


Figura N° 18 Pregunta 8

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis:

Mediante esta encuesta se ha determinado que muchas personas al momento de comprar se fijan con un 38% en el Diseño del producto, con un 32% en su Precio y un 30% en la Calidad; estos datos muestra q el comprador se fija en los tres ítems anteriormente mencionados.

9.-Para que parte de su hogar compra objetos decorativos?

Tabla N° 23 Pregunta 9

9.- ¿Para qué parte de su hogar compra objetos decorativos?		
Concepto	Frecuencia	%
Sala	241	65
Cocina	78	21
Cuarto	33	9
Baño	19	5
Total	371	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jeanine Achig

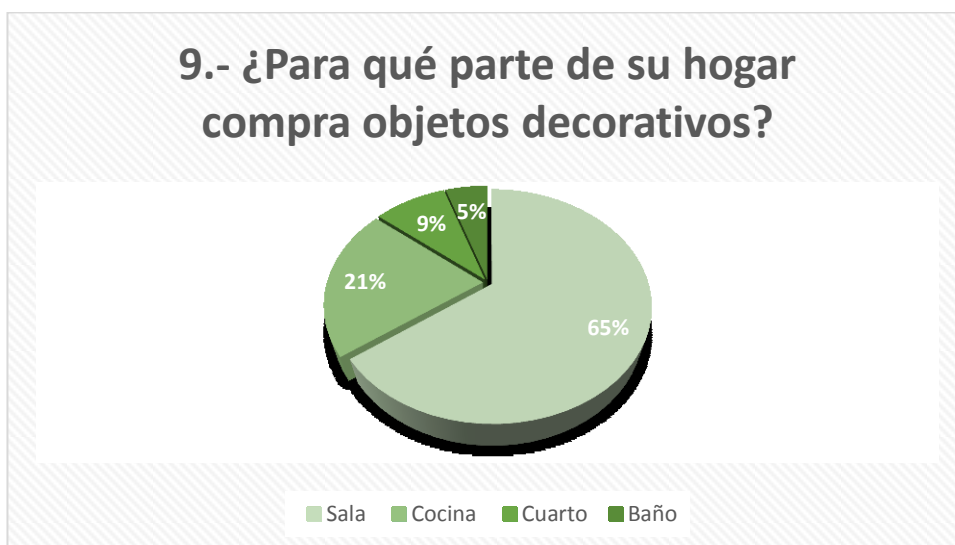


Figura N° 19 Pregunta 9

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis:

Con estos datos se ha determinado que muchas personas usan objetos decorativos para su sala con un 65% s, para su cocina 21%, cuarto 9% y el baño con un 5%.

10.- A través de que medio le gustaría recibir información acerca del producto?

Tabla N° 24 Pregunta 10

10.- A través de que medio le gustaría recibir información acerca del producto?		
Concepto	Frecuencia	%
Redes Sociales	111	30
Trípticos	139	37
E-mail	76	21
Otros	45	12
Total	371	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jeanine Achig

10.- A través de que medio le gustaría recibir información acerca del producto?

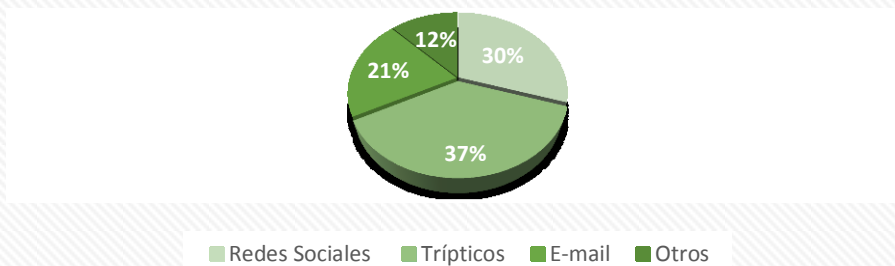


Figura N° 20 Pregunta 10

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis:

Según los datos obtenidos se determina que a muchas personas les gustaría recibir información por diferentes medios; redes sociales 30%, trípticos 37%, e- mail 21% y otros medios 12%.

11.- Está de acuerdo con adquirir cascadas con plantas naturales (Bonsái)?

Tabla N° 25 Pregunta 11

11.- Está de acuerdo con adquirir cascadas con plantas naturales (Bonsái) ?		
Concepto	Frecuencia	%
SI	290	78
NO	81	22
Total	371	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jeanine Achig

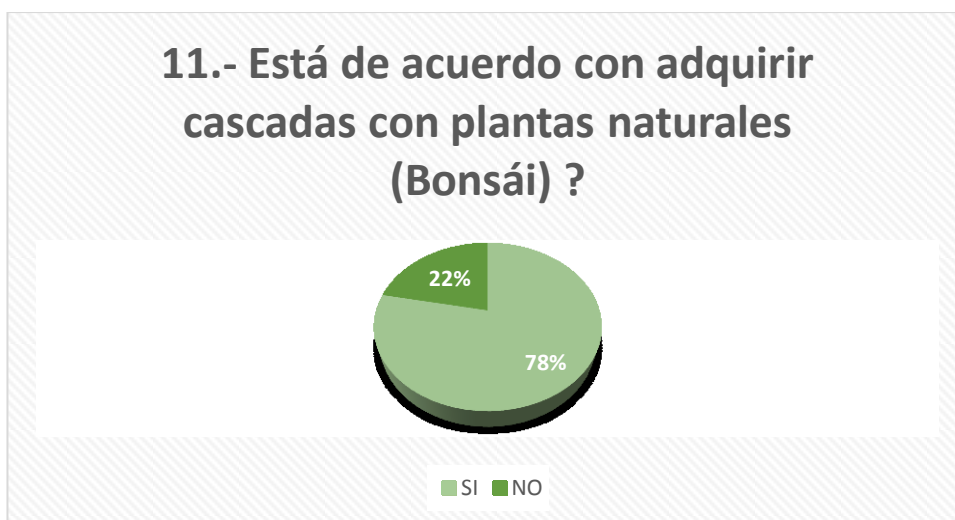


Figura N° 21 Pregunta 11

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis:

Se ha determinado que a las 371 personas encuestadas aceptan que se implemente una, microempresa dedicada a la elaboración de cascadas para decoración dentro del hogar con un 78% de aceptación para introducirse al mercado nacional.

Preguntas para determinar la Demanda y Oferta

Con los siguientes datos de la Encuesta se determine la demanda y oferta Actual.

Tabla N° 26 *Determinación Oferta y Demanda*

#	Concepto	Población	Aceptación %		Personas
Pregunta 2	Aceptación de Consumo	97182	56%	54421,92	
Pregunta 3	Frecuencia	54421,92	39%	Tiempo 12	254694,5856
Pregunta 4	Precio	254694,59		Precio \$ 32,50	\$ 8.277.574,03
Pregunta 11	Aceptación del Producto	8277574	78%	\$	Demanda Actual
Pregunta 5	Marca o Preferencia	6456507,7	36%	\$	Oferta Actual
				2.324.342,79	

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

3.2 Oferta

Es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancía que se ofrece a la venta de un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado en función de varios niveles de precios, en un periodo dado. (José, 2003)

3.2.1 Oferta Actual

De acuerdo a la investigación de mercado realizado, se encontró un 38% de personas que conocen negocios dedicados a la elaboración de cascadas de fuentes de agua con plantas artificiales, mas no con plantas naturales, en base a este porcentaje se calcula la oferta actual; de acuerdo a este estudio existe una fortaleza y oportunidad para la microempresa, debido a que al 62% de las personas encuestadas no conocen una empresa o proveedor dedicados a esta actividad.

Tabla N° 27 Oferta Actual

Demanda Actual	Marca de preferencia	Oferta Actual
66.435,38	38%	25.245,44

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

3.2.2 Oferta Proyectada

La Oferta proyectada se ha determinado mediante la oferta actual; según las encuestas realizadas demuestra un crecimiento para el futuro.

Tabla N° 28 Oferta Proyectada

Oferta Proyectada			
Año	Demanda Proyectada	Competencia 38%	Oferta Futura
2017	66.435,38	0,38	25.252,28
2018	67345,54	0,38	25591,3
2019	68.268,17	0,38	25941,90
2020	69.203,44	0,38	26297,30
2021	70.151,53	0,38	26657,58
2022	71112,61	0,38	27022,79

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

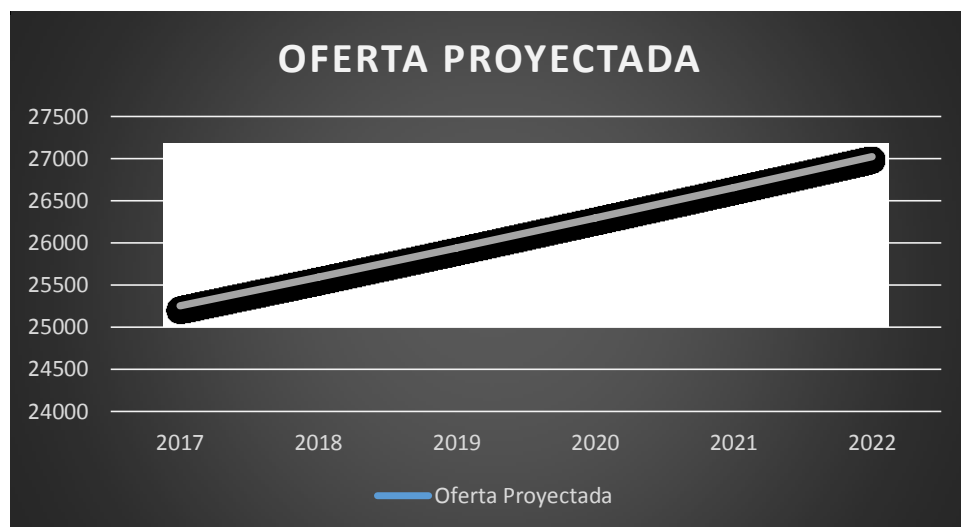


Figura N° 22 Oferta Proyectada

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

3.4 Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción d una necesidad específica a un precio determinado. (Urbina, 1987)

3.4.1 Demanda Actual

Tabla N° 29 Demanda Actual

Población Familia	10599,25		
Aceptación de consumo	56%	5935,58	
Frecuencia	41%	2433,59	
Anual	1	2433,59	
Precio	\$ 35,00	\$ 85.175,57	
Aceptación del producto	78%	\$ 66.436,95	Demanda Actual

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

3.4.2 Demanda Proyectada

Es el comportamiento de la demanda que al pasar los años puede variar la viabilidad del proyecto según su tiempo; en base a esta demanda proyectada podemos tomar decisiones sobre la inversión que se esté a realizar.

