



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA
PRODUCCIÓN

APOYAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE UN ESTUDIO
DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
PROTECTORES PARA LAPTOPS, UBICADA AL QUITO NORTE,
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018.

Trabajo de titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Industrial y de la Producción

Autor: Jefferson Paul Tabango Lechon

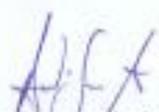
Tutor: Ing. Fausto Soria

Quito, 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 21 de diciembre del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **Tabango Lechon Jefferson Paúl**, de la carrera de Administración Industrial y de la Producción, cuyo tema de investigación fue: **APOYO AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PROTECTORES PARA LAPTOPS, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Ing. Fausto Soria
Tutor de Proyectos



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
RECIBIDO



Ing. Carla Guerrero
Delegada Unidad de Titulación

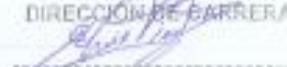
Delegada Unidad de Titulación



Ing. Germán Benavides
Lector de Proyectos



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA



Ing. Christian Guerrero

Director de Carrera

DECLARATORIA

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 de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Jefferson Paul Tabango Lechon

CC: 1725520959

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Jefferson Paul Tabango Lechon** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No..... 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 Jeff Accesorios con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Jefferson Paul Tabango Lechon

CEDULA

CC: 1725520959

Quito, mayo 2018

AGRADECIMIENTO

Antes que nadie mi agradecimiento es a Dios por sus bendiciones, salud y vida, por darme la fuerza y perseverancia para poder culminar con éxito mi carrera.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por el valioso aporte profesional y humano, por inculcarnos valores personales, laboral y profesional en el transcurso de estos 3 años a favor de culminar esta desafiante carrera.

Gracias al Ing. Fausto Soria por su tiempo, recomendaciones, por impartir sus conocimientos conmigo y por guiarme en el transcurso de la realización de este proyecto de factibilidad, y a mis queridos maestros que con amor y paciencia supieron impartir sus conocimientos, virtudes, responsabilidades, valores a fin de hacer de nosotros unos buenos profesionales de ejemplo.

A mis padres por ser hasta el día de hoy mi apoyo, guía y un ejemplo a seguir que pese a las situaciones difíciles supieron inculcarme valores como la perseverancia para poder culminar mis estudios, no menos importantes a mis queridas hermanas que son mi adoración y mi motivo a seguir y ser un ejemplo para ellas. A mi amiga, novia MiMi que estuvo en todo el transcurso de mi carrera y que a pesar de nuestras diferencias y desigualdades estuviste conmigo.

DEDICATORIA

Este logro y éxito se lo dedico primero a Dios que es el único que permite que las cosas sucedan y que me ha dado la salud y vida para poder culminar el estudio que es importante en mi vida y en segundo a la mujer mas linda que existe en este mundo que es la bendición mas grande que tengo. Este logro es para ti Mami Maria Beatriz Lechon Te Amo Mucho Madre gracias por estar a mi lado en todo momento y darme energía para seguir adelante ,eres tu el motor que siempre me a impulsado.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARATORIA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT.....	xvii
CAPÍTULO I.....	1
1. Introducción	1
1.01 Antecedentes	2
CAPÍTULO II	4
2. Análisis situacional.	4
2.01 Ambiente externo.....	4
2.01.01. Factor Económico	5
2.01.01.01. Producto Interno Bruto (PIB).....	5
2.01.01.02. Inflación.	6
2.01.01.03. Tasa de Interés.....	7
2.01.01.03.01. Tasa de interés activa	7
2.01.01.03.02. Tasa de interés pasiva.....	8
2.01.01.04 Riesgo País	9
2.01.01.05 Balanza Comercial	11
2.01.02 Factor Social.....	12
2.01.02.01 Crecimiento Poblacional	12

2.01.02.02. Población económicamente activa. (PEA).....	13
2.01.02.03 Desempleo.....	14
2.01.02.04 Empleo	15
2.01.03. Factor legal.....	16
2.01.03.01 Certificado del artesano calificado (JNDA).....	16
2.01.03.02. Registro Único del Contribuyente (RUC).....	16
2.01.03.03. Patente Municipal	17
2.01.03.04. Licencia única de actividad económica (LUAE)	17
2.01.03.05. Permisos de Funcionamiento	18
2.01.03.06. Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.....	18
2.01.03.07. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).....	19
2.01.04. Factor Tecnológico.	19
2.02. Factor Local	20
2.02.01 Clientes.	20
2.02.02 Proveedores.....	21
2.02.03. Competidores	21
2.03. Análisis FODA.....	22
2.03.01 Fortalezas	22
2.03.02 Oportunidades	23
2.03.03 Debilidades	23
2.03.04 Amenazas	23
2.04. Propuesta Estratégica.	24
2.04.01 Misión	24
2.04.02. Visión.....	25
2.04.03. Objetivos	26
2.04.03.01. Objetivo General.....	26

2.04.03.02. Objetivos Específicos.....	26
2.04.04. Principios y/o valores.....	26
2.04.05. Gestión Administrativa.....	27
2.04.05.01. Organigrama estructural.....	27
2.04.06. Gestión Operativa.....	28
2.04.07. Gestión Comercial.....	30
2.04.07.01. Producto.....	31
2.04.07.02. Precio.....	31
2.04.07.03. Plaza.....	32
2.04.07.04. Promoción.....	32
2.04.07.05. Publicidad.....	32
2.04.07.05.01. Logotipo.....	33
2.04.07.05.02. Tarjeta de presentación.....	34
CAPÍTULO III.....	35
3. Estudio de mercado.....	35
3.01 Análisis del consumidor.....	35
3.01.01. Determinación de la población y muestra.....	35
3.01.01.01. Población.....	36
3.01.01.02. Muestra.....	36
3.01.02 Técnicas de obtención de la información.....	38
3.01.02.01 Encuesta.....	38
3.01.03 Análisis de la información.....	41
3.02 Oferta.....	53
3.02.01 Oferta histórica.....	53
3.02.02. Oferta actual.....	53
3.02.03 Oferta proyectada.....	53

3.03. Productos sustitutos	54
3.04 Demanda	54
3.04.01 Demanda histórica.	54
3.04.02 Demanda actual.....	55
3.04.03. Demanda proyectada.....	55
3.05. Balance oferta- demanda.....	56
3.05.01. Balance actual	56
3.05.02. Balance Proyectado.....	56
CAPITULO IV.....	57
4. Estudio Técnico	57
4.01 Tamaño del proyecto.....	57
4.01.01. Capacidad instalada	57
4.01.02. Capacidad óptima.....	58
4.02 Localización	59
4.02.01. Macro localización.....	59
4.02.02. Micro-localización	60
4.02.03. Localización optima.....	60
4.03 Ingeniería del producto	61
4.03.01. Definición del Bien	61
4.03.02 Distribución de la planta.	61
4.03.02.01. Plano de la planta	62
4.03.03 Proceso productivo.....	62
4.03.04. Maquinaria y equipos.....	64
CAPITULO V	65
5. Estudio financiero	65
5.01. Ingresos	65

5.01.01. Ingresos operacionales	65
5.01.02. Ingresos no operacionales	66
5.02 Costos.....	66
5.02.01. Costos Directos	66
5.02.02. Costos Indirectos de Fabricación	67
5.02.03. Gasto Administrativo	67
5.02.04. Gasto de ventas	68
5.02.05. Gasto financiero	69
5.02.06. Costo fijo.....	69
5.02.07. Costo Variable.....	70
5.03. Inversiones	70
5.03.01. Inversión Fija	70
5.03.02. Activos Fijos	71
5.03.03. Activos Nominales	71
5.03.04. Capital de trabajo	72
5.03.05. Fuentes de financiamiento y uso de fondos	72
5.03.06. Amortización del financiamiento.....	73
5.03.07. Depreciaciones	74
5.03.08. Estado de situación inicial.....	74
5.03.09. Estado de resultados proyectado	76
5.03.10. Flujo de caja	76
5.04. Evaluación financiera.....	77
5.04.01. Tasa de descuento	77
5.04.02. Valor Actual Neto (VAN).....	78
5.04.03. Tasa Interna de Retorno (TIR)	78
5.04.04. Periodo de recuperación de la inversión	78

5.04.05. Relación costo beneficio	81
5.04.06. Punto de equilibrio.....	81
5.04.07. Análisis de indicadores financieros	83
5.04.07.01. ROA (Retorno sobre los activos).....	83
5.04.07.02. ROE (Retorno sobre el patrimonio).....	84
5.04.07.03. ROI (Retorno sobre la inversión).....	84
CAPITULO VI.....	85
6. Análisis de impactos	85
6.01 Impacto ambiental.....	85
6.02 Impacto económico.....	86
6.03. Impacto productivo	87
6.04 Impacto social	87
CAPITULO VII	88
7. Conclusiones y recomendaciones	88
7.01 Conclusiones.....	88
7.02 Recomendaciones	89
Bibliografía	90
ANEXOS	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 :Porcentajes históricos del PIB	5
Tabla N° 2: Porcentajes de Inflación (2016-2018)	6
Tabla N° 3: Porcentajes de la Tasa de Interés Activa	8
Tabla N° 4: Tasa de Interés Pasiva por meses	9
Tabla N° 5: Datos Riesgo País	10
Tabla N° 6: Porcentaje del crecimiento poblacional.....	12
Tabla N° 7: Desempleo por ciudades.....	14
Tabla N° 8: Empleo por ciudades	15
Tabla N° 9: Detalle de los equipos de producción.....	20
Tabla N° 10: Proveedores	21
Tabla N° 11: Fortalezas.....	22
Tabla N° 12: Oportunidades	23
Tabla N° 13: Debilidades	23
Tabla N° 14: Amenazas	23
Tabla N° 15: Definición de la Misión	25
Tabla N° 16: Definición de la Visión.....	25
Tabla N° 17: Población de Quito	36
Tabla N° 18: Porcentaje de edades	41
Tabla N° 19: Tabulación género	42
Tabla N° 20: Pregunta 1	43
Tabla N° 21: Pregunta 2.....	44
Tabla N° 22: Pregunta 3.....	45
Tabla N° 23: Pregunta 4.....	46
Tabla N° 24: Pregunta 5.....	47
Tabla N° 25: Pregunta 6.....	48
Tabla N° 26: Pregunta 7.....	49
Tabla N° 27: Pregunta 8.....	50
Tabla N° 28 : Pregunta 9.....	51
Tabla N° 29 : Pregunta 10.....	52
Tabla N° 30: Oferta presente	53
Tabla N° 31: Oferta proyectada	54

Tabla N° 32: Demanda presente	55
Tabla N° 33: Demanda programada	55
Tabla N° 34: Balance presente.....	56
Tabla N° 35: Balance presente.....	56
Tabla N° 36: Periodos en minutos por proceso	58
Tabla N° 37: Capacidad instalada.....	58
Tabla N° 38: Capacidad óptima.....	59
Tabla N° 39: Macrolocalización	59
Tabla N° 40: Factores de localización	61
Tabla N° 41: Distribución de áreas del proyecto	61
Tabla N° 42: Plano de la planta	62
Tabla N° 43: Maquinaria y Equipo.....	64
Tabla N° 44: Ingreso por años de los estuches personalizados	65
Tabla N° 45: Ingresos proyectados por años	66
Tabla N° 46: Materia prima directa	66
Tabla N° 47: Mano de obra directa.....	67
Tabla N° 48: M. Indirectos de Fabricación.....	67
Tabla N° 49: CIF.....	67
Tabla N° 50: Gastos de administración	68
Tabla N° 51: Gastos de venta	68
Tabla N° 52: Gastos financieros	69
Tabla N° 53: Costos fijos.....	69
Tabla N° 54: Costos variables.....	70
Tabla N° 55: Inversión fija	70
Tabla N° 56: Activos fijos	71
Tabla N° 57: Activos diferidos	71
Tabla N° 58: Capital de trabajo	72
Tabla N° 59: Fuente de financiamiento.	73
Tabla N° 60: Monto y tasa de interés.....	73
Tabla N° 61: Letras por mes de amortización	74
Tabla N° 62: Depreciación de bienes	74
Tabla N° 63: Estado de situación inicial.....	75
Tabla N° 64: Estados de resultados a diciembre del 2018.....	76

Tabla N° 65: Flujo de efectivo	77
Tabla N° 66: Tasa de descuento	77
Tabla N° 67: Cálculo de la tasa de descuento y Tasa interna de retorno	78
Tabla N° 68: Periodo de recuperación	78
Tabla N° 69: Recuperación a valores corrientes	79
Tabla N° 70: Recuperación a valores actualizados	80
Tabla N° 71: 68 RCB	81
Tabla N° 72: Punto de equilibrio	82
Tabla N° 73: Retorno de los activos	83
Tabla N° 74: Retorno sobre el patrimonio	84
Tabla N° 75: Retorno sobre la inversión.....	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Protector Laptop corbata.....	3
Figura N° 2. Datos históricos del PIB.....	5
Figura N° 3: Valores de la Balanza Comercial	11
Figura N° 4: PEA por grupo de edad.	13
Figura N° 5: Mapa de procesos de la microempresa	27
Figura N° 6: Ciclo Deming.....	28
Figura N° 7: Flujograma del proceso productivo de los protectores	29
Figura N° 8: Ubicación del proyecto	32
Figura N° 9: Red Social	33
Figura N° 10: Logotipo.....	33
Figura N° 11: Tarjeta de presentación	34
Figura N° 12: Frecuencia de edades	41
Figura N° 13: Porcentaje edades.....	42
Figura N° 14: Pregunta 1	43
Figura N° 15: Pregunta 2	44
Figura N° 16: Pregunta 3	45
Figura N° 17: Pregunta 4	46
Figura N° 18: Pregunta 5	47
Figura N° 19: Pregunta 6	48
Figura N° 20: Pregunta 7	49
Figura N° 21: Pregunta 8	50
Figura N° 22: Pregunta 9	51
Figura N° 23: Pregunta 10	52
Figura N° 24: Macrolocalización.....	59
Figura N° 25: Microlocalización	60
Figura N° 26: Proceso productivo	63
Figura N° 27: Punto de equilibrio.....	83

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Estilo de protectores de laptops.....95

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene el propósito de la implementación de una microempresa productora y comercializadora de protectores personalizados para laptops, ubicada en el sector norte del distrito metropolitano de Quito, año 2018, los mismos que contarán con diseños personalizados y únicos que existen en nuestro país. Además los protectores para laptops personalizados, es una idea de innovación y una alternativa para el cuidado de los equipos informáticos portátil, idea con la que se piensa llegar a las personas creando una cultura de cuidado en los equipos informáticos.

El proyecto pretende tener una gran acogida en el mercado por su innovación e idea única el objetivo es llegar a todos los estudiantes, trabajadores y todas las personas que posean una laptop.

El estudio de factibilidad de este proyecto abarca el análisis de la acogida del producto, el sector, sus análisis financiero, la recuperación de la inversión entre otros factores que tiene relación con la investigación del emprendimiento de esta microempresa con fin de obtener ganancias y generar fuentes de trabajo.

En la elaboración de este proyecto se puede apreciar una de las ventajas más sobresalientes en la competencia, y es que existen en el mercado estuches o forros elaborados de tela que también ayudan al cuidado de laptops sin embargo JEFF ACCESORIOS cuenta con un producto con detalles extras y únicos que harán de las personas que lo adquieran algo único y útil.

Palabras claves: comercialización. Personalización, estudio de mercado, estudio técnico, innovación.

ABSTRACT

This project has the purpose of the implementation of a micro-producer and marketer of protectors, custom laptops, located in the northern part of the Metropolitan District of Quito, year 2018, which with designs custom and unique to that exist in our country. In addition, custom laptop care is an idea of innovation and an alternative to portable computer equipment care, an idea that is intended to reach people in creating a culture of care in computer equipment.

The project preends to have a great success in the market for its innovation and idea only aims to reach all students, workers and all people who have a laptop.

The feasibility study for this project includes the analysis of the reception of the product, its financial analysis, the return on investment and other factors that are related to the research of the development of this micro-enterprise to end of profit and generate work sources.

In the elaboration of this project you can see one of the advantages more outstanding in the competition, and exist in the market cases or elaborate fabric liners that also help the care of laptops however JEFF accessories account with a product with extra details and unique that they will make those who acquire it something unique and useful.

Key words: marketing, Personalization, study market, technical study, innovation.

CAPÍTULO I

1. Introducción

El sector manufacturero en el Ecuador, después del petróleo y banano, es de gran importancia en la contribución del crecimiento del país, siendo así el desarrollo artesanal un pilar fundamental de la cultura y economía.

“La acción de las micro, pequeñas y medianas empresas tiene un impacto del 40% en el PIB. Los artesanos son un puntal de este sector económico” (Productividad, 2013, pág. 4)

La micro-empresa JEFF Accesorios tiene como objetivo aportar a este desarrollo artesanal formando parte de la matriz productiva del país mediante la creación de una micro empresa dedicada a la producción de estuches o protectores personalizados para laptops

Los protectores para laptops personalizados, es una idea de innovación y una alternativa para el cuidado de los equipos informáticos portátil, idea con la que se piensa llegar a las personas creando una cultura de cuidado en los equipos informáticos.

Los protectores de laptops están fabricados a base de harina de fécula de maíz y silicona los mismos que poseen características; propia, única y personalizada que harán de la persona que lo adquiera algo único y original.

A lo largo del desarrollo de la investigación se analizara la factibilidad del producto sus costos, ganancia, proyección del presupuesto y la acogida que este pueda tener en el mercado.

1.01 Antecedentes

El en transcurso de la historia proteger los elementos más queridos ha sido un factor de vital importancia, gracias a ello la invención de novedosos artículos como los protectores, que nos ayudan a cumplir satisfactoriamente este objetivo.

Los protectores comienzan su desarrollo histórico desde los comienzos de la cultura japonesa y china, donde los primeros protectores inventados tenían el propósito de proteger a los guardias reales y a los samuráis de las hojas afiladas de sus espadas, desde aquí surge la idea de crear una especie de contenedores para proteger algunos artículos.