Tabla N° 30 Demanda Proyectada

Demanda Proyectada			
Año	Demanda Actual	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2017	66.435,38	1	66.435,38
2018	66.435,38	0,0137	67.345,54
2019	67345,54	0,0137	68.268,17
2020	68.268,17	0,0137	69.203,44
2021	69.203,44	0,0137	70.151,53
2022	70.151,53	0,0137	71.112,61

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

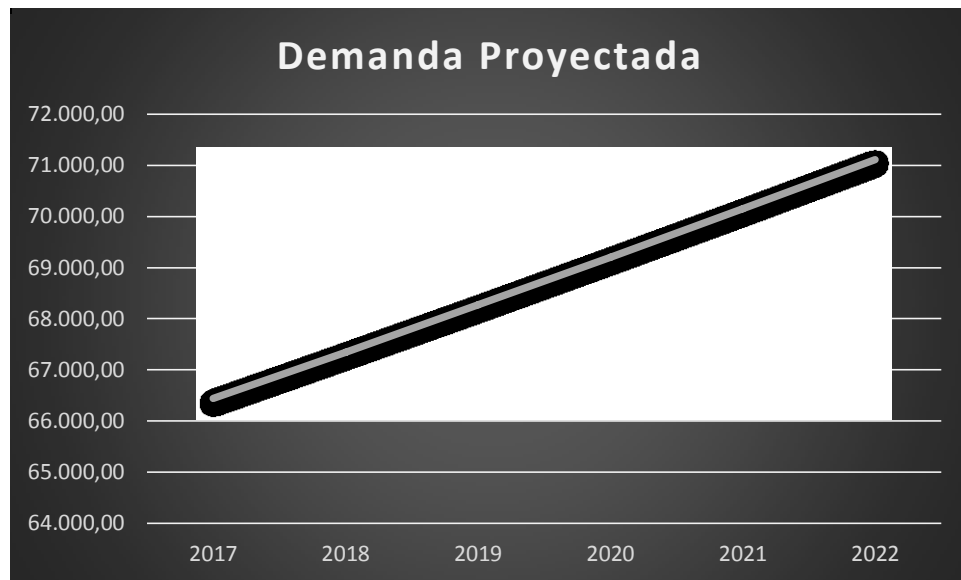


Figura N° 23 *Demanda Proyectada*

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis

Esta demanda proyectada muestra el crecimiento de la población quienes compraran el producto mencionado, que al pasar los años tendrá un volumen de crecimiento; permitiendo dar gran valor a este proyecto y un futuro de crecimiento micro empresarial.

3.5 Balance Oferta – Demanda

Para determinar el Balance de la Oferta y la Demanda tomamos datos actuales que analizo en los cuadros anteriores.

3.5.1 Balance Actual

Tabla N° 31 *Balance Actual*

Balance Actual			
Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2017	66.435,38	25245,44	41189,94

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

3.04.02 Balance Proyectado

3.5.2 Demanda Insatisfecha

Es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada. (Valencia, 2011)

Tabla N° 32 *Demanda Insatisfecha*

Balance Proyectada			
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2017	66.435,38	25.252,28	41.189,94
2018	67345,54	25.591,30	41.754,24
2019	68268,17	25941,90	42326,27
2020	69203,45	26297,30	42906,15
2021	70151,54	26657,58	43493,96
2022	71112,62	27022,79	44089,83

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Capítulo IV

4.0 Estudio Técnico

Pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico – operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. (Urbina, 1987)

Análisis

Mediante el estudio Técnico se va a analizar aspectos importantes en la microempresa, se determinará la cantidad a producirse de qué manera se realizará el proceso; este capítulo indicará ponderaciones de la localización de la microempresa muy importante para producir y comercializar el producto.

4.1 Tamaño del Proyecto

Es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (Urbina, 1987)

4.1.1. Capacidad Instalada

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

Tabla N° 33 *Capacidad Instalada*

ÁREA	MEDIDA	TOTAL
Área Recepción de Materia Prima	6.80 m x 5 m	34,00m ²
Área de Producción	5.70 m x 7.10 m	40,50m ²
Bodega de Producto Terminado (Almacenamiento)	2.80 m x 4.50 m	12,60m ²
Área Administrativa	2 m x 5 m	10,00m ²
Área de Ventas	5 m x 7.60 m	38,00m ²
Parqueadero (Proveedor , Cliente)	4.50 m x 9.60 m	43.20,00m ²
Baños	2 m x 2m	4,00m ²

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis

Este tiempo se aprovechará al máximo para poder maximizar la producción, al ser un proceso manual nuestro volumen de producción también depende del área disponible para la realización del proceso, el área de trabajo en la cual desarrollaran sus actividades será un espacio donde solo se encontraran los equipos de trabajo.

4.1.2 Capacidad Óptima

Tabla N° 34 *Capacidad Óptima*

Personas	1
Tiempo de producción	61 min
Unidades Obtenidas	1 unid
Tiempo Programado	427 min
Capacidad del diseño diario	7 unid
Producción Diaria	7 unid
Producción Semanal	35 unid
Producción Mensual	140 unid
Producción Anual	1680 unid

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis

Mediante la Capacidad Optima es en la que generara una mayor rentabilidad satisfaciendo el mercado a largo plazo. Los minutos en cuanto se elaborara el producto por unidad, se tiene un tiempo estimado de 8540 minutos mensuales realizando 140 unidades en producir los artículos de decoración; al realizar cada unidad del producto este no cuenta con el tiempo de secado que se realizara en las dos fases para su producción que será máximo de 30 minutos de secado en cada fase, al realizar la elaboración del producto.

Se realizará 7 unidades diarias donde se aprovechara el tiempo al máximo con el objetivo de elaborar las cantidades estimadas.

4.2. Localización

Es el estudio donde se definirá el punto de ubicación del negocio; tomando en cuenta la minimización de costo posible.

4.2.1 Macro- Localización

Es encontrar el lugar más adecuado para el funcionamiento de la microempresa con el propósito de satisfacer sus necesidades y requerimiento de sí misma minimizando costos a través del proceso productivo que desarrolle en su proceso productivo.

Datos de la macro-localización

Tabla N° 35 *Macro-localización*

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Capital	Quito
Parroquia	Nayón
Barrio	San Joaquín Oriental

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

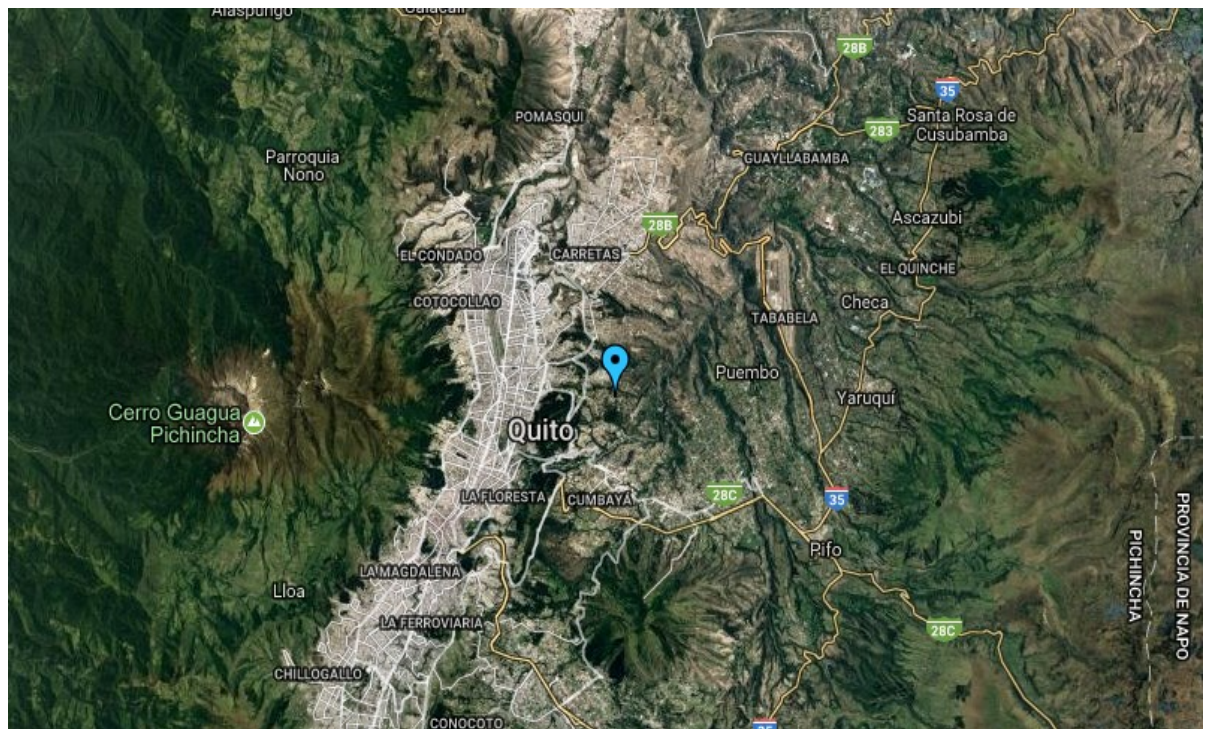


Figura N° 24 Macro-localización

Fuente: Google Maps

4.2.2. Micro-localización

Es la localización específica en donde se ubicará el negocio, en donde se acentuará para su proceso productivo siendo un sector, lugar específico como se muestra en la figura anterior, la microempresa se ubicará en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia Nayón.