Así continuo su desarrollo hasta la edad media, donde la confección de elementos protectores para almohadas o la ropa se empezó a utilizar comúnmente. Estos fueron los primeros protectores con utilidad domestica conocidos.

En la actualidad las fundas han evolucionado tanto, que existen tal infinidad de ellas que solo aremos alusión a las más peculiares y utilizadas.

- Protectores para laptops

Estos protectores son muy variados; diseñados especialmente para cuidar laptops, por lo general están construidos en materiales flexibles como plástico, algodón o tela

Materiales para la elaboración de los protectores personalizados.

- Fécula de maíz.

Es obtenida mediante un proceso de fermentación del maíz dando como resultado una harina muy fina, que dependiendo de las necesidades es utilizada

en sectores como la gastronomía e industria, como es en este caso es la materia primordial en la elaboración de los protectores personalizados.

- Silicón

La silicona caliente es un adhesivo termoplástico que sirve, como todo adhesivo, para pegar dos superficies. La silicona caliente como tal se presenta en forma de barra cilíndrica sólida. En este estado no es adhesiva, requiere de una herramienta que permita derretir y aplicar la silicona. Para ello se utiliza una pistola de calor. La silicona se funde en el interior de la pistola y se aplica en caliente, con una textura viscosa, de ahí se ve la alternativa de utilizarla como uno de los materiales para elaborar los protectores personalizados.



Figura N° 1: Protector Laptop corbata
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

CAPÍTULO II

2. Análisis situacional.

“El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno”.(Segovia, 2015)

Análisis:

Para conocer los factores que influyen en el correcto funcionamiento de la microempresa se debe estudiar cada una de las determinantes que harán posible poner en marcha al proyecto de los protectores personalizados para laptops.

2.01 Ambiente externo.

Las empresas en todo el mundo ven condicionado su funcionamiento y gestiona un conjunto de factores que constituyen lo que se denomina el entorno empresarial. Por tanto, el desempeño en las organizaciones ya no sólo dependerá de su comportamiento empresarial, sino también de las condiciones imperantes en el ámbito externo.(Luz, 2016).

Análisis:

Estudiar el entorno externo de la microempresa permite tener una noción sobre el ambiente que la rodea, es decir saber sobre el mercado la posible competencia y las oportunidades y amenazas que favorecerían al proyecto.

2.01.01. Factor Económico

“Las actividades económicas que constituyen el proceso económico son ejercidas generalmente no por individuos sino por grupos de individuos que denominamos unidades económicas.” (Pozo, 1978)

2.01.01.01. Producto Interno Bruto (PIB)

Es la suma de todos los bienes y servicios finales que produce un país o una economía, tanto si han sido elaborados por empresas nacionales o extranjeras dentro del territorio nacional, que se registran en un periodo determinado (generalmente un año). (Livio, 2012).

Tabla N° 1 : Porcentajes históricos del PIB

AÑO	PORCENTAJE
2013	4,5
2014	3,08
2015	0,30
2016	-1,90
2017	2,06
2018	2.50

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jeferson Tabango

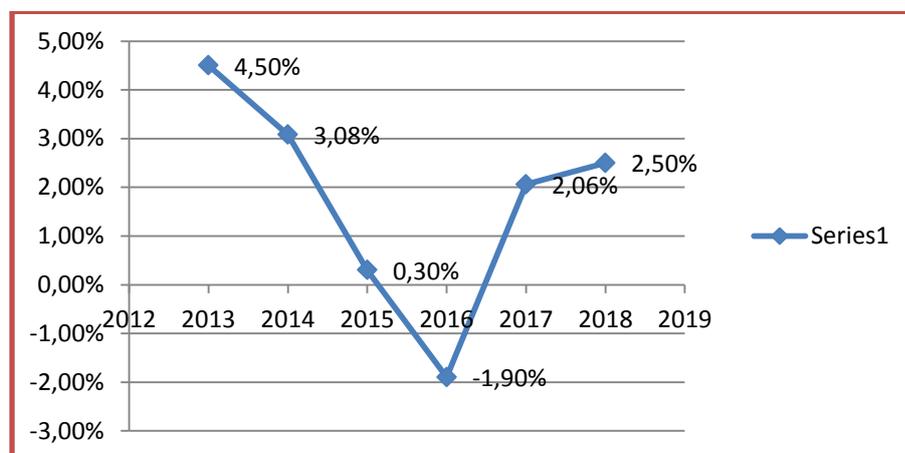


Figura N° 2. Datos históricos del PIB
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

De acuerdo a la figura con datos presentados por el Banco Central del Ecuador, el PIB ha tenido un crecimiento constante durante los últimos 5 años, a pesar que en el año anterior se pronosticó que el PIB para el 2018 incrementaría en un 1,9% pero en la actualidad se encuentra en el 2,50% esto favorece al proyecto debido que retornaran las inversiones al país presentando una oportunidad para el proyecto.

2.01.01.02. Inflación.

La inflación ocurre cuando sube el nivel general de precios. En la actualidad se calcula mediante índices de precios, promedios ponderados de los precios de miles de productos individuales. El índice de precios al consumidor (IPC) mide el costo de una canasta de bienes y servicios de consumo a precios de mercado en relación con el costo de dicha canasta en un año base dado. (Samuelson, 2010)

Tabla N° 2: Porcentajes de Inflación (2016-2018)

FECHA	VALOR
Marzo-31-2018	-0.21 %
Febrero-28-2018	-0.14 %
Enero-31-2018	-0.09 %
Diciembre-31-2017	-0.20 %
Noviembre-30-2017	-0.22 %
Octubre-31-2017	-0.09 %
Septiembre-30-2017	-0.03 %
Agosto-31-2017	0.28 %
Julio-31-2017	0.10 %
Junio-30-2017	0.16 %
Mayo-31-2017	1.10 %
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 %
Agosto-31-2016	1.42 %
Julio-31-2016	1.58 %
Junio-30-2016	1.59 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Abril-30-2016	1.78 %

Fuente: INEC

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

De acuerdo a los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), la inflación con datos mensuales desde abril del año 2016 a marzo del 2018 presenta una disminución significativa que en la actualidad se encuentra en -0,21%, representando para el proyecto una oportunidad en lo que se debe al capital de trabajo a un precio bajo, pero para la venta del producto representaría una amenaza

2.01.01.03. Tasa de Interés

“En el ámbito financiero, retribución que se paga o recibe por utilizar o prestar una determinada cantidad de dinero por un periodo determinado. Sus porcentajes se calculan en base del porcentaje acordado, obviamente debe ser legalmente aceptado”.(Delgado, 2003).

2.01.01.03.01. Tasa de interés activa

Concedidas en el sistema financiero realizadas en las cuatro semanas Para el segmento comercial corporativo calculada con el promedio ponderado por monto de las tasas de interés efectivas pactadas en todas las operaciones de crédito procedentes a la semana de publicación, tiene una vigencia mensual.(Aguirre, 2009)

Tabla N° 3: Porcentajes de la Tasa de Interés Activa

FECHA	VALOR
Abril-30-2018	7.63 %
Marzo-31-2018	7.26 %
Febrero-28-2018	7.41 %
Enero-31-2018	7.72 %
Diciembre-31-2017	7.83 %
Noviembre-30-2017	7.79 %
Octubre-31-2017	7.86 %
Septiembre-30-2017	8.19 %
Agosto-31-2017	7.58 %
Julio-31-2017	8.15 %
Junio-30-2017	7.72 %
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 %
Agosto-31-2016	8.21 %
Julio-31-2016	8.67 %
Junio-30-2016	8.66 %
Mayo-31-2016	8.89 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

Según los datos de grafica anterior la tasa de interés activa presenta una reducción de acuerdo al mes de abril del 2017 a comparación del año actual que se encuentra con el 7,63%, es decir que para la microempresa representa una oportunidad, ya que las los bancos y/o cooperativas al momento de dar un crédito a Jeff accesirios lo hará en un porcentaje bajo.

2.01.01.03.02. Tasa de interés pasiva

“Es el valor porcentual que paga un banco o una institución financiera como contraprestación de los depósitos a plazo que recibe del público”.(Delgado, 2003)

Tabla N° 4: Tasa de Interés Pasiva por meses

FECHA	VALOR
Abril-30-2018	4,99 %
Marzo-31-2018	4,96 %
Febrero-28-2018	5,06 %
Enero-31-2018	4,98 %
Diciembre-31-2017	4,95 %
Noviembre-30-2017	4,91 %
Octubre-31-2017	4,80 %
Septiembre-30-2017	4,97 %
Agosto-31-2017	4,96 %
Julio-31-2017	4,84 %
Junio-30-2017	4,80 %
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 %
Septiembre-30-2016	5,78 %
Agosto-31-2016	5,91 %
Julio-31-2016	6,01 %
Junio-30-2016	6,00 %
Mayo-31-2016	5,47 %

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

A pesar de la nueva política que optó el Gobierno Nacional no habido un incremento en la tasa activa ya que en la actualidad se encuentra en 4,99% con respecto al año anterior se encontraba en 5,08%, es decir que esto afecta al proyecto ya que no hay una cifra representativa para lograr una inversión adecuada.

2.01.01.04 Riesgo País

El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos

de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice o como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.(Banco Central del Ecuador, 2018)

Tabla N° 5: Datos Riesgo País

FECHA	VALOR
Agosto-20-2018	721.00
Agosto-19-2018	706.00
Agosto-18-2018	706.00
Agosto-17-2018	706.00
Agosto-16-2018	699.00
Agosto-15-2018	714.00
Agosto-14-2018	703.00
Agosto-13-2018	720.00
Agosto-12-2018	687.00
Agosto-11-2018	687.00
Agosto-10-2018	687.00
Agosto-09-2018	656.00
Agosto-08-2018	648.00
Agosto-07-2018	635.00
Agosto-06-2018	627.00
Agosto-05-2018	623.00
Agosto-04-2018	623.00
Agosto-03-2018	623.00
Agosto-02-2018	625.00
Agosto-01-2018	622.00
Julio-31-2018	603.00
Julio-30-2018	604.00
Julio-29-2018	584.00
Julio-28-2018	584.00
Julio-27-2018	584.00
Julio-26-2018	585.00
Julio-25-2018	607.00
Julio-24-2018	627.00
Julio-23-2018	639.00
Julio-22-2018	642.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

El Riesgo País de acuerdo a los datos que se presenta una amenaza ya se encuentra en un valor alto, es decir, que las inversiones extranjeras serán mínimas por lo cual no beneficiaría a la microempresa.

2.01.01.05 Balanza Comercial

“La balanza comercial se considera como el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período, usualmente puede ser mensual, trimestral o anual. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones”(Stiglitz, 1994)

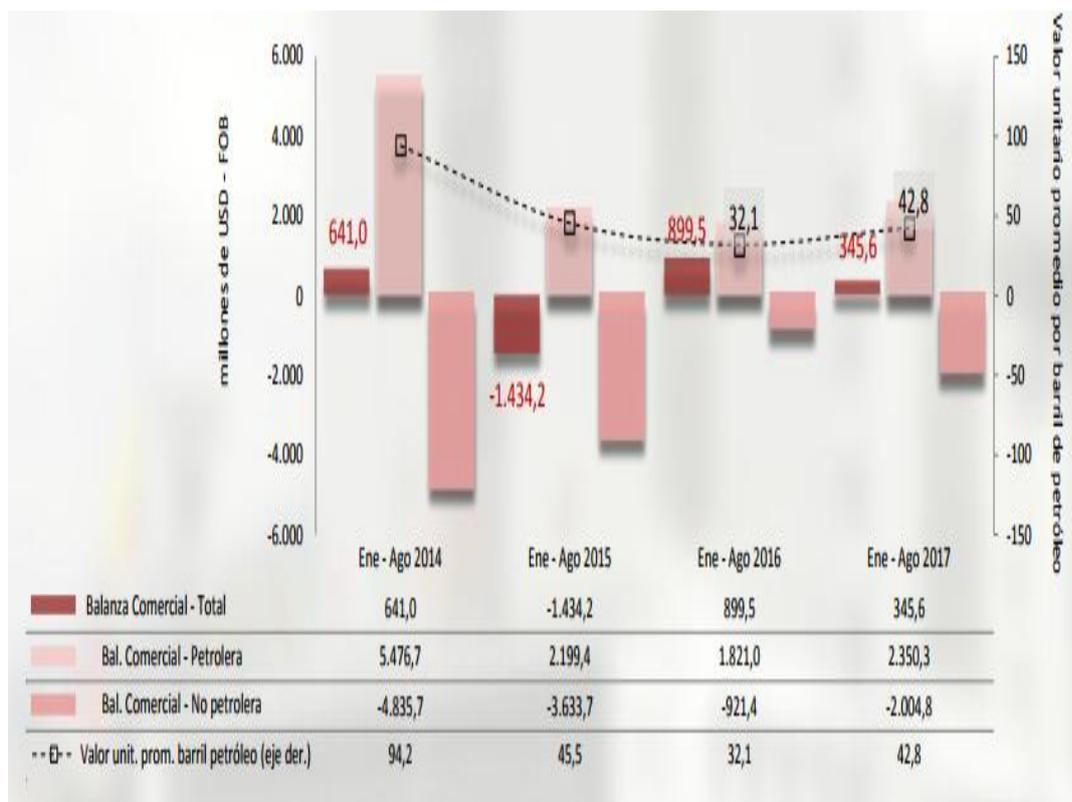


Figura N° 3: Valores de la Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

Según la gráfica anterior la Balanza Comercial se encuentra en déficit, esto significa que los recursos obtenidos por las importaciones son más altos que los de las exportaciones, esto tiene un impacto medio para la microempresa debido a que con la producción de un producto novedoso como son los protectores personalizados JEFF accesorios aportaría generando recursos a las exportaciones del país.

2.01.02 Factor Social

“El factor social permite evaluar si el producto o servicio que generará la empresa, tiene alguna pertinencia e impacto en los futuros consumidores, dependiendo de su nivel de ingresos, estrato social al cual pertenece, costumbres, tradiciones, valores, etc.”(Galindo, 2008)

2.01.02.01 Crecimiento Poblacional

Tabla N° 6: Porcentaje del crecimiento poblacional

Años	Población	Porcentaje
2011	15 055 986	1.64 %
2012	15 298 387	1.61 %
2013	15 540 403	1.58 %
2014	15 782 114	1.56 %
2015	16 023 640	1.53 %
2016	16 272 968	1.56 %
2017	16 526 175	1.56 %
2018	16 783 322	1.56 %

Fuente: INEC

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

En los últimos años el porcentaje de crecimiento poblacional a incrementado significativamente, lo cual representa una oportunidad para implementar el presente proyecto ya que con el incremento constante de personas se genera nuevas necesidades favoreciendo directamente a la microempresa en nuevas oportunidades para la venta de su producto.

2.01.02.02. Población económicamente activa. (PEA)

PEA incluye a las personas que actualmente laboran y aquellas que están dispuestas a hacerlo y no consiguen trabajo. Corresponde a todas las personas de 10 años y más que trabajaron al menos una hora en la semana de referencia; o aquellas personas que aún no trabajaron, tuvieron trabajo (ocupados), o aquellas personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar (desocupados). (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2016)

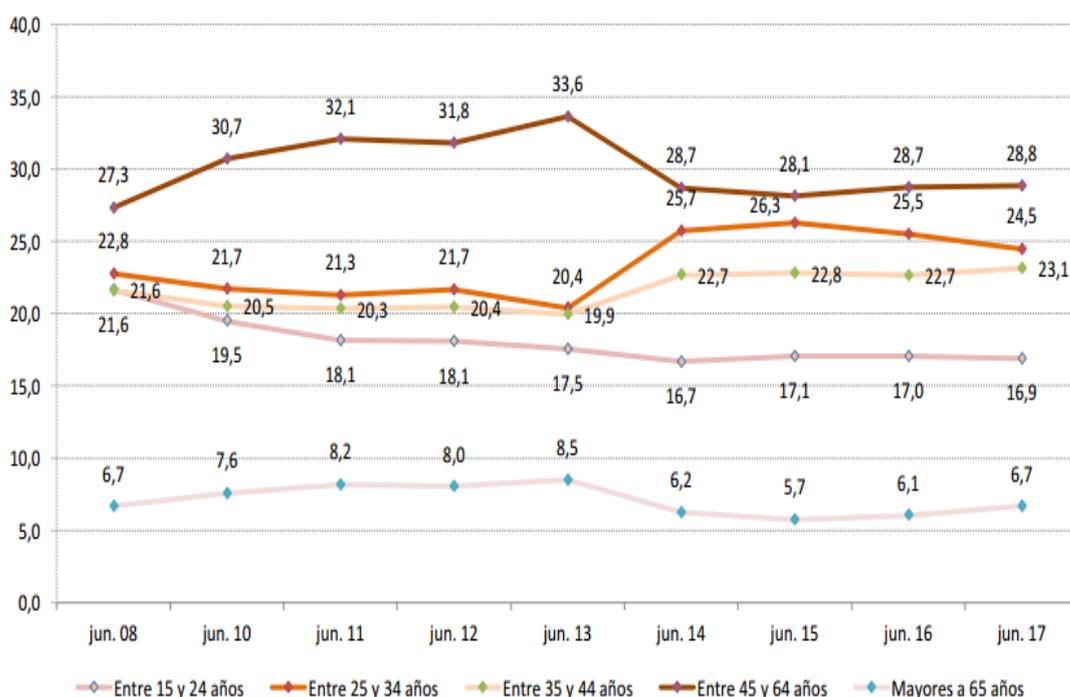


Figura N° 4: PEA por grupo de edad.

Fuente: INEC

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

Los grupos que más aportan en la actividad económica del país se encuentran en los rangos de 25 a 34 y de 45 a 64 años, por lo cual el presente proyecto está enfocado a las personas que poseen un trabajo estable es decir que se encuentran económicamente activos.