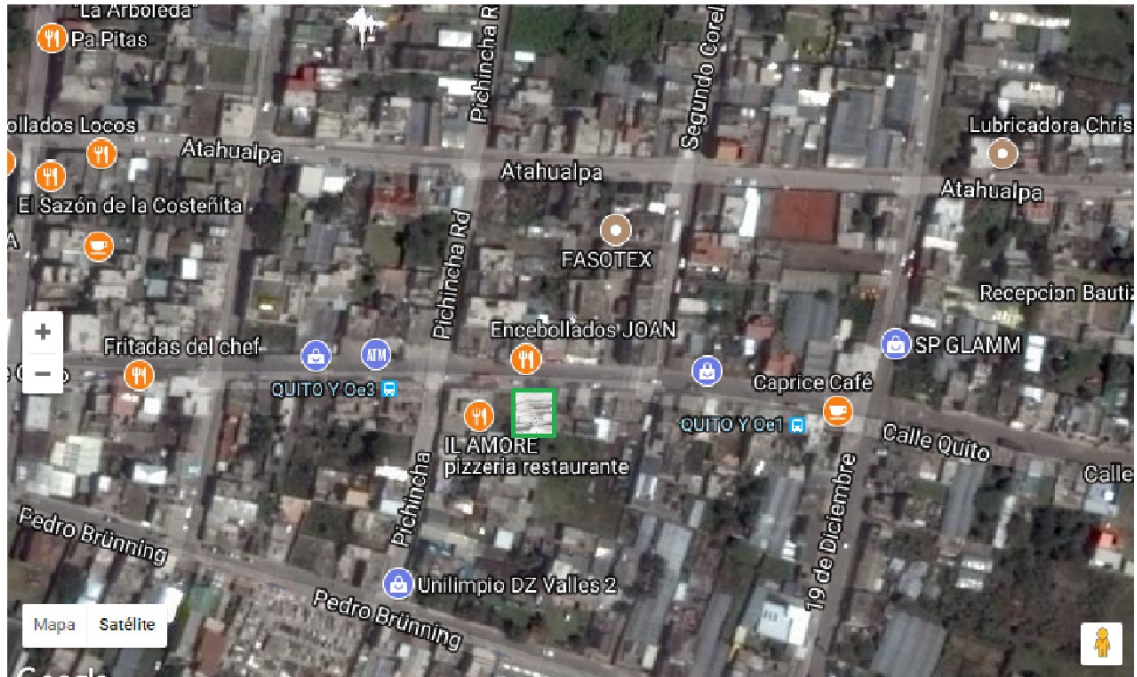


Figura N° 25 Micro localización

Fuente: Google Maps

Análisis

Mediante la macro y micro-localización podemos observar que Nayón es un sitio en donde se puede iniciar el negocio debido a la cercanía que existe con la ciudad de Quito; cuenta con distintas vías de ingreso y salida habilitando una movilización rápida y segura. Su ubicación en la ciudad de Quito, Parroquia Nayón, Barrio San Joaquín Oriental sus calles Quito y Pichincha.

4.2.3 Localización Óptima

Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)

“Apoyar al sector productivo mediante un estudio de factibilidad para el desarrollo de una microempresa dedicada a la producción de cascadas para decoración dentro del hogar en el Sector Nayón del Distrito Metropolitano de Quito 2017”

El objetivo principal de este proyecto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalara la planta. (Urbina, 1987)

Tabla N° 36 Matriz de Localización

Factores Relevantes	Nayón						
	Alternativas						
	Peso %	Pedro Brunning y Pichincha		Calle Quito y Pichincha		Jaime Roldos y 19 de Diciembre	
		Califa.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Costo de Renta	0,15	8	1,2	7	1,05	9	1,35
Accesibilidad	0,2	9	1,8	10	2	8	1,6
Cercanía con los Clientes	0,15	7	1,05	10	1,5	6	0,9
Cercanía con los Proveedores	0,05	10	0,5	10	0,5	10	0,5
Clima	0,05	10	0,5	10	0,5	10	0,5
Normativa	0,1	10	1	10	1	10	1
Seguridad	0,05	7	0,35	9	0,45	7	0,35
Servicios Básicos	0,1	10	1	10	1	10	1
Mano de Obra	0,15	9	1,35	9	1,35	9	1,35
	1		8,75		9,35		8,55

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis

Mediante los factores relevantes y de acuerdo a la ubicación del negocio permitió ver la dirección exacta en la cual el negocio es rentable; con una calificación máxima ubicándose en la Calle Quito y Pichincha; adaptable para el funcionamiento y crecimiento de manera rápida la microempresa.

4.3 Ingeniería del Proyecto

Es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Urbina, 1987)

4.3.1 Definición de B y S

Los bienes y servicios son los productos más básicos de un sistema económico que se componen de elementos consumibles tangibles (bienes) y tareas que los individuos desempeñan (servicios). (Enciclopedia, 2010)

Los bienes son objetos que se pueden ver y tocar, como libros, bolígrafos, sal, zapatos, sombreros, y carpetas. Los servicios son proporcionados por otras personas, como médicos, jardineros, dentistas, peluqueros y camareros. El consumo de bienes y servicios se supone para proporcionar utilidad (satisfacción) al consumidor. (Enciclopedia, 2010)

Análisis

La micro empresa se dedicara a la elaboración y venta de cascadas de fuente de agua con plantas naturales (Bonsái); los productos son básicamente un producto que va ser fabricado, almacenados y vendidos la planta en la que su infraestructura estará adecuada para su elaboración y venta del producto.

4.3.2 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 bienestar para los trabajadores. (Urbina, 1987)

Análisis

La Distribución de la Planta trata de la ubicación tanto de maquinaria como material en un lugar correcto, con la finalidad de aprovechar el tiempo de trabajo, evitando tiempos innecesarios que retrasen a la producción.

4.3.2.1 Matriz SL

Consiste en distribuir las instalaciones con base a la cercanía(o lejanía) que el analista considera que debe existir entre las diversas áreas estudiadas. (Gabriel Baca Urbina, 2014)

Para realizar la distribución se utiliza el método de distribución sistemática de las instalaciones de la planta o SLP (Systematic layout Planning) , el cual consiste en obtener un diagrama de relación de actividades construido con dos códigos . (Urbina, 1987)

El primero de ellos es un código de cercanía representado por letras y por líneas, donde cada letra (o número de líneas) representa la necesidad de que dos áreas estén ubicadas cerca o lejos una de la otra; el segundo código es de razones, representado por números, cada número representa el porqué de decide que un área este cerca o lejos de la otra. (Urbina, 1987).

Análisis

Lo importante de esta matriz es poder distribuir las áreas de una manera conveniente para los procesos a realizar; en base a esta matriz se determinara de cómo estará distribuida la planta de producción, logrando así distribuir las áreas según la importancia que estas representan en la producción y al momento de realizar las actividades de cada proceso.

Tabla N° 37 *Códigos de Cercanía*

Códigos de Cercanía	
Letra	Orden de proximidad
A	Absolutamente Necesaria
E	Especialmente Importante
I	Importante
O	Ordinaria o Normal
U	Unimportant (sin importancia)
x	Indeseable
xx	Muy Indeseable

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Tabla N° 38 *Códigos de Cercanía*

Códigos de Razones	
Número	Razón
1	Por Control
2	Por Higiene
3	Por Proceso
4	Por Conveniencia
5	Por Seguridad

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

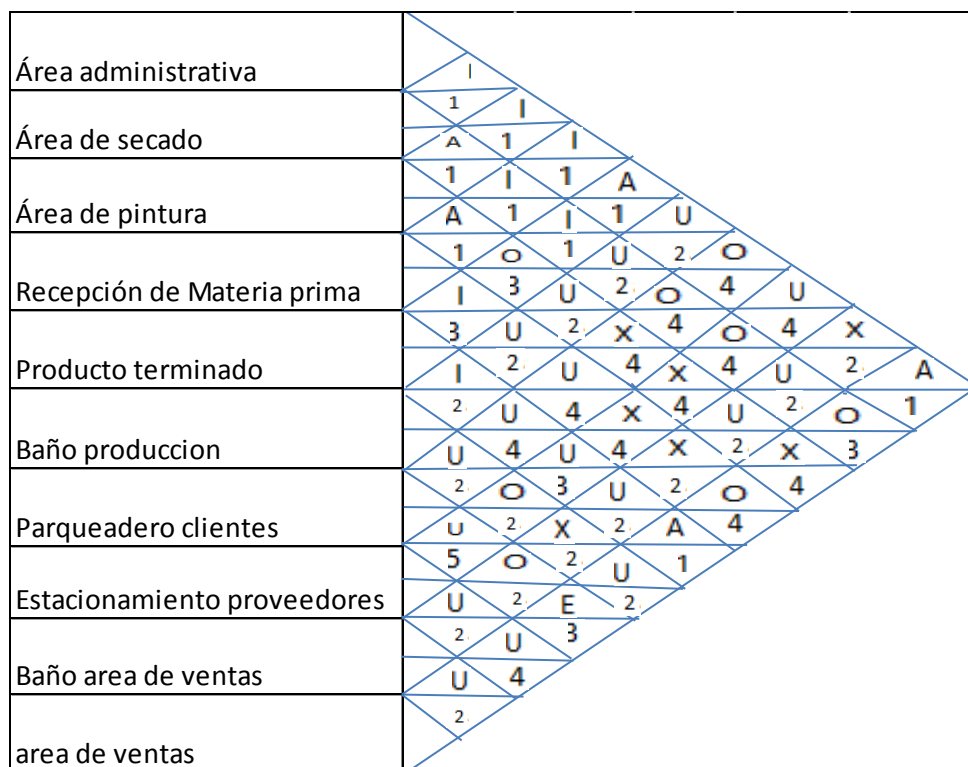


Figura N° 26 *Matriz SLP*

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

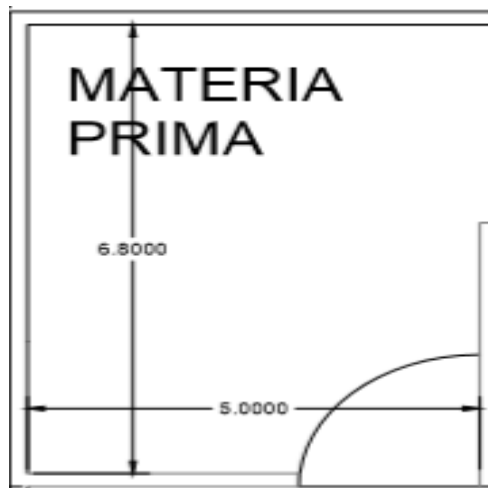


Figura N° 27 Bodega Materia Prima

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig



Figura N° 28 Área de producción pintura y secado

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

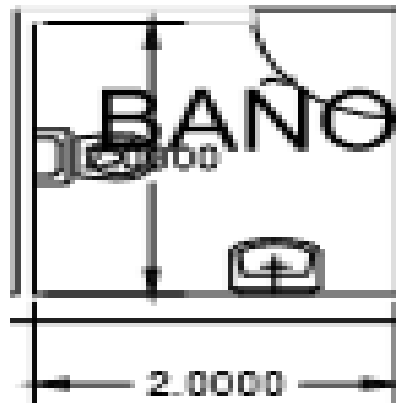


Figura N° 29 Baño
Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig



Figura N° 30 Bodega Producto Terminado
Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig



Figura N° 31 *Área Administrativa*

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

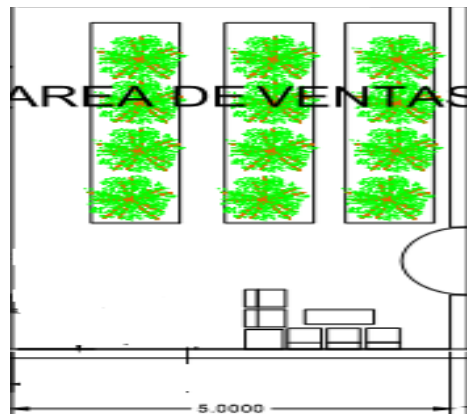


Figura N° 32 *Área de Ventas 5 x 7.60*

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

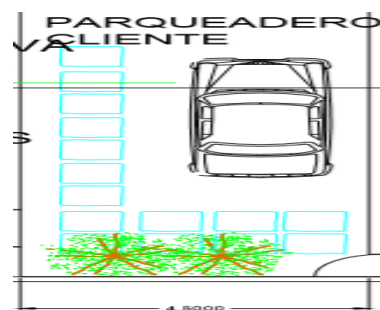
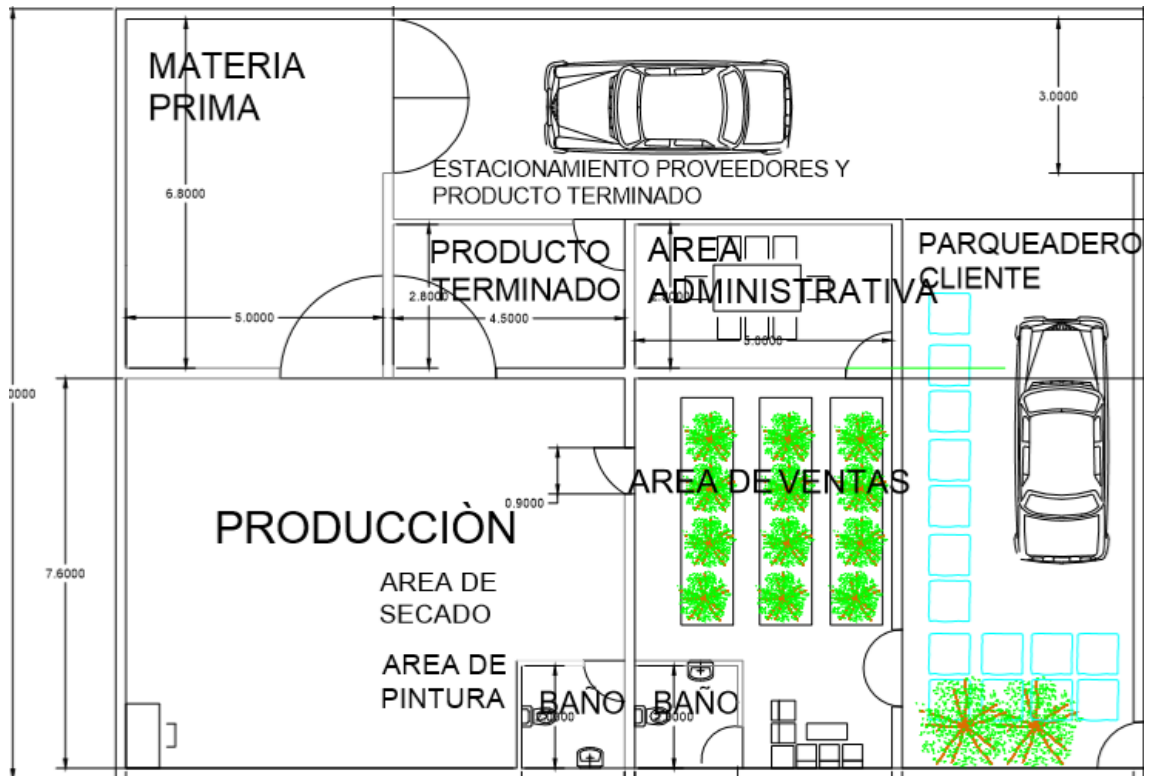


Figura N° 33 *Estacionamiento*

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

4.3.2.2 Plano de la Planta



Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis

El plano de la planta está distribuido de una manera en que la producción se realizara sin tiempo de demora, distribuida específicamente a cada paso de realizar las actividades ubicando las áreas importantes con cercanía para facilitar el proceso , se lo realiza con el objetivo de eliminar cualquier tiempo de muerto al momento de realizar la producción optimizando tiempo.

4.3.3 Proceso Productivo

Es un conjunto de operaciones que son necesarias para llevar a cabo la elaboración de un producto o el diseño de un servicio. Para ello, un procedimiento para realizar la transformación de los materiales, objetos o sistemas, debe ser planificado. (Ventura)

Análisis

El proceso productivo son actividades realizadas al momento de elaborar el producto desde el momento de la obtención de la materia prima hasta su producto terminado.

4.3.3.1 Descripción de Actividades

1. Determinación de Necesidad de Materia Prima.
2. Elaborar Orden de Ingreso a Producción.
3. Selección de Materia Prima.
4. Construcción de la Base de la Cascada
5. Colocación de Bomba de Agua y Manguera de Agua
6. Secado 1era Fase
7. Construcción y Diseño de Cascada
8. Secado 2da Fase
9. Lijado
10. Control de Calidad
11. Decoración de la Cascada
12. Pintura
13. Siembra (Plantas) y decoración Final

14. Control de Calidad Final
15. Almacenaje de Producto Terminado
16. Venta al Cliente

4.3.3.2 Diagrama de Flujo ANSI

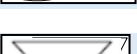
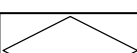
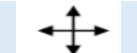
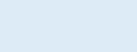
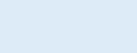
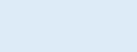
Símbolo	Significado	Para que se utiliza
	Inicio / Fin	
	Operación/ Actividad	Indica el Inicio y Final del Diagrama de Flujo.
	Documento	Símbolo de proceso
	Datos	Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Almacenamiento/Archivo	Indica la Salida y entrada de datos
	Decisión	Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.
		Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos.
	Líneas de Flujo	Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos.
	Conector	Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.

Figura N° 34 Diagrama de Flujo ANSI

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

4.3.3.3 Diagrama de Flujo Funcional

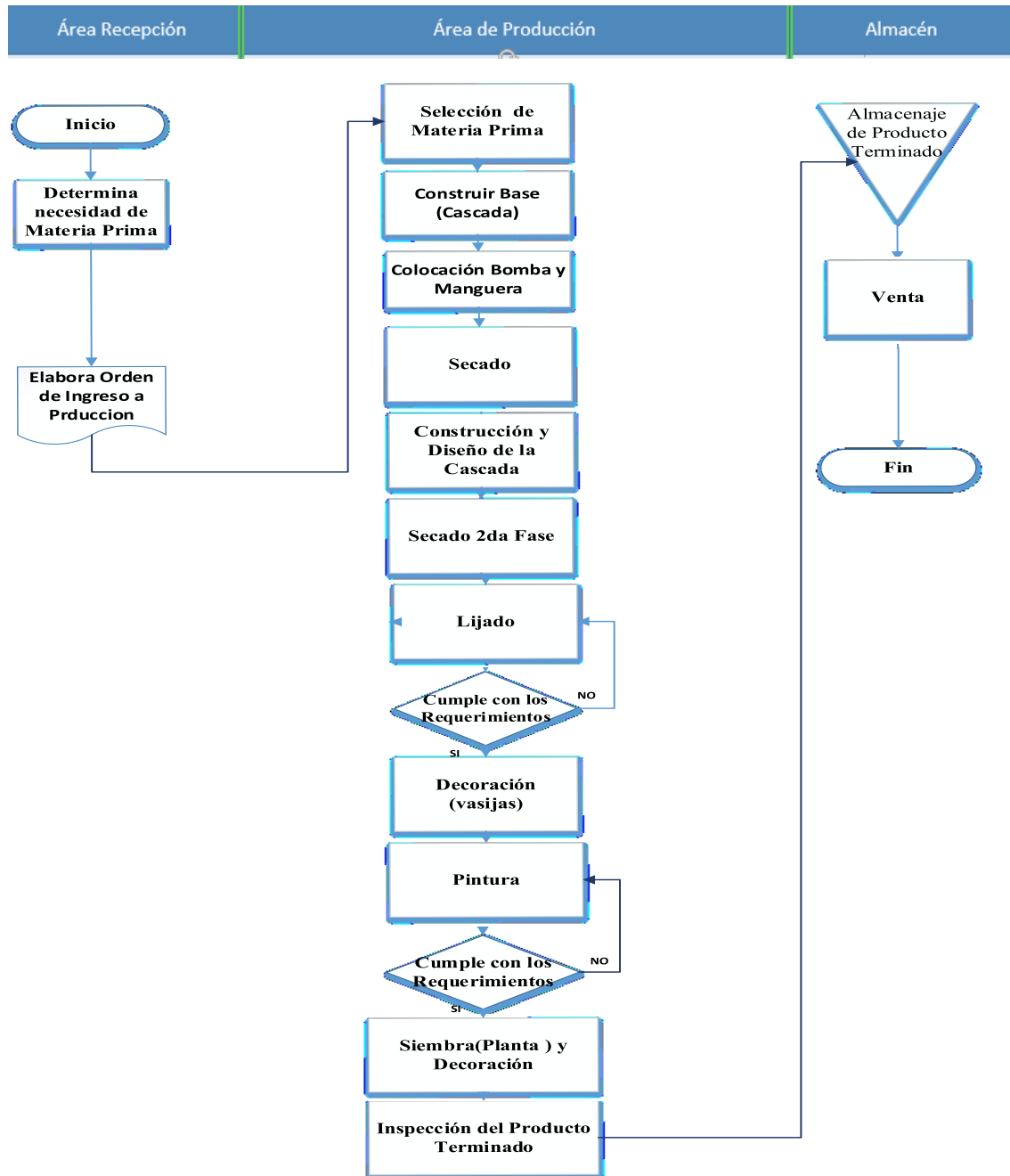


Figura N° 35 Diagrama de Flujo Funcional

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

4.3.4 Maquinaria

Conjunto de aparatos combinados para recibir cierta forma de energía y transformarla en otra más adecuada, o para producir un efecto determinado.

Herramienta: Instrumento, por lo común de hierro o acero, con que trabajan los artesanos. (Aranguren, 2011)

Análisis

En la microempresa no se utilizara ninguna maquinaria, debido que su trabajo se lo realizara manualmente (Artesanal), se emplearan las manos exhibiendo las habilidades del operario en cada diseño del producto.

4.3.5 Equipos

Son todos aquellos materiales que sirven para que ayude en las funciones del proceso de empastados sin tener que usar la electricidad, en conclusión son máquinas de uso manual de menor tamaño que ayudan a cumplir una función. (Palacios, 2014)

Análisis

Los equipos para realizar este producto serán utilizados manualmente por el operario, útil para cada proceso o actividad que se realice en el área de producción.

Tabla N° 39 Equipos

Equipos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
pala	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Cuchara de Albañil	4	\$ 10,00	\$ 104,00
Metro	2	\$ 3,00	\$ 24,00
Pinceles	10	\$ 1,50	\$ 15,00
Brochas 4 plg	2	\$ 4,00	\$ 6,00
Martillo	2	\$ 10,00	\$ 20,00
espátula	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Lija de piedra	24	\$ 1,00	\$ 24,00
Esponja	20	\$ 0,50	\$ 10,00
Punta	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Total			\$ 237,00

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

4.3.6 Proveedores de Maquinaria y equipo

La microempresa realizara un trabajo manual y por ende solo se utilizara equipos para el proceso de producción sin necesidad de utilizar maquinaria, los equipos utilizados serán adquiridos por los proveedores que ofrecen un precio más bajo, que sea conveniente para la microempresa al comenzar la puesta en marcha de sus actividades de producción.

Tabla N° 40 Equipos

Equipos	Cantidad	Proveedores	Ubicación
pala	2	Ferretería Tacuri Block	Tacuri
Cuchara de	4	Ferretería Tacuri Block	Tacuri
Albañil			
Metro	2	Ferretería Tacuri Block	Tacuri
Pinceles	10	Ferretería Tacuri Block	Tacuri
Brochas 4 plg	2	Ferretería Tacuri Block	Tacuri
Martillo	2	Ferretería Tacuri Block	Tacuri
espátula	5	Ferretería Tacuri Block	Tacuri
Lija de piedra	24	Ferretería Tacuri Block	Tacuri
Esponja	20	Ferretería Tacuri Block	Tacuri
Punta	3	Ferretería Tacuri Block	Tacuri

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Capítulo V

5.0 Estudio Financiero

Consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico-en términos de cantidad de materia prima necesaria y cantidad de desechos del proceso, cantidad de mano de obra directa e indirecta , cantidad de personal administrativo número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso, etc. ahora deberán aparecer en forma de inversiones y gastos. (Urbina, 1987)

Análisis

Mediante el Estudio Financiera de determinar datos de los costos de producción del producto a la cual está enfocado el proyecto , la utilidad , gastos que se realizara en el momento de la producción , inversiones realizadas con el objetivo de ver la viabilidad del proyecto mediante datos monetarios.

5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales

5.01.01 Mano de Obra Directa

Tabla N° 41 *Mano de Obra*

Cargo	Sueldo Mensual	Aporte patronal IESS	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total Mensual	Total Anual
Trabajador 1 Producción	\$ 375,00	\$ 35,44	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 15,63	\$ 410,44	\$ 4.925,25
TOTAL SUELDO	375,00	35,44	31,25	31,25	31,25	15,63	410,44	4.925,25

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

5.01.02 Materia Prima

Tabla N° 42 *Materia Prima*

M.P D	Unidad de medida	Cantidad	Costo	Costo Unitario Total	Valor Mensual Total	Valor Anual
Maceta Ovalada	unidad	1	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 490,00	\$ 5.880,00
Arena (Libras)	libra	5	\$ 0,02	\$ 0,10	\$ 14,00	\$ 168,00
Cemento (Libras)	libra	5	\$ 0,08	\$ 0,40	\$ 56,00	\$ 672,00
Vasijas	unidad	3	\$ 0,30	\$ 0,90	\$ 126,00	\$ 1.512,00
Manguera de Agua	50 centímetros	1	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 28,00	\$ 336,00
Bomba de Agua	unidad	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 560,00	\$ 6.720,00
Piedra Pómez	unidad	1	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Piedra Mármol (Tarrina)	unidad	1	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 21,00	\$ 252,00
Tiñer	litro	1	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 42,00	\$ 504,00
Pintura (Esmalte)	1/8 Pintura	2	\$ 1,10	\$ 2,20	\$ 308,00	\$ 3.696,00
Guayacán (Planta)	unidad	1	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 210,00	\$ 2.520,00
Césped Chino (Planta)	unidad	1	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 35,00	\$ 420,00
Total				\$ 16,00	\$ 2.240,00	\$ 26.880,00

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

5.01.03 Costos Indirectos de Fabricación

Tabla N° 43 CIF

CIF		
Concepto	Valor Mensual	Valor anual
Agua	\$ 30,00	\$ 360,00
Luz	\$ 40,00	\$ 480,00
Teléfono	\$ 20,00	\$ 240,00
Internet	\$ 18,00	\$ 216,00
Total	\$ 90,00	\$ 1.296,00

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

5.2.04 Costos Indirectos de Fabricación

Son costos que contribuyen en los costó de producción tanto en materiales como en la mano de obra del operario como los servicios básicos, arriendo, mantenimiento entre otros.

Tabla N° 44 Arriendo

CIF		
Concepto	MES	Anual
ARRIENDO	235	2.820

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

5.2.04 Costo Unitario de Producción

El costo unitarios de producción es la suma de la materia prima directa más la Mano de Obra Directa y costos Indirectos de Fabricación es decir el costo total de la producción de un producto.

Tabla N° 45 Costo Unitario de Producción

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	
CONCEPTO	COSTO UNITARIO
Mano de obra directa	2,68
Materia prima directa	16,0
Costos indirectos de fabricación	2,32
Costo Unitario de Producción	21,00

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

5.2.05 Ingresos Operacionales

Una vez realizado el costo unitario de producción, obtenemos una utilidad de ganancia para la microempresa y el precio que se lanzara al mercado.

Tabla N° 46 Ingresos Operacionales

INGRESOS OPERACIONALES	
CONCEPTO	VALOR
Costo de Producción Unitario	\$ 21,00
Utilidad del 71,45%	\$ 15
P.V.P	\$ 36
Producción Mensual	140
Ingresos Mensuales	\$ 5040,00
Ingresos Anuales	\$ 60.480,00

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Tabla N° 47 Ingresos Operacionales Proyectados

INGRESOS PROYECTADO			
AÑO	INGRESO ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO DEL SECTOR 1.37%	INGRESOS PROYECTADOS
2017	\$ 60480,00	1	\$ 60480,00
2018	\$ 60480,00	1.37%	\$ 61308,58
2019	\$ 61308,58	1.37%	\$ 62148,51
2020	\$ 62148,51	1.37%	\$ 62999,94
2021	\$ 62999,94	1.37%	\$ 63863,04
2022	\$ 63863,04	1.37%	\$ 64737,96

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

5.2.2 Costos

Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en formula virtual (costo de oportunidad). (Urbina, 1987)

5.2.01 Costo Directo

Los costos Directos se identifican mediante la realización de las actividades del cada proceso de producción, como materiales y mano de obra que están directamente relacionadas con la elaboración del producto.

Tabla N° 48 Materia Prima Directa

Materia Prima Directa	
Materia Prima Directa	\$26880,00
Mano de Obra Directa	\$ 4.925,25
Total	\$31.805,25

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

5.2.02 Costos Indirectos

Son costos que no actúan directamente con la elaboración del producto; este costo es un gasto que se identifica cuando lleva un control administrativo como: salarios de administrativos, supervisor y otros costos indirectos.

Tabla N° 49 *Costos Indirectos*

Costos Indirectos	
Servicios Básicos	\$ 1.296,00
Total	\$ 1.296,00

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

5.2.03 Gastos Administrativos

Costo de Administrar y controlar un negocio, lo que incluye los honorarios de los administradores, sueldos, renta de la oficina, luz, calefacción, honorarios legales, y de auditoria, servicios contables etcétera. No incluye costos de investigación y desarrollo, gastos de manufactura ni de venta o de distribución. (Barrow, 2002)

Tabla N° 50 *Gasto de Personal*

	SUELDO MENSUA	APORTE PATRON	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Administrador	400,00	48,6	33,33	33,33	33,33	16,67	448,60	5.383,20
TOTAL SUELDO	400,00	48,60	33,33	33,33	33,33	16,67	448,60	5.383,20

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Útiles de Aseo

Los útiles de aseo serán utilizados para mantener limpio la microempresa una imagen muy importante para la imagen de la misma.

Tabla N° 51 *Útiles de Aseo*

Útiles de Aseo					
Concepto	Unidad	Costo Unitario	V. Semestral		Anual
Escobas	3	\$ 1,10	\$ 3,30	\$ 6,60	
Trapeador	3	\$ 1,20	\$ 3,60	\$ 7,20	
Recogedor	2	\$ 1,25	\$ 2,50	\$ 5,00	
Detergente Grande	6	\$ 2,60	\$ 15,60	\$ 31,20	
			\$ 25,00	\$ 50,00	

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Suministros de Oficina

Tabla N° 52 *Suministros de Oficina*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Cuadernos	1	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 12,00
Bolígrafos	4	\$ 0,35	\$ 1,40	\$ 16,80
Grapadora	1	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 18,00
Perforadora	1	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 18,00
Resmas	1	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 57,60
Sacapuntas	3	\$ 0,30	\$ 0,90	\$ 10,80
Total Suministros de Oficina			\$ 11,10	\$ 133,20

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

5.2.04 Costos Ventas

En ocasiones el departamento o gerencia de ventas también es llamado de mercadotecnia. En sentido de vender no significa solo hacer llegar el producto al intermedio o consumidor, si no que implica una actividad mucho más amplia. (Urbina, 1987)

Mercadotecnia abarca, entre otras muchas actividades, la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores; el estudio de la estratificación del mercado; las cuotas y el porcentaje de participación de la competencia en el mercado; la adecuación de la publicidad que realiza la empresa; la tendencia de las ventas, etc. (Urbina, 1987)

Tabla N° 53 Gastos Ventas

Descripción	Cantidad	Valor	TOTAL	TOTAL
		Unitario	MENSUAL	ANUAL
Trípticos	1000	0,02	19,00	228,00
Tarjetas de presentación	1000	0,02	15,00	180,00
Rotulo	1	40		40,00
TOTAL			34,00	448,00

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

5.2.05 Costos Financieros

Estos costos no pueden atribuirse en forma directa a los diversos puntos de venta o secciones, porque la obtención de recursos financieros se hacen en formas (endeudamiento, capital propio) y con costos diferentes entre sí, que no se corresponden directamente con los usos particulares si no con la suma total de las necesidades financieras. (Brunetti, 2004)

5.2.06 Costos Fijos y Variables

5.2.06.01 Costo Fijo

Es el costo de aquellos recursos cuyo uso no incide directamente en el volumen de producción obtenido. Están representados por aquellos costos en los que, una vez se inicia el proceso de producción se incurre en ellos en forma permanente, independientemente del nivel de producción. (Lozano, 2003)

5.2.06.02 Costos Variables

Es el costo variable es el costo de los recursos cuyo uso afecta directamente al volumen del producto obtenido. (Escobar, 2003)

Análisis

Cuando existe una producción alta aumentan las cantidades de recursos y a medida que la producción disminuye los recursos bajan.