2.01.02.03 Desempleo

Situación de una economía en la que parte de sus recursos productivos se hallan sin utilizar. Hace referencia a la desocupación de la mano de obra o factor trabajo, si no se dice otra cosa. Conjunto de todos los individuos que no tienen un empleo ya se encuentren en el proceso de búsqueda de un nuevo trabajo o no puedan encontrar ninguno, dado el salario real existente.(González, 2009)

Tabla N° 7: Desempleo por ciudades

PERIÓDO	QUITO	GUAYAQUIL
sep-10	5,80%	10,00%
sep-11	4,20%	5,80%
sep-12	3,40%	6,50%
sep-13	4,70%	5,50%
sep-14	4,90%	3,90%
sep-15	5,20%	4,90%
sep-16	8,70%	5,70%
dic-16	9,10%	6,40%
mar-17	9,10%	5,10%
jun-17	7,80%	5,30%
sep-17	7,80%	4,60%

Fuente: INEC

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

Según los datos anteriores la tasa de desempleo ha incrementado, representando para el proyecto una oportunidad ya que generará nuevas plazas de trabajo y a la vez tendrá gran fuente de mano de obra apta para desarrollar las actividades necesarias para obtener el producto

2.01.02.04 Empleo

“El empleo es un concepto económico que hace referencia a la situación en la cual todos los ciudadanos en edad laboral productiva-población activa, y que desean hacerlo, tienen trabajo”.(Mojica, 2011)

Tabla N° 8: Empleo por ciudades

PERIODO	QUITO	GUAYAQUIL
sep-10	94,20%	90,00%
sep-11	95,80%	94,20%
sep-12	96,60%	93,50%
sep-13	95,30%	94,50%
sep-14	95,10%	96,10%
sep-15	94,80%	95,10%
sep-16	91,30%	94,30%
dic-16	90,90%	93,60%
mar-17	90,90%	94,90%
jun-17	92,20%	94,70%
sep-17	92,20%	95,40%

Fuente: INEC

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

Con la reducción de la tasa de empleo en la provincia de Pichincha significa un impacto medio para la implementación de la microempresa, ya que el empleo está en constante reducción porcentual afectando a la generación de recursos económicos a las personas que son directamente clientes que comparan los protectores personalizados.

2.01.03. Factor legal.

2.01.03.01 Certificado del artesano calificado (JNDA)

Certificado que le permitirá a la empresa desenvolver funciones con exento de impuestos. El certificado se obtiene siempre y cuando no sobrepase de 15 empleados ni tampoco sobrepase ingresos anuales de \$87.500 dólares. Para la obtención del permiso se debe realizar:

Adquirir la solicitud en la Junta Nacional de Defensa del Artesano

- El formulario
- La declaración juramentada
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Tipo de sangre solo otorgado por la Cruz Roja del Ecuador.

2.01.03.02. Registro Único del Contribuyente (RUC)

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria. Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador. Corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos.(Servicio de Rentas Internas, 2017).

La microempresa JEFF accesorios esta implementada y representado por una persona natural. Y los documentos básicos que requiere para su funcionamiento son:

- Original de la cedula de identidad o ciudadanía.
- Original del certificado de votación
- Original y copia de la planilla de servicio básico (agua, luz o teléfono) o contrato de arrendamiento del local comercial.

- Trámite sin costo directo para el contribuyente.

2.01.03.03. Patente Municipal

Es un documento obligatorio que se debe sacar en la ciudad de Quito para poder ejercer cualquier actividad económica. El cual se declara y se paga anualmente el impuesto generado por dicha actividad para obtener este documento se debe portar la siguiente documentación

- Copia de cédula
- Copia de papeleta votación
- Copia del RUC.

2.01.03.04. Licencia única de actividad económica (LUAE)

Es un documento otorgado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito que tiene como finalidad habilitar la ejecución de una actividad económica y tienen diferentes autorizaciones como: Uso y Ocupación de Suelo (ICUS), Sanidad, Prevención de Incendios, Identificación de la Actividad Económica (Rótulo), Ambiental, Turismo, y por convenio de cooperación Ministerio del Interior (Intendencia de Policía), para la obtención de la LUAE se debe presentar la siguiente documentación.

- Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o representante legal.
- Copia de RUC.
- Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones (Persona natural o Representante legal).

- Trámite sin costo.

2.01.03.05. Permisos de Funcionamiento

Es un permiso de apertura de un establecimiento que es otorgado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria de acuerdo a la actividad económica que realice la microempresa.

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Cédula de identidad.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,

2.01.03.06. Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

El permiso de Bomberos en la ciudad de Quito se emite a todo local previo a la aprobación de su funcionamiento. Se otorga de acuerdo según el tipo de actividad y riesgo.

Requisitos para obtener el permiso de bomberos:

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

“El permiso de los bomberos se lo actualiza cada año. Las empresas de categoría dos y tres (de mayor riesgo) lo sacan como requisito previo para obtener la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE). El trámite es gratuito”.(Foros, 2015)

2.01.03.07. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

Empleador) Ingresar a la página web www.iess.gob.ec Servicios por Internet, escoger Empleadores, actualizar datos del registro patronal, escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico), ingresar los datos obligatorios que tienen asterisco, digitar el número de Ruc.(Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2017)Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral: (solicitud de clave para

Para registrarse se deberán acercar con los siguientes :

- Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de un servicio básico (agua, luz o teléfono)
- Original de la cédula de ciudadanía. (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2017)

2.01.04. Factor Tecnológico.

La tecnología constituye una de las variables fundamentales a tener en cuenta por la empresa, puesto que genera constantemente nuevas oportunidades y amenazas. El

marketing debe estar atento a las grandes tendencias tecnológicas de su entorno, al acelerado ritmo del cambio de dichas tendencias, a las casi ilimitadas oportunidades de innovación, etc. (Benguéchea, 1999)

Análisis:

En este factor posteriormente se tratará sobre la maquinaria y equipos necesarios para la elaboración de los protectores personalizados que a continuación se detallan.

Tabla N° 9: Detalle de los equipos de producción

ITEM	DETALLE	ITEM	DETALLE
1	Pistola de silicón	1	Taza recipiente
2	Tijera	2	Cocina
3	Pintura acrílica	3	Artículos decorativos
4	Acuarelas		
5	Maicena		
6	Cinta adhesiva		

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

2.02. Factor Local

2.02.01 Clientes.

“Todo profesional de marketing desea que en el mercado se dé la concurrencia perfecta para poder así desarrollar las diferentes estrategias que hagan posicionar al producto y a la empresa en un lugar privilegiado.” (Astudillo Ordoñez, 2014)

Análisis:

JEFF accesorios es una microempresa que se apunta hacia 2 clientes potenciales que son:

- Estudiantes universitarios y personal ejecutivo de empresas en la parte administrativa en el sector del Distrito Metropolitano de Quito.

2.02.02 Proveedores.

“Se genera por la actividad de compra de bienes o servicios a crédito generándose una obligación que deberá ser pagada en una fecha determinada.”(Cordova, 2011)

Tabla N° 10: Proveedores

ITEM	EMPRESA	PRODUCTOS
1	Santa María	Maicena
2	Megamaxi	Maicena
3	Mega KIWI	Silicona
4	Super Paco	Acuarales y colorantes
5	PICA	Recipientes

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

La microempresa JEFF accesorios tiene como proveedores principales a los supermercados ya que estos distribuyen al por mayor, para así aprovechar los descuentos que estos ofrecen obteniendo materia prima a un bajo costo.

2.02.03. Competidores

La competencia son aquellas empresas que pretenden igualmente vender a nuestros clientes potenciales. Los competidores constituyen una de las variables microambiental más importante del entorno de la empresa. Esta tiene que identificarlos, vigilarlos y actuar en consecuencia para conseguir y mantener la lealtad de los clientes.(Benguichea, 1999)

Análisis:

La implementación de la microempresa JEFF accesorios por ser un proyecto innovador no presenta competencia debido que el emprendimiento es novedoso y nuevo, el producto es único con detalles personalizados que harán del producto algo novedoso en el mercado.

2.03. Análisis FODA.

“Matriz FODA ilustra como las oportunidades y amenazas externas se pueden relacionar con las fortalezas y debilidades alternativas estratégicas.”(Jhonson, 2007)

Permitiendo un estudio a fondo de las ventajas, desventajas, oportunidades y amenazas que puede presentarse en la investigación de este proyecto con la finalidad de buscar las estrategias competitivas que diferencien al producto y el servicio.

2.03.01 Fortalezas

Tabla N° 11: Fortalezas

Nro.	Fortalezas	Impacto		
		Alto 10 – 7	Medio 6 - 4	Bajo 0-3
1	Propuesta Estratégica	X		
2	Gestión Administrativa	X		
3	Gestión Operativa	X		
4	Gestión Comercial	X		

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

2.03.02 Oportunidades

Tabla N° 12: Oportunidades

Nro.	Oportunidades	Impacto		
		Alto 10 – 7	Medio 6 - 4	Bajo 0 – 3
1	Producto Interno Bruto PIB Sectorial		x	
2	Tasa Activa	X		
3	Población Económicamente Activa	x		
4	Tecnología	X		
5	Nicho de mercado establecido		X	
6	Inflación		X	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

2.03.03 Debilidades

Tabla N° 13: Debilidades

Nro.	Debilidades	Impacto		
		Alto 10 – 7	Medio 6 – 4	Bajo 0 – 3
1	Logística		X	
2	Concepto de marca poco potenciada	X		
3	Disponibilidad de recursos financieros		X	
4	Falta de capacitaciones		X	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

2.03.04 Amenazas

Tabla N° 14: Amenazas

Nro.	Amenazas	Impacto		
		Alto 10 – 7	Medio 6 - 4	Bajo 0 – 3
1	Competencia		x	
2	Productos Sustitutos	X		
3	Nuevos Competidores		x	
4	Aumento aranceles	X		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

Una vez realizado las tablas sobre las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas se concluye que la microempresa JEFF accesorios por ser una microempresa nueva lo que más resalta es la oportunidad de presentar una idea innovadora como es la fabricación de los protectores a base de silicona con diseños personalizados.

2.04. Propuesta Estratégica.

La propuesta de la microempresa JEFF accesorios es convencer a los clientes con un producto novedoso y de calidad, con los componentes personalizados, y de trabajo en equipo, con un precio competitivo, cómodo y accesible para el mercado en estudio, generando en el sector artesanal satisfacción y generando empleo.

2.04.01 Misión

La misión es lo que pretende hacer la empresa y para quién lo va hacer. Es el motivo de su existencia, da sentido y orientación a las actividades de la empresa; es lo que se pretende realizar para lograr la satisfacción de los clientes potenciales, del personal, de la competencia y de la comunidad en general. (Flietman, 2000)

Tabla N° 15: Definición de la Misión

ELEMENTOS PARA PLANTEAR LA MISIÓN	
Naturaleza del negocio	Fabricación y comercialización de protectores para laptops con diseños personalizados
Razón de ser o existir	Brindar calidad, diversificación y protección con los estuches en diseños personalizados para satisfacer las necesidades del cliente.
Mercado al que sirve	Estudiantes y ejecutivos administrativos del sector norte del Distrito Metropolitano de Quito.
Características del producto	Personalizados, innovadores y modernos con una amplia variedad al gusto de cada cliente.
Principios y valores	Compromiso, honestidad, puntualidad y cumplimiento.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Jeferson Tabango.

Misión

Brindar productos de alta calidad y diversificación, logrando una operación de fabricación y venta de protectores para laptops, que se oriente a cumplir las necesidades del cliente con diferentes diseños personalizados e innovadores, a fin de crear confianza y posicionar la imagen de JEFF accesorios.

2.04.02. Visión

La definición de la visión establece lo que quiere ser en el futuro la microempresa, es decir, que posición en la sociedad desea ocupar plateándose un determinado periodo de tiempo.

Tabla N° 16: Definición de la Visión.

ELEMENTOS PARA PLANTEAR LA VISIÓN	
Posición deseada en el mercado	Liderar en el mercado con los estuches para laptops en diseños personalizados en el Distrito Metropolitano de Quito.
Tiempo	5 años
Mercado de la microempresa	Distrito Metropolitano de Quito.
Productos	Nuevos diseños con mayor protección.
Principios y valores	Calidad, innovación y servicio del cliente.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Jeferson Tabango.

Visión

Busca para el año 2023 convertirse en la empresa líder en el mercado de protectores para laptops, aportando con nuevos diseños con mayor seguridad para el cliente, posicionándose en el mercado del Distrito Metropolitano de Quito.

2.04.03. Objetivos

2.04.03.01. Objetivo General

Aportar al crecimiento del sector industrial mediante la implementación de una microempresa de protectores personalizados especializada en diseños que brinden la mayor protección para laptops, permitiendo el posicionamiento de la microempresa JEFF dentro del mercado de accesorios de protección para equipos electrónicos.

2.04.03.02. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado, que me permite determinar las características del producto y su demanda.
- Diseñar el proceso productivo y elaborar el producto final considerando los requisitos del cliente.
- Diseñar un programa de promoción y publicidad para incentivar el consumo de los protectores personalizados.
- Calcular los costos de producción del producto y su rentabilidad.
- Captar nichos de mercados, y definir el sistema de distribución del producto.

2.04.04. Principios y/o valores

- **Innovación:** fomentar la creatividad dando valor agregado, generando el desarrollo de nuevas ideas al producto.
- **Solidaridad:** comprender, brindar y apoyar a cada colaborador y a la empresa en cualquier situación que atravesase sea laboral aun personal.

- **Respeto:** considerar opiniones, ideas, sugerencias de colaboradores y clientes.
Cuidar y respetar el medio en que realizamos nuestra actividad productiva.
- **Trabajo en equipo:** reconocer el trabajo y labor entre compañeros fomentando la labor en cada colaborador motivándolo a realizar su parte en la creación del producto de forma eficaz y eficiente dejando atrás las diferencias y unificando la unión para la empresa.

2.04.05. Gestión Administrativa

Para la administración de la organización dedicada a la fabricación de estuches personalizados para laptops, el proceso Gestión Administrativa es el proceso gobernante que emitirá las políticas y lineamientos para un correcto funcionamiento de la microempresa.

La cual define las funciones de cada uno de sus colaboradores y su organigrama funcional sobre las actividades a desarrollarse.

2.04.05.01. Organigrama estructural

En la siguiente figura se muestra el organigrama propuesto para el presente proyecto.

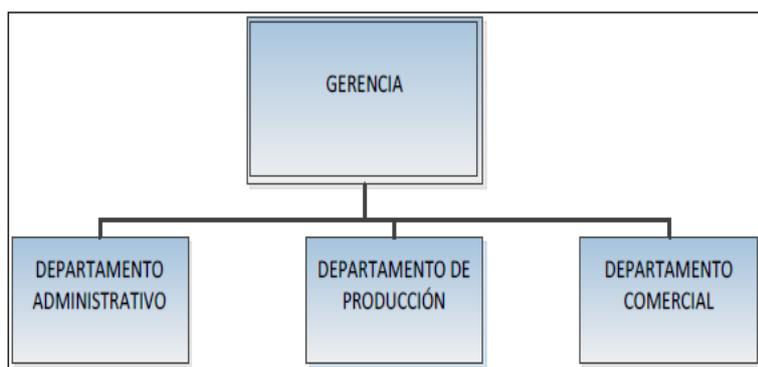


Figura N° 5: Mapa de procesos de la microempresa
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

- **Gerencia Administrativa**

Está conformado por el gerente General que da lineamientos al área administrativa y de producción.

- **Departamento administrativo**

Esta área se dedica a las ventas y a los diferentes actos administrativos contables y de personal, esta contara con una secretaria-asistente.

- **Departamento de Producción**

Esta área es donde se desarrolla las actividades productivas, para este proyecto se contara con 1 operario a tiempo completo que serán direccionados por gerencia directamente.

- **Departamento Comercial**

Esta área es donde se desarrolla las actividades comerciales, para este proyecto se contara con un vendedor a tiempo completo que serán direccionados por gerencia.

2.04.06. Gestión Operativa

Aquí se detalla los pasos sucesivos que debe seguir el proceso de elaboración de los protectores personalizados.

Para ello se utiliza la herramienta de calidad básica. Conocida como el ciclo de Deming o de calidad.

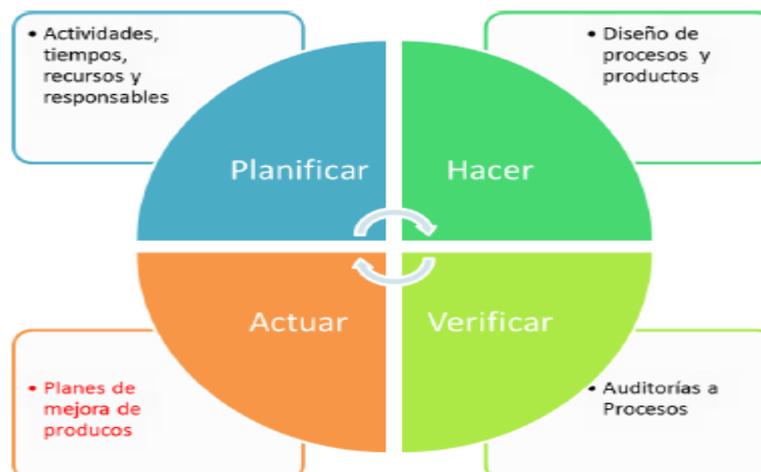


Figura N° 6: Ciclo Deming
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

Las operaciones de la empresa continúan según el proceso siguiente:

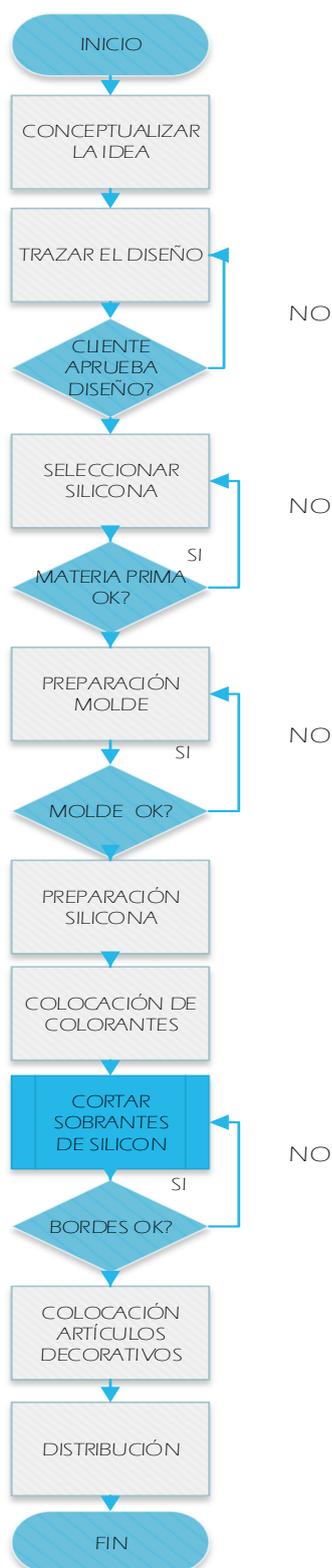


Figura N° 7: Flujograma del proceso productivo de los protectores

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

- **Preparación del molde**

Se recubre con vaselina líquida en el molde para que la separación o desmolde sea más fácil.

- **Preparación de la silicona**

Se derrite la silicona a baño María, ya que es la base principal de los estuches para laptops

- **Mezclado**

Se realiza un mezclado de la silicona derretida con el colorante y figuras definidas para el tipo de estuche que se va a obtener.

- **Moldeado**

Se vierte la silicona coloreada a los moldes de las formas definidas

- **Enfriamiento**

Luego se enfría el estuche hasta que se solidifique tomando la forma del molde.

- **Colocación de artículos decorativos**

Se coloca los artículos decorativos dependiendo según el diseño requerido por los clientes.

- **Empaquetado**

Y finalmente se empaqueta de acuerdo al pedido de los clientes, para su distribución y entrega.

2.04.07. Gestión Comercial

“Las pruebas de mercado proporcionan la información necesaria para tomar la decisión final sobre el lanzamiento de un nuevo producto.” (Astudillo Ordoñez, 2014)

2.04.07.01. Producto

El producto es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado. Es el medio para alcanzar el fin de satisfacer las necesidades del consumidor. El concepto de producto debe centrarse, por tanto, en los beneficios que reporta y no en las características físicas del mismo. (Rubio, 2006)

Análisis:

El protector personalizado, es un producto que puede presentar diferentes formas, de acuerdo a los gustos y preferencia del cliente, su característica principal es el de brindar protección.

Características:

- Producto realizado a base de silicona que no sea inflamable y que su derretimiento debe ser moderado con el calor.
- Este contiene objetos decorativos que le hacen único en su tipo.
- Puede presentar de diferentes colores.

2.04.07.02. Precio

El precio puede ser calculado de diferentes maneras, realizando nuestros propios costos de fabricación y demás costos y gastos e incluyendo el margen de ganancia, pero para nuestro proyecto también vamos a considerar el precio del mercado de productos semejantes que en la actualidad se consume.

En el capítulo 5 a estudiarse más adelante, se muestra el costo unitario de fabricación y el precio de venta.

2.04.07.03. Plaza

Se da por entender que la plaza es el sector donde se encuentra ubicado el punto de fabricación y comercialización de la microempresa JEFF accesorios, que para para el presente proyecto se encontrará en Quito Norte.



Figura N° 8: Ubicación del proyecto
Fuente: Google maps
Elaborado por: Jeferson Tabango

2.04.07.04. Promoción

El propósito de la promoción es prolongar la información sobre el producto para así enganchar y generar la compra de los estuches personalizados, las promociones que se ofrecerán serán diversas, desde descuentos por volumen, pronto pago. Ofertas en fechas especiales como son: inicio de clases o semestres, cumpleaños, etc.

2.04.07.05. Publicidad

La publicidad se utilizará por diferentes canales de comunicación, los principales serán:

- Las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram.
- WhatsApp, sms
- Radio o prensa escrita.

La principal publicidad se lo realizara por Facebook, ya que representa un bajo costo comparado con los medios tradicionales de comunicación. A continuación se presenta la página web del Facebook.



Figura N° 9: Red Social
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

2.04.07.05.01. Logotipo

Para publicitar el producto se elaboró un diseño con el nombre de “JEFF accesorios”



Figura N° 10: Logotipo
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

JEFF; por mi nombre Jefferson

Accesorios; por estar enfocado a brindar protección a equipos electrónicos.

Color rojo; por ser un color llamativo a la vez atrae la miradas de los posibles clientes.

2.04.07.05.02. Tarjeta de presentación

La tarjeta de presentación brindar una información precisa y concreta que a su vez sirve como medio de publicidad a los potenciales clientes de la microempresa JEFF accesorios.



Figura N° 11: Tarjeta de presentación
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

CAPÍTULO III

3. Estudio de mercado

Se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. (Baca, 2006)

3.01 Análisis del consumidor

Es el estudio del comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que, consideran, satisfarán sus necesidades. El comportamiento del consumidor, como una disciplina del Marketing existe desde los años 60 y se enfoca en la forma que los individuos toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero y esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo. (Baca, 2006)

Análisis:

Al realizar el estudio del consumidor debemos determinar con más exactitud cuáles son sus gustos y diseños en cuanto al producto así como también el rango de precio que estarían dispuestos a pagar por los protectores personalizados.

3.01.01. Determinación de la población y muestra

“El conjunto de todos los individuos (objetos, personas, eventos, etc.) en los que se desea estudiar el fenómeno. Éstos deben reunir las características de lo que es objeto de estudio” (Latorre, A; Ricon, Diego;, 2003)

3.01.01.01. Población

La población global: habitantes del Cantón Quito,

La población meta: habitantes del Cantón Quito, área urbana.

El total de la población de acuerdo al censo del 2010 es de 2.239.191 y en el área urbana es de 1.607.734 personas.

Tabla N° 17: Población de Quito

Población	Número
Población del DMQ	2.239.191
Área urbana DMQ	1.607.734
Población Parroquia Cotocollao (PEA)	16.435

Fuente: Secretaria de Territorio
Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

La población que se va estudiar para el presente proyecto es la población económicamente activa de la Parroquia Cotocollao, debido a que el barrio Quito Norte pertenece a esta Parroquia, es decir que se tomara como dato 16.435 habitantes para el cálculo de la muestra.

3.01.01.02. Muestra

“La fórmula que nos ayudara a encontrar el tamaño de la muestra óptima es el de la muestra finita, ya que para nuestro estudio nuestra población es menor a 100.00”

(Baca, 2006)

Análisis:

La muestra es una pequeña parte de la población, que para el análisis en el proyecto se toma la población de Cotocollao dividido para 4 miembros que conforman una familia de acuerdo a datos del último censo donde menciona que

estos son los miembros promedio que la conforman. Por lo cual sería 16.435 de la población total dando como dato para cálculo de la muestra 4.109 familias.

Determinación de la muestra.

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2 \cdot (N-1) + z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población

P= Probabilidad de ocurrencia

Q= Probabilidad de no ocurrencia

Z= Nivel de Confianza

e= Coeficiente de error

Datos:

N= 4109

P= 50%

Q= 50%

Z= 1,96

e= 5%

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)(4109)}{(0,05)^2(4109-1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 337,19 \quad n = 337$$

Análisis:

Una vez aplicado la fórmula para la obtención de la muestra se tiene como resultado 337 personas pertenecientes a la Parroquia de Cotocollao que serán sujetas a la encuesta para tener datos reales sobre la aceptación del producto, frecuencia de compra, aceptación del precio para la comercialización de los protectores personalizados.

3.01.02 Técnicas de obtención de la información

El primer paso de una investigación de mercados es analizar en profundidad la situación de partida del bien o servicio y del mercado donde actuara. Una vez definida la situación de partida y los objetivos de la investigación, el siguiente paso es planificar el proceso de búsqueda de información. Las fuentes de información pueden ser primarias o secundarias. (Nogales, 2004)

3.01.02.01 Encuesta

“La encuesta comienza con una delimitación clara de las cuestiones o materias a investigar, elaborando un listado de los temas sobre los que se quieren obtener información. El planteamiento del problema debe ser claro y unívoco, exponiendo claramente la naturaleza del problema.”(Díaz, 2009)

El modelo de encuesta para obtener información en el presente proyecto se muestra a continuación.

ENCUESTA

Escoja una de las alternativas a continuación planteadas.

Datos Generales:

Sexo: M F

Edad: 15 a 20 21 a 30 31 a 40 40 a 50

1. ¿Posee usted una computadora laptop?

SI NO

2. ¿Utiliza algún protector para su laptop?

SI NO

3. ¿Le gustaría utilizar un protector para su laptop con diseño personalizado?

SI NO

4. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un estuche de laptop?

15,00 – 20,00

21,00 – 25,00

26,00 – 30,00

31,00 adelante

5. ¿Qué característica más importante considera usted, al momento de adquirir un estuche de laptop? (con la pregunta 3)

Precio

Calidad

Durabilidad

Diseño

6. ¿En qué sitio Usted le gustaría adquirir el estuche para laptop?

- Locales
- Centros Comerciales
- Por Internet

7. Conoce algunas marcas de estuches para laptop?

SI NO

Si marco **SI** escriba una.....

8. ¿Con que frecuencia Ud. realiza compra de accesorios para su laptop?

- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

9. ¿Está usted satisfecho con los productos (accesorios de protección) que adquiere actualmente?

SI NO

¿Porque?.....

10. ¿Le gustaría que los estuches personalizados se entregue en su actividad económica?

SI NO

Muchas gracias por su colaboración...

3.01.03 Análisis de la información

Tabulación de la encuesta

Edad

Tabla N° 18: Porcentaje de edades

Rango edades	Fr	%	% acumulado
15-20	21	6,23%	6,23%
21-30	128	37,98%	44,21%
31-40	153	45,40%	89,61%
41 en adelante	35	10,39%	100,00%
Total	337	100,00%	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

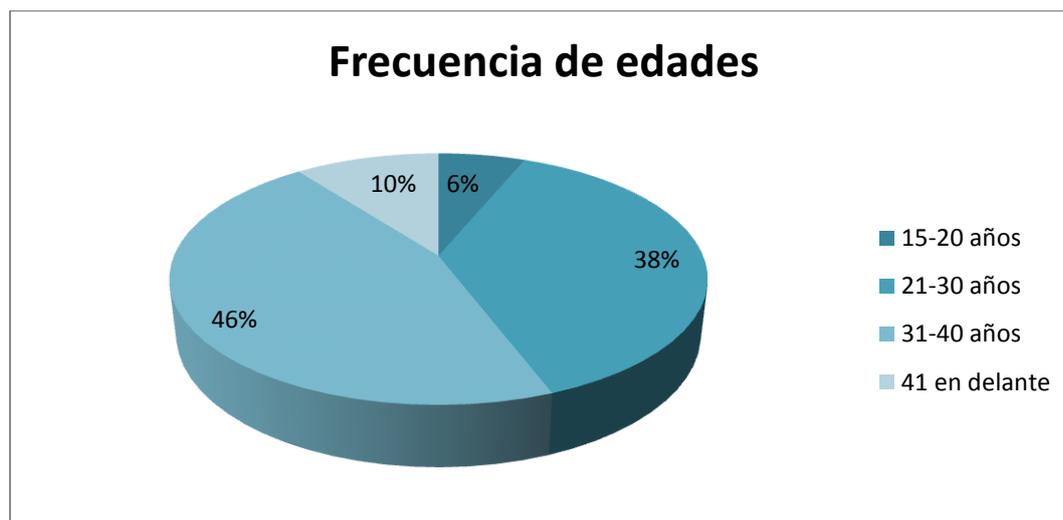


Figura N° 12: Frecuencia de edades

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

Género

Tabla N° 19: Tabulación género

detalle	Fr	%	% acumulado
Masculino	173	51,34%	51,34%
Femenino	164	48,66%	100,00%
Total	337	100,00%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jeferson Tabango

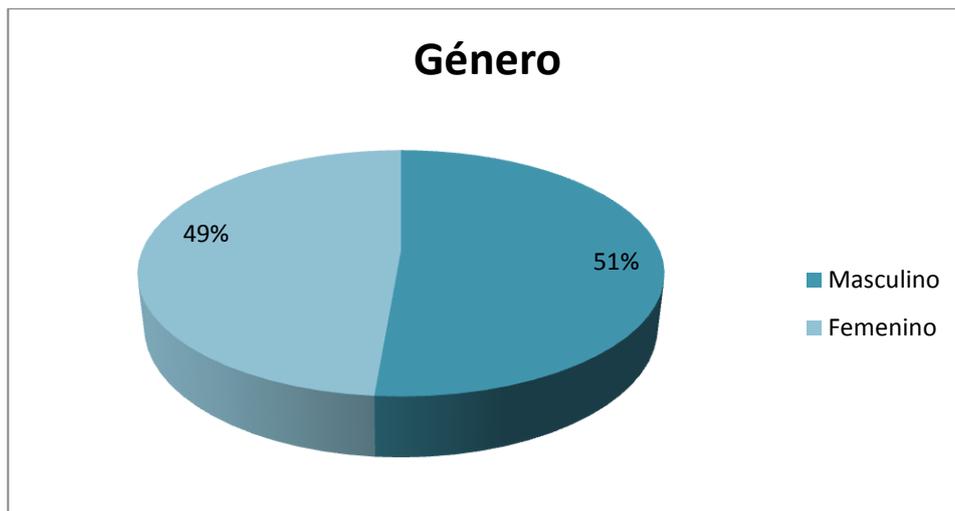


Figura N° 13: Porcentaje edades

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

Pregunta N°1: Futuros clientes

Tabla N° 20: Pregunta 1

1.- ¿Posee usted una computadora laptop?

Detalle	Fr	%
Si	300	89,02%
No	37	10,98%
Total	337	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

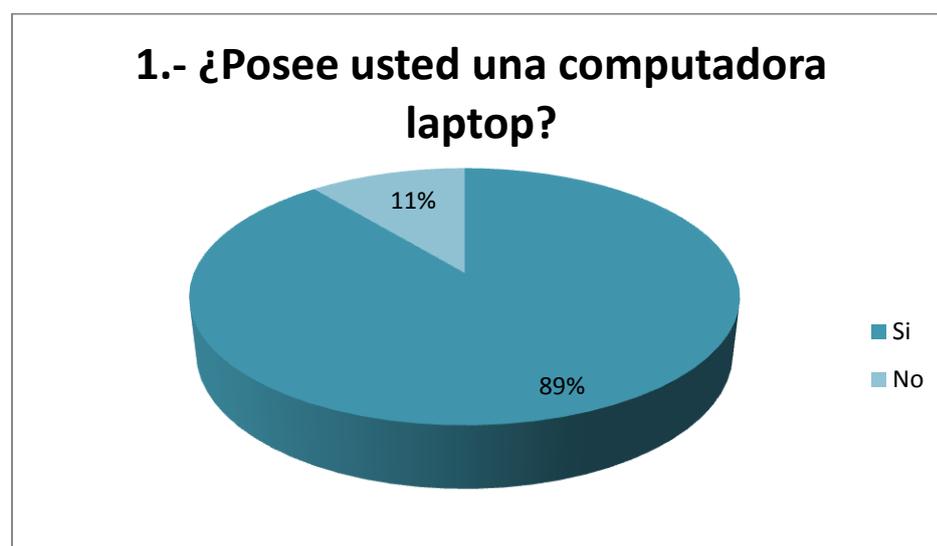


Figura N° 14: Pregunta 1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

De acuerdo a la gráfica anterior indica que el 89% de las personas encuestadas tiene una laptop, lo cual representa una oportunidad para la microempresa debido que en gran parte serán los posibles clientes.

Pregunta 2: Consumo aparente

Tabla N° 21: Pregunta 2

2.-¿Utiliza algún protector para su laptop?

Detalle	Fr	%	
Si		215	63,80%
No		122	36,20%
Total		337	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

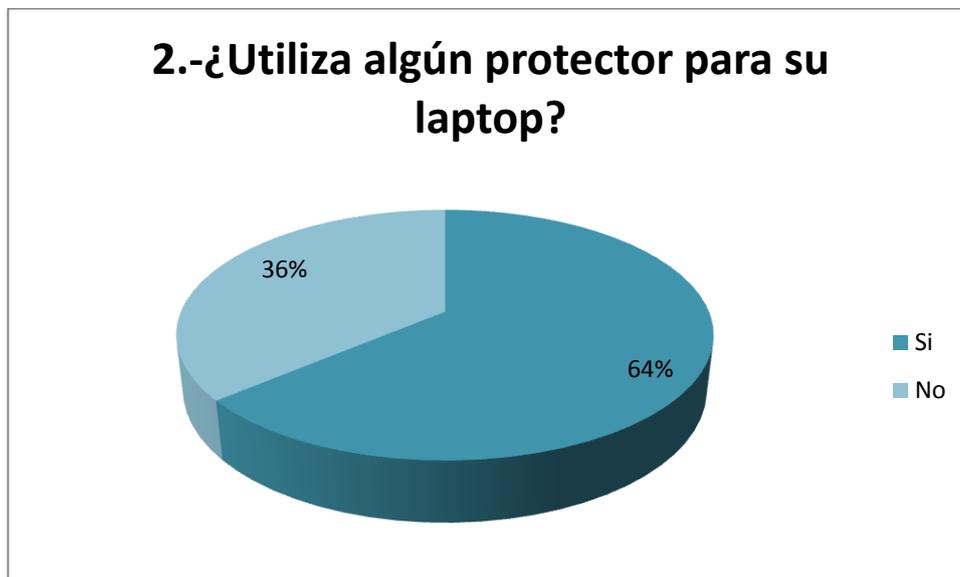


Figura N° 15: Pregunta 2

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

En esta pregunta según la tabulación de datos nos indica que el 64% de las personas utilizan algún protector para su laptop, dando por entender que hay un porcentaje alto los cuales pueden consumir los protectores personalizados.