5.2 Inversiones

Se refiere a las erogaciones o flujos negativos que ocurren al comienzo de la vida económica de un proyecto y que representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos de capital, tales como terrenos, edificios, maquinarias y equipos. (J. Nicolás Marín, 2014)

5.2.1 Inversión Fija

Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. (Urbina, 1987)

5.2.1.1 Activos Fijos

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo por que la empresa no puede desprenderse fácilmente de el sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas. (Urbina, 1987)

5.2.1.2 Activos Nominales (Diferidos)

Estos activos son intangibles necesarios para el funcionamiento de un proyecto debido a que se necesitan derechos para iniciar sus actividades como: patentes, marcas, etc. Son recuperables en un tiempo estimado.

5.2.2 Capital de Trabajo

Es el capital que se utiliza para financiar los insumos, materiales y salarios en un plan de producción. (Sena, 1978)

Se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. (Urbina, 1987)

Tabla N° 54 Cuadro de Inversiones Fijas

CUADRO DE INVERSIONES			
Concepto	Uso de fondos	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria y Equipo	\$ 129,00	\$ 129,00	\$ 0,00
Muebles y Enseres	\$ 405,00	\$ 405,00	\$ 0,00
Equipo de Computación	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 0,00
Equipo de Oficina	\$ 41,50	\$ 41,50	
Total de Activos Fijos	\$ 1.200,50	\$ 1.200,50	\$ 0,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	\$ 150,00	\$ 150,00	
Gastos Publicidad	\$ 120,00	\$ 120,00	
Estudio de Factibilidad	\$ 100,00	\$ 100,00	
Total de Activos Diferidos	\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 0,00
Capital de trabajo			
Materia Prima	\$ 6.720,00	\$ 2.000,00	\$ 4.720,00
Mano de Obra	\$ 1.231,31	\$ 600,00	\$ 631,31
Arriendos	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 0,00
Servicios Básicos	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 0,00
Gasto Administrativo	\$ 461,10		\$ 461,10
Gasto Ventas	\$ 448,00		\$ 448,00
Total capital de trabajo	\$ 9.568,41	\$ 3.308,00	\$ 6.260,41
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 11.138,91	\$ 4.878,50	\$ 6.260,41
PARTICIPACIÓN	100%	44%	56%

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

5.2.4 Amortización de Financiamiento

Tabla N° 55 Amortizaciones

TABLA DE AMORTIZACION						
11.138,91						
Inversión						
:						
Cap. Propio : 4.878,50						
Financiamiento : 6.260,41						
Plazo : 24 MESES						
Interés : 25% 1,04% 12,50% interés anual						
Pagos : MENSUAL						
Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto	
0	6.260,41	0,00	0,00	0,00	6.260,41	
1	6.260,41	65,21	296,16	230,95	6.029,46	
2	6.029,46	62,81	296,16	233,36	5.796,11	
3	5.796,11	60,38	296,16	235,79	5.560,32	
4	5.560,32	57,92	296,16	238,24	5.322,08	
5	5.322,08	55,44	296,16	240,72	5.081,35	
6	5.081,35	52,93	296,16	243,23	4.838,12	
7	4.838,12	50,40	296,16	245,77	4.592,35	
8	4.592,35	47,84	296,16	248,33	4.344,03	
9	4.344,03	45,25	296,16	250,91	4.093,11	
10	4.093,11	42,64	296,16	253,53	3.839,59	
11	3.839,59	40,00	296,16	256,17	3.583,42	
12	3.583,42	37,33	296,16	258,84	3.324,58	
13	3.324,58	34,63	296,16	261,53	3.063,05	
14	3.063,05	31,91	296,16	264,26	2.798,79	
15	2.798,79	29,15	296,16	267,01	2.531,78	
16	2.531,78	26,37	296,16	269,79	2.261,99	
17	2.261,99	23,56	296,16	272,60	1.989,39	
18	1.989,39	20,72	296,16	275,44	1.713,95	
19	1.713,95	17,85	296,16	278,31	1.435,64	
20	1.435,64	14,95	296,16	281,21	1.154,43	
21	1.154,43	12,03	296,16	284,14	870,30	
22	870,30	9,07	296,16	287,10	583,20	
23	583,20	6,07	296,16	290,09	293,11	
24	293,11	3,05	296,16	293,11	0,00	

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

5.2.5 Depreciaciones

Es la pérdida de un activo físico (edificios, maquinarias, muebles, etc.) con motivo de uso. Para prevenir la necesidad de remplazo de un determinado activo al fin de su vida útil, será necesario traspasar cada año una parte de las utilidades de la empresa a un fondo especial llamado fondo para depreciación reserva de depreciación o depreciación acumulada. (Gomero, 2006)

Tabla N° 56 *Cuadro de Depreciaciones*

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de Oficina	\$ 41,50	10	4,15	4,15	4,15	4,15	4,15
Equipos de Computación	\$ 625,00	3	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33
Muebles y Enseres	\$ 405,00	10	40,50	40,50	40,50	40,50	40,50
Maquinaria y Herramienta	\$ 129,00	10	12,90	12,90	12,90	12,90	12,90
TOTAL	1.200,50		265,88	265,88	265,88	265,88	265,88

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

5.2.5 Estado de Situación Inicial

Es un documento contable que expresa en términos monetarios la información de la situación económico-financiera patrimonial de la empresa en un momento determinado. (Corchero, 2004)

Tabla N° 57 Estado de Situación Financiera

DECORCASCADAS

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

Activos		Pasivos	
Activos Corriente		Pasivo Corriente	
Caja Bancos (Capital de Trabajo)	9.568,41	Cuentas por Pagar	-
Total Activo Corriente	9.568,41	Total Pasivo Corriente	-
Activos Fijos		Pasivo a Largo Plazo	
Maquinaria y equipo	129,00	Préstamo Bancario	\$ 6.260,41
Muebles y Enseres	405,00	Total Pasivo a Largo Plazo	\$ 6.260,41
Equipo de Computación	625,00		
Equipo de Oficina	41,50		
Total de Activos Fijos	1.200,50	Total Pasivos	\$ 6.260,41
Otros Activos			
Gastos de Constitución	\$ 150,00		
Gastos Publicidad	\$ 120,00	Patrimonio	
Estudio de Factibilidad	\$ 100,00	Capital	\$ 4.878,50
Total Otros Activos	\$ 370,00	Total Patrimonio	\$ 4.878,50
Total de Activos	\$11.138,91	Total Pasivo + Patrimonio	\$ 11.138,91

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

5.2.8 Flujo Caja

Resume los fondos generados por la empresa para sus accionistas después de atender a las necesidades de inversión y a las asociadas a la financiación por deuda. (Carballo J. -, 1998)

Tabla N° 58 Flujo de Caja Proyectado

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	VENTAS	51.815,58	52.592,81	53.381,70	54.182,43	54.995,16
(-)	Costo de Producción	35.288,50	35.673,14	36.061,98	36.455,06	36.852,42
(=)	Utilidad Bruta en Ventas	16.527,08	16.919,67	17.319,72	17.727,37	18.142,75
(-)	Gastos Operacionales					
(-)	Gastos Administrativos	9.229,20	9.312,26	9.396,07	9.480,64	9.565,96
(-)	Gastos de Ventas	448,00	452,03	456,10	460,21	464,35
(-)	Gastos Financieras	618,13	266,70	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad Operacional	6.231,75	6.888,67	7.467,55	7.786,53	8.112,44
(+)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad A.P.E.I.	6.231,75	6.888,67	7.467,55	7.786,53	8.112,44
(-)	15 % Participación Laboral	934,76	1.033,30	1.120,13	1.167,98	1.216,87
(=)	Utilidad Antes de I.R.	5.296,99	5.855,37	6.347,42	6.618,55	6.895,57
	Impuesto a la Renta 20%	1.059,40	1.171,07	1.269,48	1.323,71	1.379,11
(=)	Utilidad Neta	4.237,59	4.684,29	5.077,93	5.294,84	5.516,46
(+)	Depreciaciones	265,88	265,88	265,88	265,88	265,88
(+)	Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	EXCEDENTE OPERACIONAL	4.503,47	4.950,18	5.343,82	5.560,72	5.782,34

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis

Es el análisis actual después de haber restado los impuestos acordados según la ley de lo ingresa y sale en la empresa indicando un saldo en el periodo correspondiente.

5.3 Evaluación Financiera

Mediante este análisis Financiero se puede conocer el estado económico que la empresa obtendrá; poder ver su impacto económico y ver si el proyecto es viable o no; mediante la posibilidad de solventar las deudas que se realizarán al inicio del proyecto y recuperación de su capital propio.