Pregunta 3: Preferencias del producto

Tabla N° 22: Pregunta 3

3.-¿Te gustaría utilizar un protector con diseño personalizado para tu laptop?

Detalle	Fr	%	
Si	285	84,57%	
No	52	15,43%	
Total	337	100,00%	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jeferson Tabango

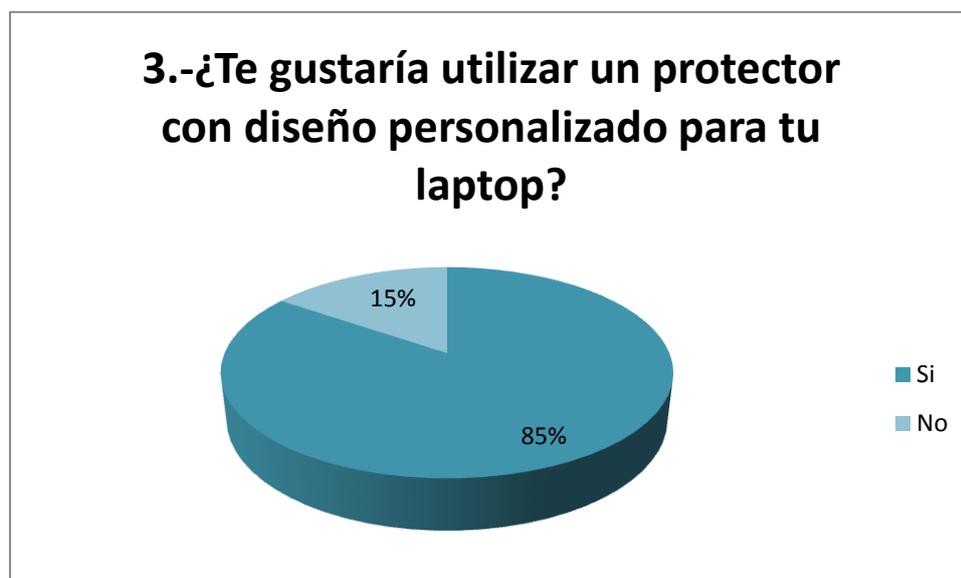


Figura N° 16: Pregunta 3

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

De acuerdo a datos en esta pregunta el 85% de las personas encuestadas aceptan o prefieren comprar un protector con diseños personalizados, representando una oportunidad para JEFF accesorios presentando su producto enfocado a un mercado objetivo amante de los diseños.

Pregunta 4: Aceptación del precio de los protectores

Tabla N° 23: Pregunta 4

4.-¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un estuche de laptop?

Detalle	Fr	%
15 a 20\$	112	33,23%
21 a 25\$	220	65,28%
26 a 30\$	5	1,48%
31\$ en adelante	0	0,00%
Total	335	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

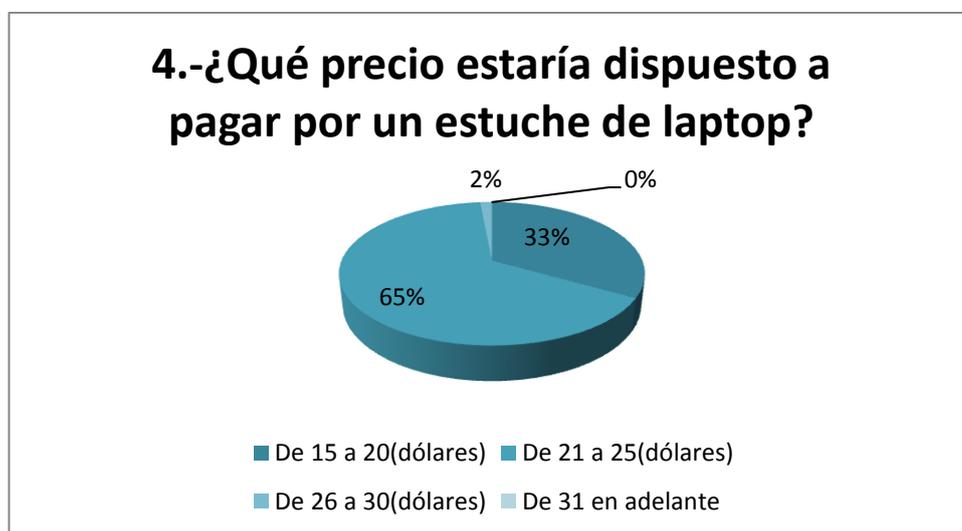


Figura N° 17: Pregunta 4

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

La presentación de los rangos de precios se lo realizo de acuerdo a precios presentes en el mercado, de la posible competencia, de lo cual se deduce que la mayoría opto por un precio de 21 a 25 dólares, es decir el 65% del total de las personas encuestadas. Cuyo valor se realizara el análisis en el capítulo siguiente del proyecto.

Pregunta 5 Características del producto

Tabla N° 24: Pregunta 5

5.-¿Qué característica más importante considera usted, al momento de adquirir un estuche de laptop?

Detalle	Fr	%
Precio	34	10,09%
Calidad	53	15,73%
Durabilidad	25	7,42%
Diseño (protección)	225	66,77%
Total	337	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

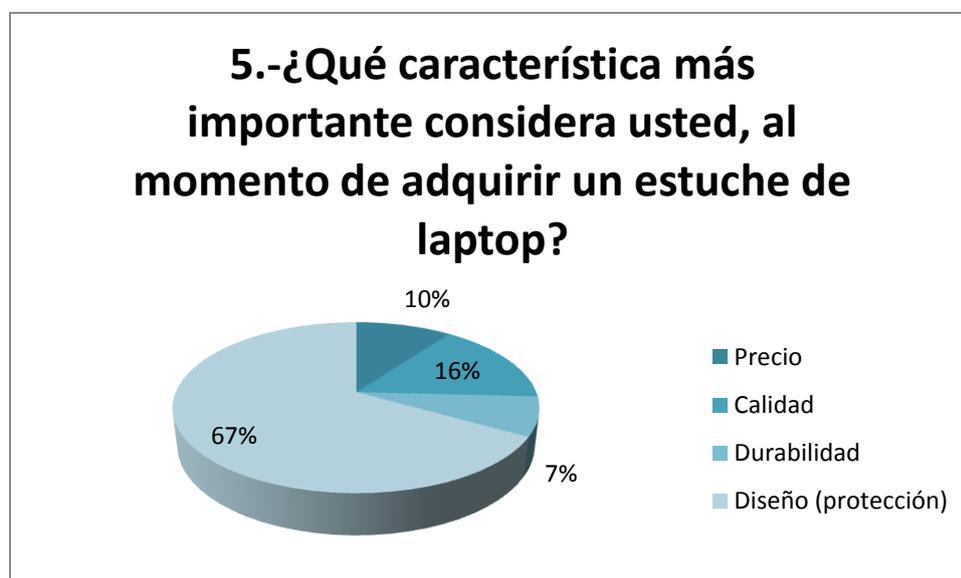


Figura N° 18: Pregunta 5

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

Las características presentadas en esta pregunta reflejan opciones que se presentan a los encuestados, de las cuales el diseño personalizados enfocado a dar mayor protección obtuvo el mayor porcentaje del 67%, dicha característica será tomada en cuenta la momento de su fabricación.

Pregunta 6: Lugares de distribución

Tabla N° 25: Pregunta 6

6.-¿En qué sitio Usted le gustaría adquirir sus accesorios para laptop?

Detalle	Fr	%
Locales	39	11,57%
Centros comerciales	11	3,26%
Pedidos por internet	287	85,16%
Total	337	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

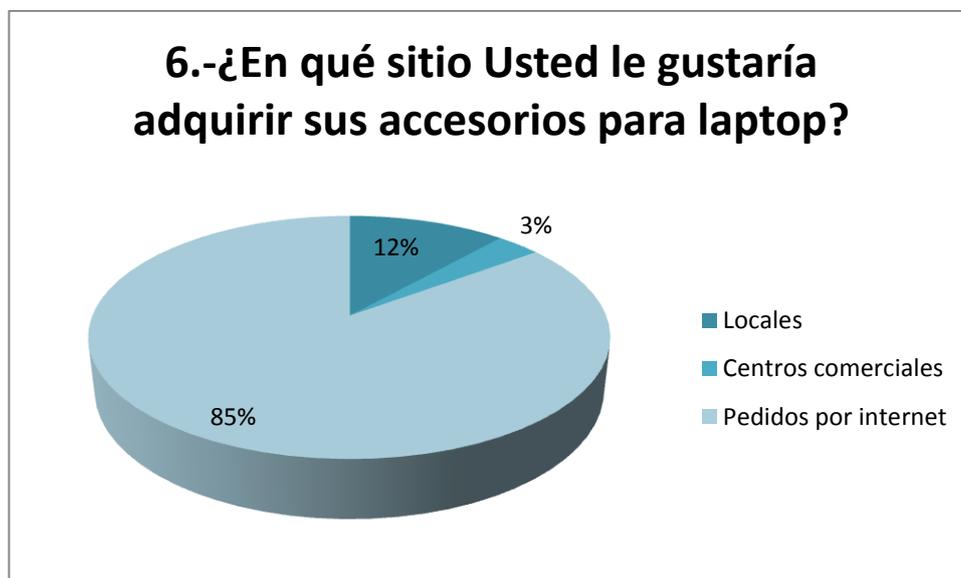


Figura N° 19: Pregunta 6

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

Debido a la facilidad de que las personas tienen para acceder a una plataforma de internet la mayoría de las encuestadas optó por los pedidos por internet, representando un 85%, lo cual representa una oportunidad para el proyecto ya que reducirá costos de distribución de los protectores.

Pregunta 7: Mercado en la actualidad

Tabla N° 26: Pregunta 7

7.-Conoce algunas marcas de estuches para laptop?

Detalle	Fr	%	
Si		34	14,35%
No		203	85,65%
Total		237	100,00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jeferson Tabango

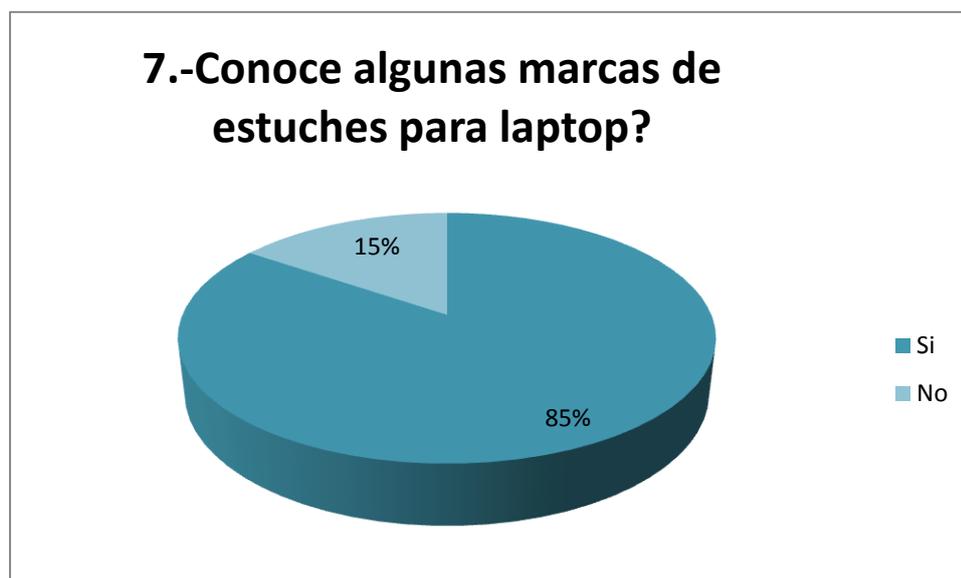


Figura N° 20: Pregunta 7

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

De acuerdo a los datos presentados en la anterior figura muestran que lamayoria de las personas no tienen una marca de estuche en especial, es decir que el proyecto tendrá más oportunidades en presentar su producto estrella.

Pregunta 8: Frecuencia de compra

Tabla N° 27: Pregunta 8

8.-¿Con que frecuencia Ud. realiza la compra de accesorios para su laptop?

Detalle	Fr	%	
Mensual	5	1,48%	
Trimestral	32	9,50%	
Semestral	85	25,22%	
Anual	215	63,80%	
Total	337	100,00%	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jeferson Tabango

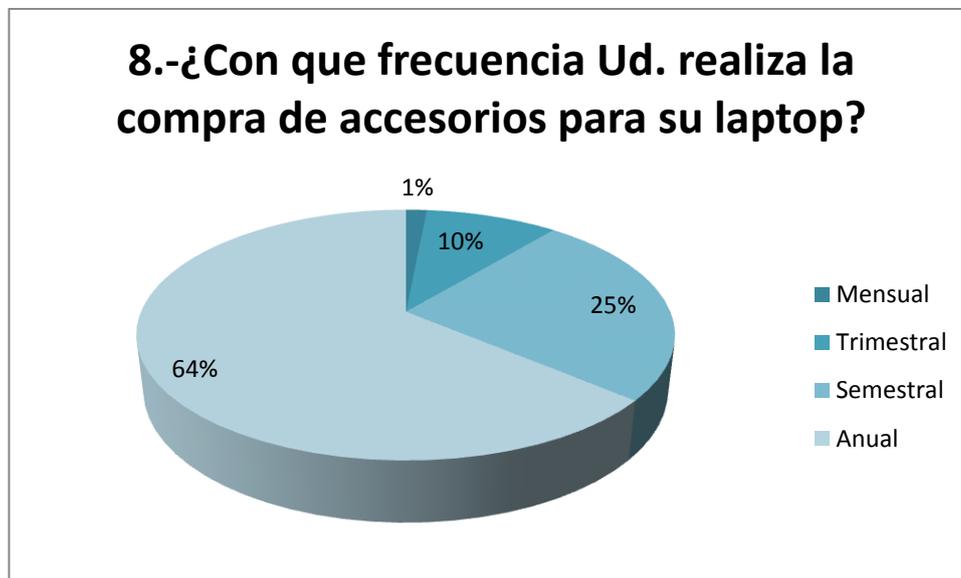


Figura N° 21: Pregunta 8

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

Una vez tabulado los datos nos indica que la frecuencia de compra es anual representando el 64% del total de los datos, es decir que este dato servirá para el calcula de la demanda en puntos posteriores.

Pregunta 9: Consumismo

Tabla N° 28 : Pregunta 9

9.-¿Está usted satisfecho con los productos (accesorios de protección) que adquiere actualmente?

Detalle	Fr	%
Si	55	16,32%
No	282	83,68%
Total	337	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jeferson Tabango



Figura N° 22: Pregunta 9

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

De acuerdo a los encuestados muestran datos que el 84% no están conformes con los estuches que últimamente han venido comprando, de ahí viene la necesidad de presentar un estuche nuevo con diferentes diseños.

Pregunta 10: Servicio de distribución

Tabla N° 29 : Pregunta 10

10.- ¿Le gustaría que los estuches personalizados se entregue en su actividad económica?

Detalle	Fr	%	
Si	293	86,94%	
No	44	13,06%	
Total	337	100,00%	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jeferson Tabango

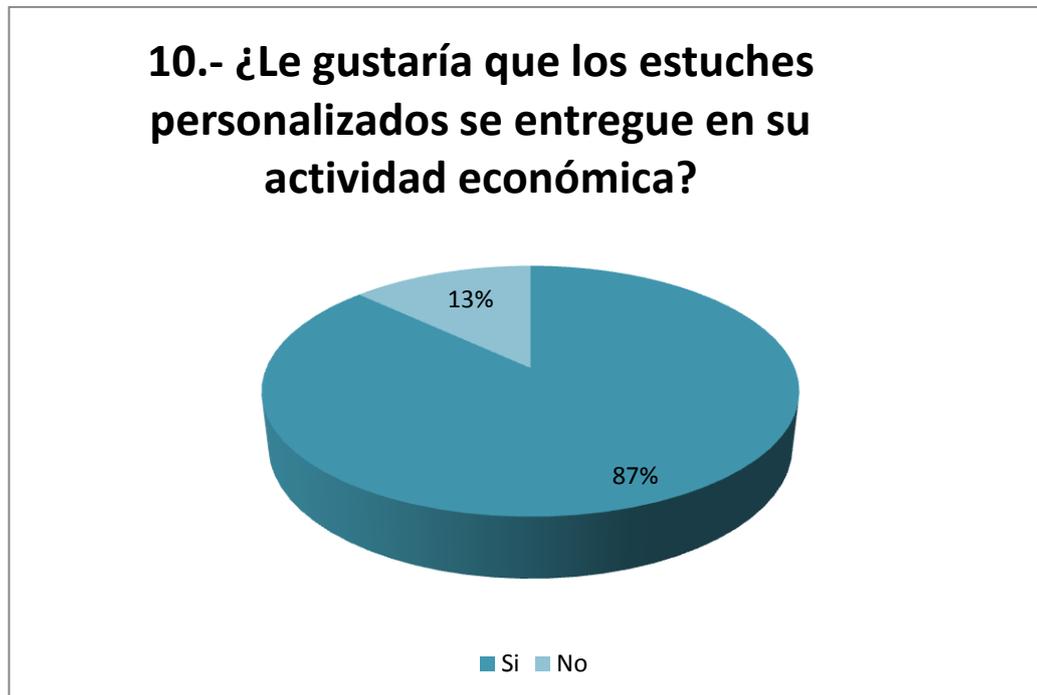


Figura N° 23: Pregunta 10

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

De acuerdo a la gráfica anterior se entiende que en un gran porcentaje las personas prefieren que el producto sea entregado en sus negocios u hogares, es decir que la microempresa debe atender este requerimiento de sus posibles clientes.

3.02 Oferta

“La oferta es el conjunto de unidades (cantidad) que, a un precio determinado, se ofrece para satisfacer necesidades.” (Lacalle, 2014)

3.02.01 Oferta histórica

La oferta histórica del consumo de protectores personalizados para laptops no existe información estadística, pero si podemos revisar la oferta las principales empresas que están en el mercado, específicamente en Quito.

3.02.02. Oferta actual

“Se relaciona con la capacidad productiva vigente por parte de las empresas que conforman el mercado; brindando el mismo bien o servicio.” (Rodríguez A. , 2011)

Tabla N° 30: Oferta presente

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	% ACEP	OF. ACTUAL
2018	50.991,88	0,64	32.532,82

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

3.02.03 Oferta proyectada

Se realiza un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que cada una de las terceras variables analizadas, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomara aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cerca a uno. (Baca, 2006)

Tabla N° 31: Oferta proyectada

AÑOS	D. PROYECTADA	% ACEPT	Of. PROYECTADA
2018	50.991,88	0,64	32.532,82
2019	32.532,82	0,64	20.755,94
2020	20.755,94	0,64	13.242,29
2021	13.242,29	0,64	8.448,58
2022	8.448,58	0,64	5.390,19
2023	5.390,19	0,64	3.438,94

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

3.03. Productos sustitutos

Uno de los principales productos sustitutos de los protectores personalizados a base de silicona son los estuches de tela que sirven generalmente para trasladar y guardar las computadoras laptops, ya que generalmente estos son utilizados para proteger dichas computadoras así como los protectores personalizados expuestos en el presente proyecto.

3.04 Demanda

“Es una cuantificación de los deseos del mercado y está condicionada por los recursos disponibles del consumidor y por los estímulos del marketing de nuestra firma y de la competencia.” (Rivera, Julian; Garcillan, M, 2012)

3.04.01 Demanda histórica.

“Permite conocer el comportamiento de consumo del bien o servicio en el tiempo pasado, es decir, la demanda del producto o servicio que hubo en años anteriores.” (Rodríguez A. , 2011)

Análisis:

Para determinar la demanda histórica se debe conocer datos históricos de empresas que se dediquen al mismo giro del negocio, pero como JEFF accesorios es una microempresa nueva e innovadora no habido empresas que se dediquen a la elaboración de estuches personalizados.

3.04.02 Demanda actual.

Cuando hay exceso de demanda, hay compradores potenciales que quieren comprar pero que no encuentran vendedores que deseen vender a ese precio. En esta situación, o bien los compradores tienen que ofrecer un precio más alto que el precio existente o los vendedores se darán cuenta de que pueden cobrar precios más altos, de cualquier manera la consecuencia es que el precio actual tiende a subir. (Krugman, P. & Wells, R., 2007, pág. 70)

Tabla N° 32: Demanda presente

AÑO	D. ACTUAL	% CRECIMIENTO	D. PROYECTADA
2018	50.991,88	1	50.991,88

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

3.04.03. Demanda proyectada

“Se realiza un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que cada una de las terceras variables analizadas, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomara aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cerca a uno.” (Urbina, 2006)

Tabla N° 33: Demanda programada

AÑOS	D. ACTUAL	% de CRECIMIENTO	D.PROYECTADA
2018	50.991,88	1,000	50.991,88
2019	50.991,88	1,560	79.547,33
2020	79.547,33	1,560	124.093,83
2021	124.093,83	1,560	193.586,37
2022	193.586,37	1,560	301.994,74
2023	301.994,74	1,560	471.111,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

3.05. Balance oferta- demanda

3.05.01. Balance actual

Tabla N° 34: Balance presente

AÑO	D. PROYECTADA	O. PROYECTADA	D. INSATISFECHA
2018	50.991,88	32.532,82	18.459,06

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

3.05.02. Balance Proyectado

Tabla N° 35. Balance presente

AÑOS	D. PROYECTADA	O. PROYECTADA	D. INSATISFECHA
2018	50.991,88	32.532,82	18.459,06
2019	50.991,88	20.755,94	30.235,94
2020	79.547,33	13.242,29	66.305,04
2021	124.093,83	8.448,58	115.645,25
2022	193.586,37	5.390,19	188.196,18
2023	301.994,74	3.438,94	298.555,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

Análisis:

En la tabla anterior muestra el cálculo de la demanda insatisfecha, es decir que para el año 2019 se tendrá 30.235,94 que representado en unidades significaría **1314** protectores personalizados para laptops, dato que posteriormente servirá para el cálculo de capacidad instalada.

CAPITULO IV

4. Estudio Técnico

4.01 Tamaño del proyecto.

“Por tamaño del proyecto entenderemos la capacidad de producción en un período de referencia, técnicamente la capacidad es el máximo de unidades (bienes o servicios) que se puede obtener de unas instalaciones productivas por unidad de tiempo.” (Roura, 2005)

4.01.01. Capacidad instalada

Es la capacidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por medida de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas. Se puede medir en cantidad de bienes o servicios producidos por unidad de tiempo. (Sepúlveda, 1995)

Para el presente proyecto se considera tres factores para determinar la nuestra de la capacidad instalada:

- La demanda potencial de los productos.
- Los recursos económicos con los que se cuenta.
- Y la disponibilidad de maquinaria y mano de obra para el proyecto.

Capacidad máxima

Es la producción máxima teórica que puede realizar una fábrica o empresa utilizando los recursos al máximo.

Horas –hombre reales

La eficiencia de los recursos humanos según Urbina puede estar del 75% y el 80%, se considera una jornada de trabajo de 8 horas. Y las Horas-hombre disponible reales

es igual al producto entre la jornada de trabajo y la eficiencia que normalmente se aplica el 80%.

Tabla N° 36: Periodos en minutos por proceso

ACCIONES	PERÍODOS (min)	INDAGACIONES
Conceptualizar la idea	10	Plasmar idea del cliente
Elaboración diseño	15	Trazar diseño sobre la idea
Mezclar fécula de maíz	8	Cortar las piezas sobre el diseño mezclar ingredientes
Calentar en hornilla	5	Punto de fusión
Colocar sobre molde	10	Forma del diseño
Cortar fillos sobrantes	5	Moldear
Control de calidad	3	Verificar rugorosidad
Colocación de objetos decorativos	6	Según diseño
Colocación en laptop	2	Proceso final
TOTAL	64 MIN	POR ESTUCHE

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

Tabla N° 37: Capacidad instalada

CARACTERISTICAS	DETALLE	TOTAL			
		DIA	SEM	MES	AÑO
Tiempo disponible	1 día x 8 horas * 60 min		MIN		
		480	2400	9600	115200
Capacidad instalada	T. disponible/T. proceso		ESTUCHES		
		7,5	37,5	150	1800

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

4.01.02. Capacidad óptima

La capacidad optima de producción es considerar la capacidad de los equipos disponibles en el mercado y con esto analizar las ventajas y desventajas de trabajar cierto número de turnos de trabajo y horas extras. Conocer con mayor precisión los tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso, o en su defecto desear o calcular estos datos con una buena dosis de ingenio y ciertas técnicas.

(Baca, 2006)

Tabla N° 38: Capacidad óptima

CARACT	DETALLE	TOTAL			
		DÍA	SEM	MES	AÑO
Tiempo disponible	1 día x 8 horas x 60 min	MIN			
		480	2400	9600	115200
Capacidad instalada	T. disponible/T. proceso	PROTECTORES			
		7,5	37,5	150	1800
Capacidad optima	Cap. Inst. * utilización	6	30	120	1440
Utilización	80%				

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

4.02 Localización

4.02.01. Macro localización

El proyecto será implementado en la siguiente posición geográfica

Tabla N° 39: Macrolocalización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cuidad	Quito
Cantón	Quito
Parroquia	Cotocollao

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango



Figura N° 24: Macrolocalización
Fuente: Googlemaps.com 2018
Elaborado por: Jeferson Tabango

4.02.02. Micro-localización

Para establecer la micro localización se eligió varios posibles lugares donde se instalaría Jeff accesorios para producir los estuches personalizados en la Ciudad de Quito. Adicional se ponderará mediante los factores de cercanía para priorizar el más favorable utilizando la Matriz de Holmes.



Figura N° 25: Microlocalización
Fuente: Googlemaps.com 2018
Elaborado por: Jeferson Tabango

4.02.03. Localización óptima

“El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalara la planta.” (Baca, 2006)

Tabla N° 40: Factores de localización

Ítem	Descripción	Pond	Sitios			
			Quito Norte		P. Central	
			A.Ludeña y R.Cruz Calf	Total	Guerrero y López Calf	Total
1	Cost. de Renta	0,1	10	1	7	0,7
2	Vías publicas	0,1	8	0,7	8	0,8
3	Cercanía de los clientes	0,3	8	1,5	9	1,8
4	transporte	0,1	8	0,8	8	0,8
5	construccion	0,13	8	1,3	7	1,05
6	Seguridad	0,10	8	0,8	8	0,8
7	Competidores	0,04	9	0,5	8	0,4
8	Proveedores	0,04	7	0,4	8	0,4
9	Factor legal	0,05	9	0,42	7	0,35
10	Cercanía de materia prima	0,12	9	0,9	9	0,9
Total			8,46		8,01	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

4.03 Ingeniería del producto

4.03.01. Definición del Bien

“Todo aquello que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos objeto del marketing incluyen bienes físicos, servicios, experiencias, acontecimientos, personas, lugares, propietarios, organizaciones, información e ideas.” (Muñoz, 2008)

4.03.02 Distribución de la planta.

Las áreas aproximadas de cada uno de los espacios se detallan a continuación:

Tabla N° 41: Distribución de áreas del proyecto

DESCRIPCIÓN	ÁREA M2
Área de producción	75
Área de oficinas	23
Área de baños	10
Área de bodega de materia prima	5
Área de bodega de producto terminado	6
Parqueadero	15
ÁREA TOTAL	134

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

4.03.02.01. Plano de la planta

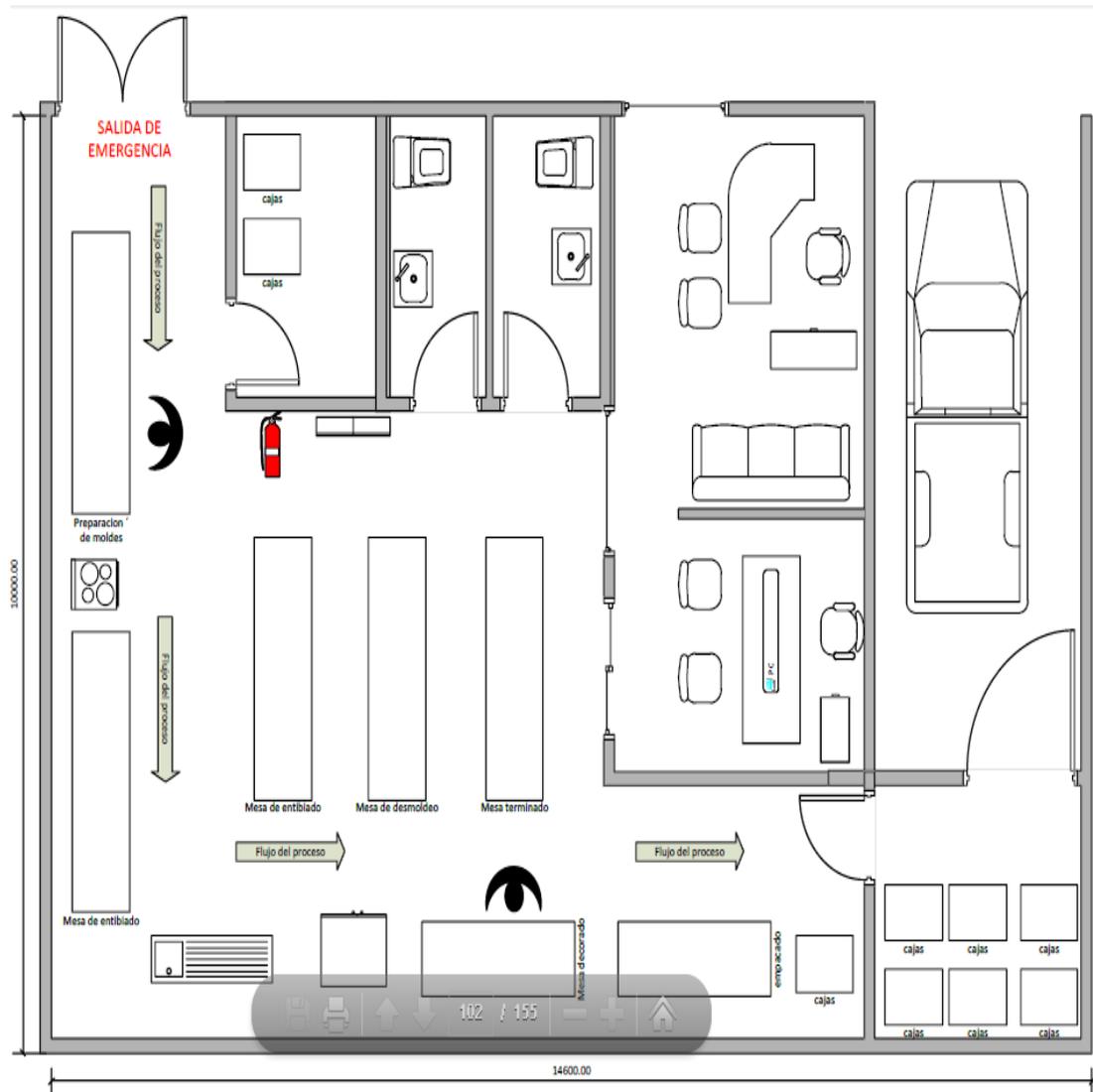


Tabla N° 42: Plano de la planta
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

4.03.03 Proceso productivo.

En la búsqueda de satisfacer las necesidades de la humanidad, los procesos productivos han evolucionado para contar con una mayor productividad y lograr una reducción de los costos. La naturaleza ha sido fuente de recursos para construir el mundo moderno que hoy disfrutamos. (Fuquene, 2007)

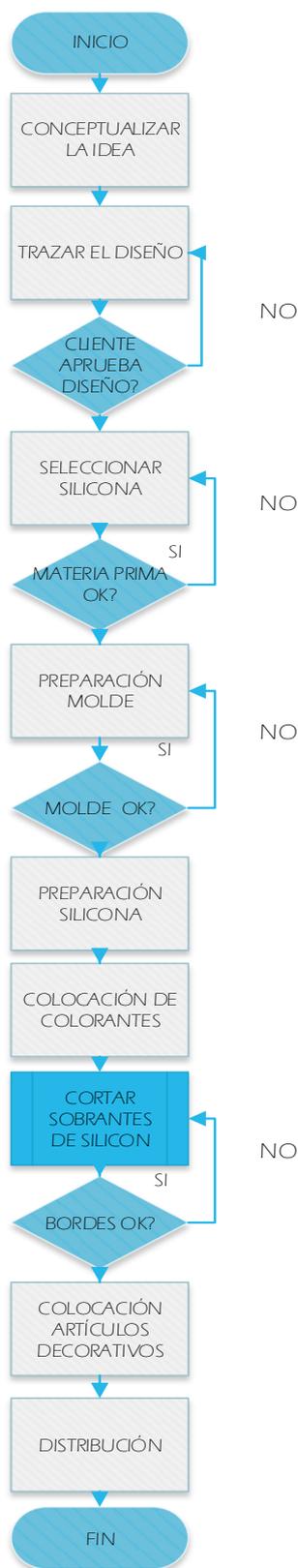


Figura N° 26: Proceso productivo
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

4.03.04. Maquinaria y equipos

“Está formado por los medios destinados a asegurar la vida de la empresa, son bienes que no se destinan a la venta y se consumen en largo tiempo por su uso, constituido por elementos patrimoniales tangibles que tiene sustancia física” (Flores Cisneros, 2010)

Tabla N° 43: Maquinaria y Equipo

Maquinaria y equipo				
Detalle	cantidad	unidad	V/U	valor total
Peroles de teflon	4	unidades	\$ 30,00	\$ 120,00
cocina industrial	1	unidades	\$ 200,00	\$ 200,00
espatula teflon	2	unidades	\$ 15,00	\$ 30,00
rodillo de aluminio	2	kit 8 unid.	\$ 15,00	\$ 30,00
kit de cutters	2	unidades	\$ 25,00	\$ 50,00
TOTAL				\$ 430,00
Muebles y enseres				
Detalle	cantidad	unidad	V/U	valor total
Mesa de Produccion	1	unidades	\$ 120,00	\$ 120,00
Estanterías	2	unidades	\$ 50,00	\$ 100,00
Silla	5	unidades	\$ 10,00	\$ 50,00
Archivadores	2	unidades	\$ 75,00	\$ 150,00
TOTAL				\$ 420,00
Equipo de computo				
Detalle	cantidad	unidad	V/U	valor total
computador de escritorio	1	unidades	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora Multifunción	1	unidades	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL				\$ 750,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jeferson Tabango

CAPITULO V

5. Estudio financiero

5.01. Ingresos

En un proyecto los ingresos están representados por el dinero recibido por las ventas del producto o la prestación del servicio o por la liquidación de los activos que han superado su vida útil dentro de la empresa, o también por los rendimientos financieros producidos por el exceso de liquidez. (Miranda J. , 2003)

5.01.01. Ingresos operacionales

Los ingresos por operaciones directas de la empresa que son la fabricación y comercialización de velones electrónicos se presentan a continuación en la siguiente tabla.

Tabla N° 44: Ingreso por años de los estuches personalizados

INGRESO DE Jeff Accesorios

Jeff-accesorios	
C. de producción	\$ 8,24
Util. 64,19%	\$ 15,76
P.V.P	\$ 24,00
Cant	1440
Ing. mensual	\$ 2.880,00
Ing. Anual	\$ 34.560,00
TOTAL	\$ 34.560,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

Tabla N° 45: Ingresos proyectados por años

INGRESOS			
PRODUCTO:	Estuches personalizados para laptops		
AÑO	Q	V/UNIT	INGRESO
2018	1440	24	34560
2019	1462	23,95	35014,32
2020	1485	23,90	35490,47
2021	1508	23,85	35964,47
2022	1532	23,80	36460,12

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.01.02. Ingresos no operacionales

Los ingresos no operacionales son aquellos que no tienen que ver directamente con la elaboración y comercialización de los estuches personalizados. Por ende en el presente proyecto no hay ingresos no operacionales debido a que no se encuentran funcionando la microempresa.