5.3.01 Tasa de Descuento

La tasa de descuento es la inversa a la tasa de interés, que sirve para aumentar el valor (o añadir intereses) en el dinero presente. La tasa de descuento por el contrario, resta valor al dinero futuro cuando se traslada al presente, excepto si la tasa de descuento es negativa, caso que supondrá que vale más el dinero futuro que el actual. La tasa de interés se utiliza para obtener el incremento a una cantidad original, mientras que la tasa de descuento se resta de una cantidad esperada para obtener una cantidad en el presente. (economipedia)

Calculo TMAR

$Tasa\ Activa + Tasa\ Pasiva + (Tasa\ Activa * Tasa\ Pasiva)$

Si la TIR es $>$ que TMAR el proyecto es Factible

Si la TIR ES $<$ que TMAR el proyecto no es factible

Tabla N° 59 TMAR

Calculo TMAR	
Tasa Activa	11,83%
Tasa Pasiva	4,98%
TMAR	17,40%

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

5.3.2 Valor Presente Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto de inversión se define como la suma de los valores actualizados de todos los flujos de caja asociados a la realización de esta inversión, menos el desembolso inicial. (García, 2012, pag.211)

Criterios de Aceptación

Si $VAN > 0$ Proyecto Factible

Si $VAN = 0$ Indiferente puede escogerse

Estratégicamente

Si $VAN < 0$ Proyecto no Factible

Tabla N° 60 *Calculo del VAN*

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO											
Descripción	Año 0		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5
Inversión Total	-11.138,91						-625,00				496,08
Excedente Operacional			4.503,47		4.950,18		5.343,82		5.560,72		5.782,34
FLUJOS DE EFECTIVO	-11.138,91		4.503,47		4.950,18		4.718,82		5.560,72		6.278,42
VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			(1 + i)^1		(1 + i)^2		(1 + i)^3		(1 + i)^4		(1 + i)^5
VAN =	-11.138,91	+	4.503,47	+	4.950,18	+	4.718,82	+	5.560,72	+	6.278,42
			1,1739913		1,37826		1,61806		1,8995887		2,2301
VAN =	-11.138,91	+	3.836,04	+	3.591,62	+	2.916,34	+	2.927,33	+	2.815,31
VAN =	-11.138,91		16.086,64								
		+									
VAN =	4.947,73										

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos se muestra que el proyecto es viable debido a que el monto económico va creciendo significativamente según los años transcurridos

5.3.04 Tasa de Interés de Retorno

Cuando la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor que la Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR), el proyecto de inversión es viable. (HERRERA, 2013)

Tabla N° 61 TIR

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-11.138,91			-625,00		496,08
Excedente Operacional		4.503,47	4.950,18	5.343,82	5.560,72	5.782,34
FLUJOS DE EFECTIVO	-11.138,91	4.503,47	4.950,18	4.718,82	5.560,72	6.278,42

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

TIR =	34,55%
-------	--------

5.3.5 Periodo de Recuperación de Inversión

Se define como el número de años que deben transcurrir para que la suma de los flujos de caja igualen la inversión inicial. (Planas, 2009)

Tabla N° 62 *Recuperación de Inversión*

Periodo	PERIODO DE RECUPERACIÓN				
	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-11.138,91	-11.138,91	1,00	-11.138,91	-11.138,91
1	4.503,47	-6.635,44	0,85	3.836,04	-7.302,88
2	4.950,18	-1.685,26	0,73	3.591,62	-3.711,25
3	4.718,82	3.033,55	0,62	2.916,34	-794,91
4	5.560,72	8.594,28	0,53	2.927,33	2.132,42
5	6.278,42	14.872,70	0,45	2.815,31	4.947,73

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis

El tiempo en que se podrá recuperar la inversión inicial del proyecto será 1 años 5 meses tiempo estimado para viabilidad del proyecto.

5.3.06 RBC Relación Costo Beneficio

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. (Futuro, 2010)

Tabla N° 63 Costo Beneficio

Relación Costo - Beneficio	
Años	Flujos Actualizados
2017	3836,04
2018	3591,62
2019	2916,34
2020	2927,33
2021	2815,31
Total	13170,30

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Total Flujos Actualizados / Inversión

$$13.170,30 / 11.138,91 = 1,18$$

Análisis

La Relación Costo y Beneficio muestra que por cada dólar invertido nos da una ganancia de \$ 1,18

5.3.6 Punto de Equilibrio

Es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos; es decir, la utilidad operativa es cero. (Horngren, 2007)

$$P.E. = \frac{CF}{p - C_{vu}}$$

Tabla N° 64 Porcentaje de Producción

PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN		100,00%
Costos Fijos:		
Gastos Administrativos	9.229,20	9.229,20
Gastos de Ventas	448,00	448,00
Gasto Financiero	618,13	618,13
TOTAL COSTO FIJO	10.295,33	10.295,33

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Precio de Venta Unitario \$36

Costo de Venta Unitario \$ 21,00

Tabla N° 65 Punto de Equilibrio

P.E. =	CF	=	10.295,33	=	687	Unidades
	p - Cvu		14,99			
P.E. =	687	X	36,00	=	24.717,12	Ventas

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Tabla N° 66 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS	
VENTAS	24.717,12
Costo de Producción	14.421,80
Margen de Contribución	10.295,33
Costos Fijos	10.295,33
Utilidad/ Perdida	

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

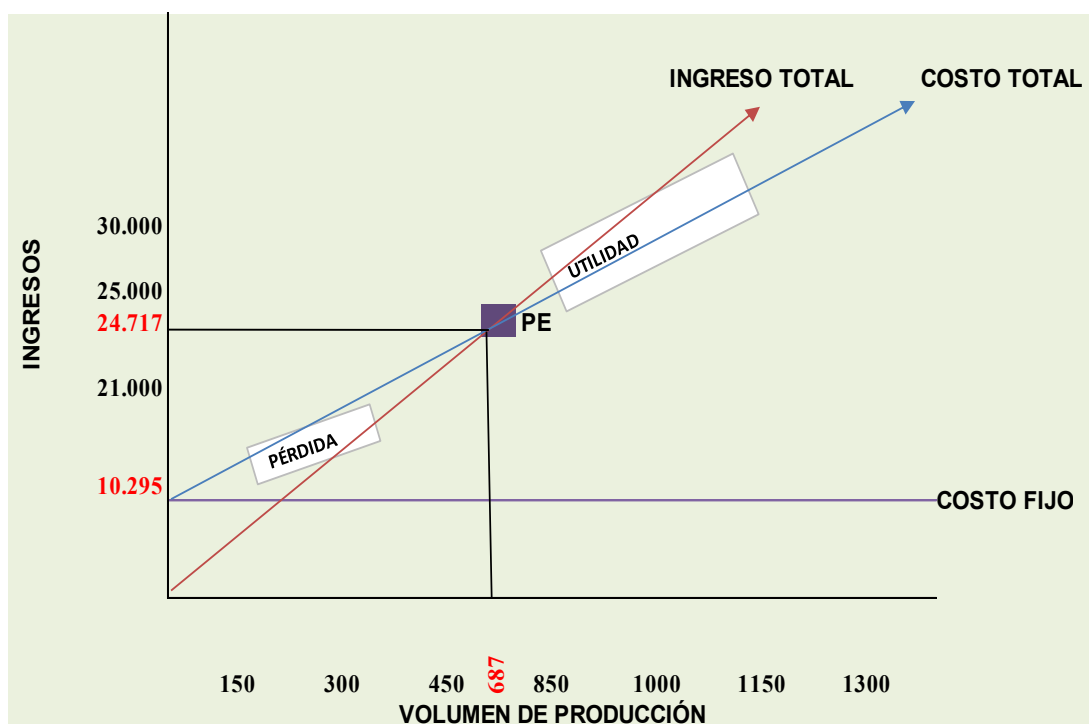


Figura N° 36 Punto de Equilibrio

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

5.3.07 Análisis de Índice Financiero

5.3.07.01 Endeudamiento

El endeudamiento es el tamaño proporcional de la deuda (pasivo total) con relación al tamaño total de la misma (activo total). (soyconta.mx, 2013)

El endeudamiento es una medida relativa (porcentual) que mide la proporción de la deuda contra el total de recursos con los que cuenta la empresa. (soyconta.mx, 2013)

Tabla N° 67 Endeudamiento

INDICE DE ENDEUDAMIENTO			
ENDEUDAMIENTO =	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	x	100%
ENDEUDAMIENTO =	$\frac{6260,41}{11.138,91}$	x	100%
ENDEUDAMIENTO =	56,20		

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

5.3.07.02 Rendimiento de Margen de Utilidad

Es el porcentaje de ganancia que se obtendrá de las ventas.

Tabla N° 68 *Cálculo de Margen de Utilidad*

Margen de Utilidad Neta / Ventas			
4.237,59	Utilidad Neta		
51.815,58	Ventas		
0,08			100
8,18	% Margen de Utilidad Neta		

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

5.3.07.02 ROA

El índice de retorno sobre activos (ROA por sus siglas en inglés) mide la rentabilidad de una empresa con respecto a los activos que posee. El ROA nos da una idea de cuán eficiente es una empresa en el uso de sus activos para generar utilidades. (crecenegocios, La Rentabilidad de una Empresa, 2010)

Tabla N° 69 *Cálculo del ROA*

Indicador	Fórmula
R.O.A =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$
R.O.A =	$\frac{4.237,59}{1.570,50}$
R.O.A =	2,70

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis:

De acuerdo al indicador obtengo una utilidad neta \$ 3,53 por cada dólar por cada dólar que empleo de activos.

5.3.07.02 Rendimiento sobre el Patrimonio (ROE)

El índice de retorno sobre patrimonio (ROE por sus siglas en inglés) mide rentabilidad de una empresa con respecto al patrimonio que posee. El ROE nos da una idea de la capacidad de una empresa para generar utilidades con el uso del capital invertido en ella y el dinero que ha generado. (crecenegocios, La rentabilidad de una empresa, 2010)

Tabla N° 70 *Calculo ROE*

Indicador	Fórmula
R.O.E =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$
R.O.E =	$\frac{4.237,59}{4.878,50}$
R.O.E =	0,87

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis:

De acuerdo al Indicador obtengo de utilidad \$0,87 por cada dólar de capital que he puesto de mi capital Propio.

5.3.07.02 Retorno sobre la Inversión (ROI)

El índice de retorno sobre la inversión (ROI por sus siglas en inglés) es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión, es decir, la relación que existe entre la utilidad neta o la ganancia obtenida, y la inversión. (crecenegocios, 2012)

$$\text{ROI} = (\text{Utilidad neta o Ganancia} / \text{Inversión}) \times 100$$

Tabla N° 70 *Calculo ROI*

Indicador	Fórmula
ROI	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$
ROI	$\frac{4.237,59}{11138,91}$
ROI	0,38

Fuente: Propia

Elaborado por: Jeanine Achig

Análisis:

De acuerdo al Indicador obtengo de utilidad de \$ 0,38 por cada dólar que he invertido.

CAPITULO VI

6.0 ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1 Impacto Ambiental

El impacto Ambiental que se ocasionara esta operación del emprendimiento es muy bajo en las actividades de cada proceso, no se genera contaminación al aire, suelo, agua en las actividades que se realizara en la empresa debido a que sus actividades realizadas son muy mínimas que no afecta al medio ambiente ; no solo se beneficiara a sí mismo como oportunidad de ser un emprendedor líder; si no que también beneficiara a la población mediante la concientización del cuidado del medio ambiente, por su producto de elaboración de cascadas de fuente agua adicionado algo natural.