5.02 Costos

“El costo es un desembolso en efectivo o en especie de echo pasado, en el presente y en el futuro o en forma virtual” (Baca, 2006)

5.02.01. Costos Directos

Son todos los costos que tienen que ver directamente con la fabricación del producto, que en el proyecto se analizara la mano de obra directa y materia prima directa respectivamente que a continuación se detallan en la siguiente tabla.

Tabla N° 46: Materia prima directa

Materia Prima				
Detalle	Cant	Unid	V/U	valor total
Fécula de maíz	1200	Lb	\$ 0,50	\$ 600,00
Silicón	480	frasco 800 ml	\$ 3,00	\$ 1.440,00
pintura acrílica	1200	peces de colores	\$ 0,25	\$ 300,00
Glicerina	24	Lt	\$ 1,50	\$ 36,00
vaselina	24	Lt	\$ 3,00	\$ 72,00
goma	300	Lt	\$ 2,00	\$ 600,00
TOTAL				\$ 3.048,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

Tabla N° 47: Mano de obra directa

Mano de obra directa				
Detalle	Descripción	Cantidad	valor mensual	valor total
Salario	Operario 1	1	\$ 386,00	\$ 386,00
Total				\$ 386,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.02.02. Costos Indirectos de Fabricación

Son aquellos costos que no se generan directamente en la producción de los estuches personalizados.

Tabla N° 48: M. Indirectos de Fabricación

Materiales Indirectos				
Detalle	Cantidad	Unidades	V/U	Valor total
plástico aislante	100	Mts	\$ 0,16	\$ 16,00
objetos decorativos	1200	Kit	\$ 0,75	\$ 900,00
Etiqueta	1200	Kit	0,02	\$ 24,00
TOTAL				\$ 940,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

Tabla N° 49: CIF

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
CARACTERISTICAS	V. mensual	V. anual	
Servicios Básicos		\$ 65,50	\$ 786,00
Útiles de aseo		\$ 10,57	\$ 126,80
Útiles de oficina		\$ 10,45	\$ 125,40
Depreciación de Maquinaria		\$ 3,58	\$ 43,00
Arriendo		\$ 180,00	\$ 2.160,00
Total			\$ 3.241,20

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.02.03. Gasto Administrativo

Son los que se incurren en la gestión administrativa de la empresa y por consiguiente no tiene relación directa con el movimiento del servicios o ventas, estos gastos de administración en cuanto a su valor tiende a ser fijos en comparación con los gastos de ventas ya que estos varían en los servicios o ventas. (Flores J. , 2010).

Tabla N° 50: Gastos de administración

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DESCRIPCIÓN	V. mensual	Valor anual
Sueldos	\$ 386,00	\$ 4.632,00
Prestaciones Sociales	\$ 159,47	\$ 1.913,63
Servicios básicos	\$ 3,75	\$ 45,00
Útiles de Aseo	\$ 12,40	\$ 148,75
Útiles de Oficina	\$ 6,29	\$ 75,50
Arriendo	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Depreciación equipo de computo	-	\$ 250,00
Depreciación de Equipo de Oficina	-	\$ 28,40
Depreciación muebles y encerres	-	\$ 42,00
Depreciación infraestructura	-	\$ 0,00
Depreciación vehículo	-	\$ 1.600,00
TOTAL		\$ 10.895,28

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.02.04. Gasto de ventas

En ocasiones, el departamento o gerencia de ventas también es llamado de mercadotecnia. En este sentido, vender no significa solo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad más amplia. Como se observa, un departamento de mercadotecnia puede constar no solo de un gerente, una secretaria, vendedores y choferes, sino también de un personal altamente capacitado y especializado, cuya función no es precisamente vender. (Baca, 2006)

Tabla N° 51: Gastos de venta

Gastos de Venta		
DETALLE	Valor mensual	Valor anual
servicios básicos	\$ 7,25	\$ 87,00
Transporte y Fletes	\$ 70,00	\$ 840,00
Publicidad	\$ 12,42	\$ 149,00
Sueldos	\$ 386,00	\$ 4.632,00
Prestaciones sociales	\$ 159,47	\$ 1.913,63
TOTAL		7621,63

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.02.05. Gasto financiero

Son aquellos gastos que se ocasionan al realizar un préstamo a una entidad financiera.

Tabla N° 52: Gastos financieros

DETALLE	VALOR
Entidad	B. de Guayaquil
Tipo de crédito	PYMES
Mont. Financiamiento	\$ 2.576,50
Tasa de interés anual	11,83%
Tiempo	5 años
Interés a corto plazo	304,80
Interés a largo plazo	677,39
Total	982,19

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.02.06. Costo fijo

El costo fijo es el resultado de la suma del total de gasto administrativo, el total del gasto de venta y el total del gasto financiero como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla N° 53: Costos fijos

DETALLE	VALOR
T. Gasto administrativo	10895,28
T. Gasto de ventas	7621,63
T. Gasto financiero	982,19
Total costo fijo	19499,11

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.02.07. Costo Variable

Son aquellos costos que en relación al nivel de producción de los estuches personalizados varían o proporcionan cambios en proporción a la actividad de la microempresa.

Tabla N° 54: Costos variables

COSTO UNITARIO	
DETALLE	COSTO
Mat. prima directa	\$ 2,12
m. de obra directa	\$ 3,22
materiales directos	\$ 0,65
CIF	\$ 2,25
TOTAL	\$ 8,24

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.03 Inversiones

5.03.01. Inversión Fija

Son todos los recursos que son utilizados por la microempresa para generar beneficio o utilidad, que en el presente proyecto son los activos fijos que se invertirá para la elaboración de estuches personalizados para laptops.

Tabla N° 55: Inversión fija

Inversión	Valor
Inv. Fija	\$ 2.010,00
Act. Nominales	\$ 370,00
Capital de trabajo	\$ 4.826,50
Total Inversión	\$ 7.206,50

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.03.02. Activos Fijos

Está formado por los medios destinados a asegurar la vida de la empresa, son bienes que no se destina a la venta y se consume en largo tiempo por su uso. El activo fijo tiene su clasificación en: Material, Inmaterial. (Flores J. , 2010)

Tabla N° 56: Activos fijos

Activos	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 630,00
Muebles y Enseres	\$ 370,00
Equipo de Computo	\$ 750,00
Equipo de oficina	\$ 260,00
TOTAL	\$ 2.010,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.03.03. Activos Nominales

Se entiende por activo intangible o diferido el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesaria para su funcionamiento, y que incluyen; patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos preoperativos y de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios, estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación de personal dentro y fuera de la empresa, etc. (Baca, 2006)

Tabla N° 57: Activos diferidos

Activos Nominales	Valor
Gastos de Organización	100
Gastos de Instalación	15
Capacitación de Personal	120
TOTAL	235

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.03.04. Capital de trabajo

Son los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto dentro de ciclo determinado.

Tabla N° 58: Capital de trabajo

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Materia Prima Existente	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00
Servicios Básicos	\$ 65,50	\$ 65,50	\$ 65,50
Mano de obra directa	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00
Caja Bancos	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
TOTAL	\$ 4.646,50	\$ 4.646,50	\$ 4.646,50

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.03.05. Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Se trata de destacar y clasificar en categorías adecuadas el origen y destino de todos los recursos financieros en las etapas de ejecución y operación del proyecto.

Tabla N° 59: Fuente de financiamiento.

Fuentes de financiamiento			
	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO
INVERSIONES FIJAS	\$ 2.010,00	\$ 630,00	\$ 1.380,00
Maquinaria y Equipo	\$ 630,00	\$ 630,00	
Muebles y Enseres	\$ 370,00		\$ 370,00
Equipo de Computo	\$ 750,00		\$ 750,00
Equipo de oficina	\$ 260,00		\$ 260,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 370,00	\$ 0,00	\$ 370,00
Gastos de Organización	\$ 235,00		\$ 235,00
Gastos de Instalación	\$ 15,00		\$ 15,00
Capacitación de Personal	\$ 120,00		\$ 120,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4.826,50	\$ 4.000,00	\$ 826,50
Materia Prima Existente	\$ 195,00		\$ 195,00
Servicios Básicos	\$ 65,50		\$ 65,50
Mano de obra directa	\$ 386,00		\$ 386,00
Arriendo	\$ 180,00		\$ 180,00
Caja Bancos	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	
TOTAL	\$ 7.206,50	\$ 4.630,00	\$ 2.576,50
	100%	64%	36%

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Jeferson Tabango

5.03.06. Amortización del financiamiento

“En términos generales, amortización es cualquier modalidad de pago o extinción de una deuda. La tabla de amortización es un despliegue completo de los pagos que deben hacerse hasta la extinción de la deuda.” (Guzman, 2005)

Tabla N° 60: Monto y tasa de interés

Amortización francés		
Deuda	\$ 2.576,50	
N cuotas	5	anual
Tasa	11,83%	anual

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Jeferson Tabango

Tabla N° 61: Letras por mes de amortización

Ncuotas	amortización	interes	valor anual	saldo insoluto
0				\$ 2.576,50
1	\$ 406,94	\$ 304,80	\$ 711,74	\$ 2.169,56
2	\$ 455,08	\$ 256,66	\$ 711,74	\$ 1.714,48
3	\$ 508,92	\$ 202,82	\$ 711,74	\$ 1.205,57
4	\$ 569,12	\$ 142,62	\$ 711,74	\$ 636,45
5	\$ 636,45	\$ 75,29	\$ 711,74	\$ 0,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.03.07. Depreciaciones

La depreciación es la pérdida del valor monetario de los bienes en un determinado tiempo. Las depreciaciones de los activos del proyecto se muestran a continuación en la siguiente tabla.

Tabla N° 62: Depreciación de bienes

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS									
DESCRIPCIÓN	VALOR	V.U TIL	año1	año2	año3	año4	año5	total amortización	v.residual
Maquinaria	\$ 430,00	10	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 215,00	\$ 215,00
Muebles y Enseres	\$ 420,00	10	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 210,00	\$ 210,00
Equipo de oficina	\$ 284,00	10	\$ 28,40	\$ 28,40	\$ 28,40	\$ 28,40	\$ 28,40	\$ 142,00	\$ 142,00
Equipo de Computación	\$ 750,00	3	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	-	-	\$ 750,00	\$ 0,00
TOTAL			\$ 363,40	\$ 363,40	\$ 363,40	\$ 113,40	\$ 113,40		\$ 567,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.03.08. Estado de situación inicial

“El Estado de Situación Financiera denominado también Balance General se elabora al iniciar el período contable para determinar la situación financiera de una empresa en una fecha determinada. Está compuesto por: Activo, Pasivo y Patrimonio.” (Viera, 2009)

Tabla N° 63: Estado de situación inicial

MICROEMPRESA "JEFF ACCESORIOS"	
Balance General	
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018	
ACTIVO	PASIVO
ACTIVO CORRIENTE \$ 8.646,50	PASIVO CORRIENTE
Bancos \$ 4.000,00	Cuentas por pagar -
Capital de trabajo \$ 4.646,50	Total Pasivo Corriente -
ACTIVOS NO CORRIENTE \$ 2.010,00	
Propiedad planta y equipo \$ 2.010,00	PASIVO LARGO / PLAZO \$ 2.576,50
Equipo de Oficina \$ 260,00	Prestamo L/P \$ 2.576,50
Maquinaria o Equipos \$ 630,00	TOTAL DE PASIVO \$ 2.576,50
Equipo de Computo \$ 750,00	
Muebles y Enseres \$ 370,00	PATRIMONIO \$ 8.315,00
	Capital \$ 8.315,00
OTROS ACTIVOS \$ 235,00	
Gastos d Organización \$ 100,00	
Gastos de Instalación \$ 15,00	
Gastos de Publicidad \$ 0,00	
Capacitación personal \$ 120,00	
TOTAL DE ACTIVOS \$ 10.891,50	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO \$ 10.891,50
<u>FIRMA GERENTE</u>	<u>FIRMA CONTADOR</u>

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Jeferson Tabango

5.03.09. Estado de resultados proyectado

“Es el resumen de los ingresos y gastos de una compañía a lo largo de determinado periodo, que concluye con los ingresos o pérdidas netos de dicho periodo, y estos pueden ser proyectados para varios periodos”. (Van Horne & Wachowicz, 2002)

Tabla N° 64: Estados de resultados a diciembre del 2018

MICROEMPRESA “JEFF ACCESORIOS“					
ESTADOS DE RESULTADOS					
AL 31 DE DICIEMBRE 2018					
DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 34.560,00	\$ 35.014,32	\$ 35.490,47	\$ 35.964,47	\$ 36.460,12
SERVICIOS TOTALES	\$ 34.560,00	\$ 35.014,32	\$ 35.490,47	\$ 35.964,47	\$ 36.460,12
INFLACIÓN:	-0,21%				
	1	2	3	4	5
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 13.774,83	\$ 13.745,91	\$ 13.717,04	\$ 13.688,23	\$ 13.659,49
COSTO DIRECTO	\$ 10.533,63	\$ 10.511,51	\$ 10.489,44	\$ 10.467,41	\$ 10.445,43
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	\$ 3.241,20	\$ 3.234,39	\$ 3.227,60	\$ 3.220,82	\$ 3.214,06
GASTOS DE VENTAS	\$ 7.621,63	\$ 7.605,63	\$ 7.589,66	\$ 7.573,72	\$ 7.557,81
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 9.295,28	\$ 9.275,76	\$ 9.256,28	\$ 9.236,85	\$ 9.217,45
GASTOS FINANCIEROS	\$ 982,19	\$ 980,13	\$ 978,07	\$ 976,02	\$ 973,97
UTILIDAD BRUTA	\$ 2.886,06	\$ 3.406,89	\$ 3.949,42	\$ 4.489,65	\$ 5.051,40
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 432,91	\$ 511,03	\$ 592,41	\$ 673,45	\$ 757,71
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2.453,15	\$ 2.895,85	\$ 3.357,00	\$ 3.816,20	\$ 4.293,69
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD NETA	\$ 2.453,15	\$ 2.895,85	\$ 3.357,00	\$ 3.816,20	\$ 4.293,69

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.03.10. Flujo de caja

Los valores calculados y proyectados en el flujo de caja nos permitirá evaluar la viabilidad del proyecto que posteriormente se muestran.

Tabla N° 65: Flujo de efectivo

FLUJO DE CAJA					
DETALLE	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 34.560,00	\$ 35.014,32	\$ 35.490,47	\$ 35.964,47	\$ 36.460,12
SERVICIOS TOTALES	\$ 34.560,00	\$ 35.014,32	\$ 35.490,47	\$ 35.964,47	\$ 36.460,12
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 13.774,83	\$ 13.745,91	\$ 13.717,04	\$ 13.688,23	\$ 13.659,49
COSTO DIRECTO	\$ 10.533,63	\$ 10.511,51	\$ 10.489,44	\$ 10.467,41	\$ 10.445,43
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	\$ 3.241,20	\$ 3.234,39	\$ 3.227,60	\$ 3.220,82	\$ 3.214,06
GASTOS DE VENTAS	\$ 7.621,63	\$ 7.605,63	\$ 7.589,66	\$ 7.573,72	\$ 7.557,81
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 9.295,28	\$ 9.275,76	\$ 9.256,28	\$ 9.236,85	\$ 9.217,45
GASTOS FINANCIEROS	\$ 982,19	\$ 980,13	\$ 978,07	\$ 976,02	\$ 973,97
UTILIDAD BRUTA	\$ 2.886,06	\$ 3.406,89	\$ 3.949,42	\$ 4.489,65	\$ 5.051,40
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 432,91	\$ 511,03	\$ 592,41	\$ 673,45	\$ 757,71
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2.453,15	\$ 2.895,85	\$ 3.357,00	\$ 3.816,20	\$ 4.293,69
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD NETA	\$ 2.453,15	\$ 2.895,85	\$ 3.357,00	\$ 3.816,20	\$ 4.293,69
DEPRECIACIONES (+)	\$ 363,40	\$ 363,40	\$ 363,40	\$ 113,40	\$ 113,40
AMORTIZACIONES (+)	\$ 47,00	\$ 47,00	\$ 47,00	\$ 47,00	\$ 47,00
EXCEDENTE OPERACIONAL	\$ 2.863,55	\$ 3.306,25	\$ 3.767,40	\$ 3.976,60	\$ 4.454,09

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.04. Evaluación financiera

5.04.01. Tasa de descuento

Es la tasa de interés aplicada para convertir valores futuros en valores presentes, y es el requerimiento requerido si el dinero estuviera invertido en otros instrumentos financieros. Para el presente proyecto se realiza el cálculo considerando la tasa ponderada del capital, la inflación y el riesgo país. (Van Horne & Wachowicz, 2002)

Tabla N° 66: Tasa de descuento

CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO	
TMAR = TASA ACTIVA + TASA PASIVA	
Tasa Activa	7,63%
Tasa Pasiva	4,99%
TMAR	12,62%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.04.02. Valor Actual Neto (VAN)

“Es el valor presente de los flujos de efectivo netos de un proyecto de inversión, menos la inversión inicial del proyecto”. (Van Horne & Wachowicz, 2002)

5.04.03. Tasa Interna de Retorno (TIR)

El método de la tasa interna de retorno consiste en encontrar la tasa de rendimiento del proyecto. Se puede definir a la tasa interna de retorno como la tasa de interés que equilibra la inversión con sus ingresos y egresos. La tasa interna de retorno es la tasa de interés que hace que el valor presente neto del flujo de dinero sea cero o cercano a cero. (Rodríguez C. M., 2006)

Tabla N° 67: Cálculo de la tasa de descuento y Tasa interna de retorno

VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5+V.R$
VAN =	-\$ 7.206,50	+	\$ 2.863,55	+	\$ 3.306,25	+	\$ 3.017,40	+	\$ 3.976,60	+	\$ 4.454,09
			1,13		1,27		1,43		1,61		1,81
VAN =	-\$ 7.206,50	+	\$ 2.542,66	+	\$ 2.606,78	+	\$ 2.112,45	+	\$ 2.472,01	+	\$ 2.458,56
VAN =	-\$ 7.206,50	+	\$ 12.192,48								
VAN =	\$ 4.985,98										
TIR =	36,04%										
TMAR =	12,62%										

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.04.04. Periodo de recuperación de la inversión

Es el tiempo en el que se recupera la inversión realizada en un proyecto.