6.2. Impacto Económico

El Impacto económico que tendrá al realizar este proyecto es positivo debido a que se generara rentabilidad; ya que es un proyecto innovador cuyos productos no están difundidos totalmente en el mercado.

6.3. Impacto Productivo

Es un proyecto productivo cuya implementación apoya a la matriz productiva que ayudará a muchas familias a tener fuentes de empleo generando estabilidad económica así mismo es un producto que contribuirá a ayudar a mejorar el medio ambiente con este adicional implementando plantas naturales beneficiando al cuidado del medio ambiente y estabilidad económica para el país.

6.4. Impacto Social

Es positivo es un aporte hacia la comunidad ya que se espera que las personas del mismo sector se beneficien de las actividades de esta microempresa empleados, proveedores, comunidad, mediante la creación de plazas de empleo para que sus habitantes mejoren su calidad de vida.

CAPITULO VII

7.1 Conclusiones

- El proyecto es viable por los ingresos operacionales obtenidos ; donde Van es Positivo 4947,73 y la TIR 34,55% mayor al TMAR por lo cual proyecto es rentable , la recuperación de la Inversión será en un tiempo de 1 año 5 meses tiempo estimado que estará dentro de los parámetros de recuperación , se obtendrán ganancias como lo demuestran los estados financieros y los indicadores económicos ROE , ROA Y ROI ; el estudio Financiero genera resultados positivos por lo que la microempresa tendrá futuro y será rentable desde el primer año de su implementación.
- Es un producto factible debido a que es un producto innovador de decoración adicionado un valor agregado como el Bonsái natural que contribuya al medio ambiente.
- El estudio de mercado realizado en el sector Ñaquito fue positivo ya que existe una gran población que estaría dispuesto a adquirir este producto para su hogar , existen clientes que prefieren obtener artículos de decoración más aún si es gran parte de la naturaleza siendo algo natural y no artificial.

- Es un proyecto que apoyará a la matriz productiva con la generación de fuentes de empleo y estabilidad económica beneficiando al sector ,además de mejorar la calidad de vida ; de sus habitantes, proveedores que son quienes saldrán beneficiados por ser un proyecto que ayudará al crecimiento económico del sector.
- Este proyecto es positivo debido a que es un producto que preserva y valora la naturaleza apoyando a cuidado del medio ambiente, busca poder contribuir con una pequeña parte al cuidado de la naturaleza, mediante la adquisición de este producto que beneficiará a nuestro planeta con su valor agregado al utilizar una planta natural.

7.2 Recomendaciones

- Apoyar este tipo de proyecto de emprendimiento como una fuente nueva de generación de empleo y apoyo a la comunidad para la generación de fuentes de empleo y estabilidad económica tanto para la comunidad como para el país.
- Profundizar el estudio de mercado dado que el proyecto es rentable enfocándose a otros sectores de la población debido a que hay muchas personas que prefieren tener en su hogar una parte de la naturaleza.
- Potencializar la generación de este producto que no afecte al medio ambiente permitiendo valorar más naturaleza mediante la obtención de este producto con un valor agregado único para los clientes.
- Apoyar el trabajo de los artesanos, teniendo en cuenta sus habilidades al momento de realizar este producto; utilizando su imaginación y creatividad que va plasmándolos en nuevos diseños para su comercialización.

Bibliografía

- Arkiplus (2013) ,Historia del diseño de interiores. Recuperado de <http://www.arkiplus.com/historia-del-diseno-de-interiores>
- Banco Central del Ecuador (2017), Inflación. Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Javier Navarro (2016) ,Definición ABC Tasa de Interés ,Recuperado de <https://www.definicionabc.com/economia/tasa-de-interes.php>
- Tejera Jorge (2010), Que es PIB, Recuperado de <https://www.aporrea.org/actualidad/a103977.html>
- Banco Central del Ecuador (2017), Tasa Pasiva Efectiva Referencial. Recuperado de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=pasiva
- Anzil Federico (2010), zona económica concepto de Control. Recuperado de <http://www.zonaeconomica.com/control>
- GestioPolis.com Experto. (2001)¿Qué es gestión comercial? .Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
- Thompson Iván (2015), El estudio de Mercado, Recuperado de <https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Crecenegocios.com (2015), Modelo de Encuesta, Recuperado de <https://www.crecenegocios.com/modelo-de-encuesta/>
- Carrasquero R. Domingo. (2004). Estudio de mercado y de factibilidad de producto. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/estudio-de-mercado-y-de-factibilidad-de-producto/>

Florencia Ucha (2012) Sitio: Definición ABC. Máquina. Recuperado de
<https://www.definicionabc.com/general/maquina.php>

Enciclopedia Financiera (2017) ,Bienes y Servicios .Recuperado de
<http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-bienes-y-servicios.html>

Palacios Jorge (2014), Tipos de Equipos Máquinas y Herramientas. Recuperado de
<http://empastadosdelibros.com/tipos-de-equipos-maquinas-y-herramientas-que-se-utilizan-en-el-proceso-de-encuadernacion-y-empastados-de-libros/>

Eduardo Aranguren (2011) semejanzas de Maquinaria y Herramienta. Recuperado de
<http://empastadosdelibros.com/tipos-de-equipos-maquinas-y-herramientas-que-se-utilizan-en-el-proceso-de-encuadernacion-y-empastados-de-libros/>

Enciclopedia Financiera (2017), Costo Ventas, Recuperado de
<http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-costo-de-ventas.html>

Sabino, C. A. (1995). *Tecnicas de Obtencion de Información* .Recuperado de
<http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-costo-de-ventas.html>

Ventura, S. (s.f.). *El proceso Productivo*. Recuperado de <http://www.proceso-productivo.com/.html>

Valencia Walter (2011) Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial, La demanda Insatisfecha. Industrias Data.

Ávila Macedo Juan José (2003) Economía, Ediciones Umbral, México, pág. 45

Planas, F. C. (2009). *Guía práctica para la creación de empresas*. publicaciones universitat rovir i virgili , Primera Edicion , Tarragona, pag. 143 - 208.

Sena, P. (1978). *Guia Metodologica Para Promocion Establecimiento Y Asesoría De Formas Asociativas de Trabajo y Servicio , LICCA CIR , Bogota , pag . 13 .*

soyconta.mx. (2013). Diferencias entre endeudamiento y apalancamiento.

Urbina Gabriel Baca, José Sergio Romero Vallejo (2014) Grupo Proyectos Ambientales en la Industria Editorial Patria, pag103 - 288 páginas

Brunetti Collesei, Vescovi y Sostero (2004) Librería como negocio Economía Administración (primera edición) México Análisis de costos para hortalizas ecológicas Hugo Escobar

- Velázquez Perea Luis Enrique, (2016) Desarrollo de Habilidades en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, Editorial: Velázquez, México pág. 75
- Maín J. Nicolás, Montiel Eduardo Luis, Niels (2014) Evaluación de inversiones estratégicas Ketelhörn LID Editorial, México .pag.92

Sabino Carlos A. (1978) Guía Metodológica Para Promoción Establecimiento Y Asesoría De Formas Asociativa de Trabajo y Servicio Proyecto Sena Técnicas de obtención de información, Colombia 102- 184 páginas

Colín Barrow (2002) Pearson Educación, Libro Administre sus finanzas, Pearson Educación, Argentina 172 - 192 páginas.

Fuentesaz Gallego Carmen, Icart Isern M. Teresa, Anna M. Pulpón Segura (2006) Ediciones Universitat Barcelona, Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina Editorial Limusa S.A. de C.V Grupo Noriega, Barcelona, pág. 101

Herrera José Adolfo (2013) Evaluación de Proyectos de Construcción, Editorial LIMUSA, México pag.91

ANEXOS



Anexo 1

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig



Anexo 2

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig



Anexo 3

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig



Anexo 4

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig



Anexo 5

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig



Anexo 6

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig



Anexo 7

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig



Anexo 8

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig



Anexo 9

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig



Anexo 10

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig



Anexo 11

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig



Anexo 12

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

“Apoyar al sector productivo mediante un estudio de factibilidad para el desarrollo de una microempresa dedicada a la producción de cascadas para decoración dentro del hogar en el Sector Nayón del Distrito Metropolitano de Quito 2017”



Anexo 13

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

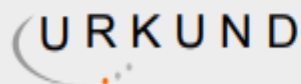
“Apoyar al sector productivo mediante un estudio de factibilidad para el desarrollo de una microempresa dedicada a la producción de cascadas para decoración dentro del hogar en el Sector Nayón del Distrito Metropolitano de Quito 2017”



Anexo 14

Fuente: Propia
Elaborado por: Jeanine Achig

“Apoyar al sector productivo mediante un estudio de factibilidad para el desarrollo de una microempresa dedicada a la producción de cascadas para decoración dentro del hogar en el Sector Nayón del Distrito Metropolitano de Quito 2017”



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Marcia Achig.pdf (D30297361)
Submitted: 2017-08-30 19:36:00
Submitted By: janine19912011@hotmail.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

tesis de helado.docx (D23115850)
USHIÑA CAGUANA MISHELLE.pdf (D30286375)
MERCY KARINA QUISHPE (Copia de NXPowerLite).docx (D19604715)
TESIS COMPLETA.docx (D19521529)
TATIANA ELIZABETH LANDAZURI.pdf (D23806903)
Urkund_Toapanta_Jessica_Banca_2017.docx (D26679506)
FABRICIO AYALA.docx (D30273523)
TESIS FACTIBILIDAD JESSY NORMAS APPA.docx (D23324775)
<http://docplayer.es/39653049-Universidad-de-cuenca-facultad-de-ciencias-agropecuarias-carrera-de-ingenieria-agronomica.html>
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Dise%C3%B1o-De-Interior/78926044.html>
<https://es.slideshare.net/mabilirivas/diseo-en-interiores-en-la-edificacin-de-la-unidad-educativa>
<http://www.arkiplus.com/historia-del-diseno-de-interiores>
<http://www.zonaeconomica.com/control>
<https://es.scribd.com/doc/73411757/Que-diferencias-y-semejanzas-hay-entre->
<https://www.crecenegocios.com/retorno-sobre-la-sobre-inversion-roi/>

Instances where selected sources appear:

41