Tabla N° 68: Periodo de recuperación

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
Actualizado					
0	-\$ 7.206,50	-\$ 7.206,50	1,00	-\$ 7.206,50	-\$ 7.206,50
1	\$ 2.863,55	-\$ 4.342,95	0,89	\$ 2.542,66	-\$ 4.663,84
2	\$ 3.306,25	-\$ 1.036,70	0,79	\$ 2.606,78	-\$ 2.057,05
3	\$ 3.017,40	\$ 1.980,71	0,70	\$ 2.112,45	\$ 55,40
4	\$ 3.976,60	\$ 5.957,31	0,62	\$ 2.472,01	\$ 2.527,41
5	\$ 4.454,09	\$ 10.411,40	0,55	\$ 2.458,56	\$ 4.985,98

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

Tabla N° 69: Recuperación a valores corrientes

PERIODO DE RECUPERACION A		
VALORES CORRIENTES		
	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	\$ 2.863,55	-\$ 7.206,50
1 mes	\$ 238,63	-\$ 6.967,87
2 mes	\$ 238,63	-\$ 6.729,24
3 mes	\$ 238,63	-\$ 6.490,61
4 mes	\$ 238,63	-\$ 6.251,98
5 mes	\$ 238,63	-\$ 6.013,35
6 mes	\$ 238,63	-\$ 5.774,73
7 mes	\$ 238,63	-\$ 5.536,10
8 mes	\$ 238,63	-\$ 5.297,47
9 mes	\$ 238,63	-\$ 5.058,84
10 mes	\$ 238,63	-\$ 4.820,21
11 mes	\$ 238,63	-\$ 4.581,58
12 mes	\$ 238,63	-\$ 4.342,95
1 mes	\$ 238,63	-\$ 4.104,32
2 mes	\$ 238,63	-\$ 3.865,69
3 mes	\$ 238,63	-\$ 3.627,06
4 mes	\$ 238,63	-\$ 3.388,44
5 mes	\$ 238,63	-\$ 3.149,81
6 mes	\$ 238,63	-\$ 2.911,18
7 mes	\$ 238,63	-\$ 2.672,55
8 mes	\$ 238,63	-\$ 2.433,92
9 mes	\$ 238,63	-\$ 2.195,29
10 mes	\$ 238,63	-\$ 1.956,66
11 mes	\$ 238,63	-\$ 1.718,03
12 mes	\$ 238,63	-\$ 1.479,40
1 mes	\$ 238,63	-\$ 1.240,77
2 mes	\$ 238,63	-\$ 1.002,15
3 mes	\$ 238,63	-\$ 763,52
4 mes	\$ 238,63	-\$ 524,89
5 mes	\$ 238,63	-\$ 286,26
6 mes	\$ 238,63	-\$ 47,63
7 mes	\$ 238,63	\$ 191,00
Tiempo	2 años 7 meses	

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

Tabla N° 70: Recuperación a valores actualizados

PERIODO DE RECUPERACION A		
VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	\$ 2.542,66	-\$ 7.206,50
1 mes	\$ 211,89	-\$ 6.994,61
2 mes	\$ 211,89	-\$ 6.782,72
3 mes	\$ 211,89	-\$ 6.570,83
4 mes	\$ 211,89	-\$ 6.358,95
5 mes	\$ 211,89	-\$ 6.147,06
6 mes	\$ 211,89	-\$ 5.935,17
7 mes	\$ 211,89	-\$ 5.723,28
8 mes	\$ 211,89	-\$ 5.511,39
9 mes	\$ 211,89	-\$ 5.299,50
10 mes	\$ 211,89	-\$ 5.087,61
11 mes	\$ 211,89	-\$ 4.875,72
12 mes	\$ 211,89	-\$ 4.663,84
1 mes	\$ 211,89	-\$ 4.451,95
2 mes	\$ 211,89	-\$ 4.240,06
3 mes	\$ 211,89	-\$ 4.028,17
4 mes	\$ 211,89	-\$ 3.816,28
5 mes	\$ 211,89	-\$ 3.604,39
6 mes	\$ 211,89	-\$ 3.392,50
7 mes	\$ 211,89	-\$ 3.180,62
8 mes	\$ 211,89	-\$ 2.968,73
9 mes	\$ 211,89	-\$ 2.756,84
10 mes	\$ 211,89	-\$ 2.544,95
11 mes	\$ 211,89	-\$ 2.333,06
12 mes	\$ 211,89	-\$ 2.121,17
1 mes	\$ 211,89	-\$ 1.909,28
2 mes	\$ 211,89	-\$ 1.697,39
3 mes	\$ 211,89	-\$ 1.485,51
4 mes	\$ 211,89	-\$ 1.273,62
5 mes	\$ 211,89	-\$ 1.061,73
6 mes	\$ 211,89	-\$ 849,84
7 mes	\$ 211,89	-\$ 637,95
8 mes	\$ 211,89	-\$ 426,06
9 mes	\$ 211,89	-\$ 214,17
10 mes	\$ 211,89	-\$ 2,29
11 mes	\$ 211,89	\$ 209,60
Tiempo	2 años 11 meses	

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.04.05. Relación costo beneficio

“Cuando se mide la rentabilidad de proyecto en función de los beneficios directamente logrados por el proyecto y de las inversiones utilizadas aplicadas por el empresario o entidad inversora, se tiene la rentabilidad privada del capital.”

(Rodriguez C. M., 2006)

Tabla N° 71: 68 RCB

RELACION BENEFICIO COSTO

$$\text{RBC} = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	C ACTUALIZ
1	\$ 34.560,00	\$ 34.560,00	\$ 13.774,83	\$ 13.774,83
2	\$ 35.014,32	\$ 35.014,32	\$ 13.745,91	\$ 13.745,91
3	\$ 35.490,47	\$ 35.490,47	\$ 10.489,44	\$ 10.489,44
4	\$ 35.964,47	\$ 35.964,47	\$ 13.688,23	\$ 13.688,23
5	\$ 36.460,12	\$ 36.460,12	\$ 13.659,49	\$ 13.659,49
RBC =	2,72	\$ 177.489,37		\$ 65.357,90

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.04.06. Punto de equilibrio

“Es el volumen de ventas necesario para que los ingresos totales y los costos totales sean iguales; se puede expresar en unidades o en dólares derivados de las ventas de estos”. (Van Horne & Wachowicz, 2002)

Tabla N° 72: Punto de equilibrio

PUNTO DE PROPORCIÓN			
P.E. =		CF	
		p - Cvu	
Costos Fijos:			
	Valor		
Gastos Administrativos	\$ 9.295,28		
Gastos de Ventas	\$ 7.621,63		
Gastos Financieros	\$ 982,19		
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 17.899,11		
Costo Variable unitario	\$ 8,02		
Precio	\$ 24,00		
PE =		CF	
	P	-	Cvu
PE =		\$ 17.899,11	
	\$ 24,00	-	\$ 8,02
PE =	\$ 17.899,11	=	1.120,27 U
	\$ 15,98		
DEMOSTRACION			
VENTAS	\$ 26.886,47		
(-) Costo Variable	\$ 8.987,36		
(=) Margen Contribucion	\$ 17.899,11		
(-) Costo Fijos	\$ 17.899,11		
(=) Utilidad Operacional	\$ 0,00		

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

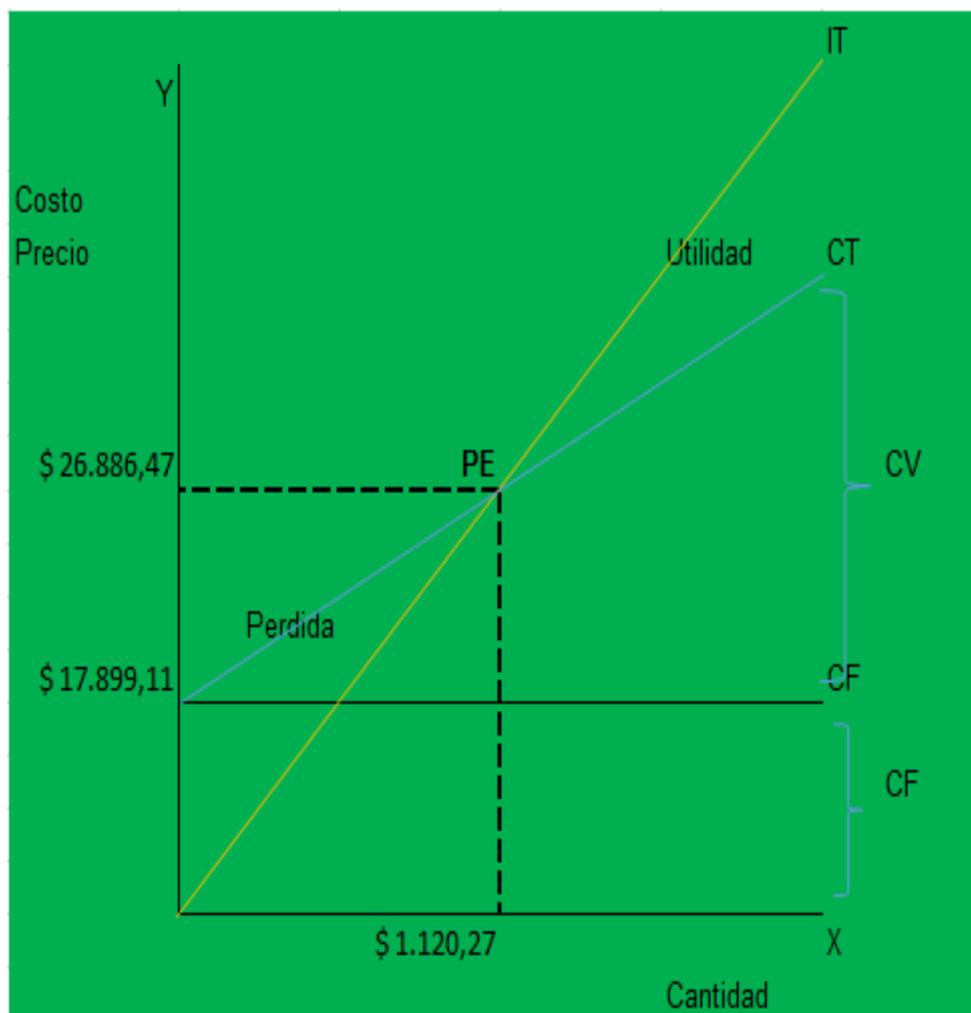


Figura N° 27: Punto de equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.04.07. Análisis de indicadores financieros

5.04.07.01. ROA (Retorno sobre los activos)

Tabla N° 73: Retorno de los activos

R.O.A	=	Utilidad Neta
		Activo Total
R.O.A	=	$\frac{2.453,15}{2.010,00}$
R.O.A	=	1,22

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.04.07.02. ROE (Retorno sobre el patrimonio)

Tabla N° 74: Retorno sobre el patrimonio

R.O.E =	Utilidad Neta
	Patrimonio
R.O.E =	2.453,15
	4.630,00
R.O.E =	0,53

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

5.04.07.03. ROI (Retorno sobre la inversión)

Tabla N° 75: Retorno sobre la inversión

ROI=	Utilidad Neta
	Inversión
ROI=	2.453,15
	7.206,50
ROI=	0,34

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Jeferson Tabango

CAPITULO VI

6. Análisis de impactos

6.01 Impacto ambiental

En la elaboración de los estuches personalizados para laptops se genera residuos orgánicos e inorgánicos debido a los diferentes procesos que conlleva la fabricación de los protectores.

Los residuos que en mayor proporción se generan son en los procesos de colocación de la mezcla (silicón y fécula de maíz) en el molde y en el proceso de corte de filos sobrantes.

Un impacto que en sí se genera es el uso de agua, ya que este elemento es utilizado para el lavado de los equipos, maquinaria e instalaciones, dicha actividad se realizará todos los días al iniciar y terminar las labores diarias.

- Preparación de mezcla con colorantes

Al realizar la mezcla con colorantes puede ser una fuente de contaminación referente al agua, ya que esta agua se vierte al ambiente sin algún tratamiento minucioso.

- Cortar filos sobrantes

En este proceso se generan residuos sólidos que pueden ser reutilizados en su mayoría es decir que generara un impacto bajo de contaminación

Variables de control

Mezcla con colorantes (pintura acrílica)

- Se realizara inducciones al personal sobre el uso correcto de los colorantes para que no existe desperdicios que afecten directamente al agua.

- La recolección de las mermas se realizara en base ala las Buenas Prácticas Ambientales según el Ministerio de Ambiente.

Cortar fillos sobrantes

- Se colocara los desechos en fundas biodegradables y con su debida clasificación en los botes de basura etiquetándolas de acuerdo a su tipo.

Uso de agua

Para el uso del agua se tomara medidas ahorrativas en cuanto se debe al uso en el proceso productivo así como instalaciones administrativas y baños, una de las alternativas es comprar baños con dispensadores que diferencien la evacuación de sólidos y líquidos.

Uso de energía

Para el uso de energía eléctrica se aprovechara la energía natural del sol para alumbrar las instalaciones de la planta, es decir que se colocara techos translucidos que permiten el paso de la luz solar.

6.02 Impacto económico

Debido a que la economía del País se encuentra en un proceso de recuperación después de sufrir una crisis mediante factores internos y externos, como la inestabilidad en los precios del petróleo, materias primas así como también las devaluaciones de las monedas de países hermanos que no permiten maniobrar con libertad y seguridad

Con la implementación de este proyecto se generara movimiento económico favorable para el sector donde este se encuentra, es decir se aprovechara mano de obra local que a su vez beneficiara a familias que en la actualidad se encuentran en un estado de desempleo o empleo inadecuado.

6.03. Impacto productivo

El País al ser netamente exportador de materias primas e importador de productos terminados, el gobierno a propuesto incentivar a las pequeñas y medianas empresas que tengan como objetivo la elaboración de productos novedosos que aporten a la economía del País.

Es decir que con la implementación del proyecto el País tendrá un impacto muy positivo aportando al sector manufacturero y así incrementado el porcentaje del PIB sectorial.

A la vez generara atracción de inversionistas para la puesta en marcha del proyecto.

6.04 Impacto social

Al realizar este proyecto se genera aspectos positivos en la parte social es decir que se mejora los ingresos de las familias, y a la vez se reduce el nivel de pobreza del País.

Al implementarse la microempresa hay la oportunidad de que las personas profesionales o no profesionales se desarrollen dentro de un campo laboral beneficiando tanto a la empresa como a las familias.

Al implantarse este proyecto las personas pueden dejar vicios o malas costumbres, ya que debido a la falta de empleo y otros factores, es que se ha incrementado la delincuencia y otros males negativos que aquejan a las sociedades como son el alcoholismo, tabaquismo, etc.

CAPITULO VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

- En el análisis situacional se pudo revisar que los factores externos facilitan el desarrollo del proyecto, salvo el del factor económico en el que se encuentra el País ya que está en una época de ligera recuperación, luego de atravesar una crisis.
- Se concluyó que en el estudio de mercado hay la aceptación del producto por ser novedoso y personalizado, a la vez se determinó el precio de acuerdo a los productos de la posible competencia así como también la demanda insatisfecha la cual estará enfocada Jeff accesorios.
- Se determinó que para cumplir la producción planificada en el sector norte de Quito se necesita un operario a tiempo completo, considerando una eficiencia del 80%.
- Se estableció que de acuerdo al análisis de los factores de localización la microempresa Jeff accesorios se ubicara en el barrio Quito Norte del sector norte de Quito.
- Se concluye que el presenteproyecto es factible ya que presenta un TIR del 36,04% a una tasa de descuento de 12,62%. Y su valor actual neto es de 4.985,98 dólares.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda que para una correcta implementación del proyecto se recomienda realizar un estudio de ingeniería básica, ya que el presente estudio no abarca este tema.
- Formalizar reuniones frecuentes con los trabajadores de Jeff Accesorios para revisar resultados y recordar responsabilidades, para una mejor eficiencia al fabricar los estuches personalizados para laptops.
- Se deberá tener en cuenta un plan de seguridad industrial y salud ocupacional, con el objetivo de precautelar la salud de los colaboradores de Jeff accesorios y así evitar pérdidas resultantes de accidentes e incidentes en el desarrollo de las diferentes actividades encomendadas.

Bibliografía

- Alegsa, L. (2016). *Definición ANSI (Estándares)*. Recuperado el 18 de Enero del 2018, de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/ansi.php>
- Alvarez, V. (2000, pág 55). *La Evaluación del proyecto en la desición del empresario*.(2da Edición) Bogotá: Prototipo S.A.
- Armendariz, C. (2014). *Balanza Comercial*. Recuperado el 14 de Diciembre del 2018, de <https://www.proecuador.gob.ec/temporal/?p=31584>
- Arnoletto, D. (2009, Pág 28). *Un Aporte a la gestión Pública*.(3ra Edición). Córdoba, Argentina: Electric
- Atlas, B. (2016). *Principios de la economía*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2017, de <http://www.bancoatlas.fin>
- Aumatell, C. (2003, Pág 38). *Auditoría de Información*.(4ta Edición). Asunción: Aragon UOC.
- Baca, G. (2006, Pág 135). *Evaluación de proyectos* (Sexta Edición). México: Mc Graw Hill/Interamericana Editores, S.A.
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Balanza Comercial*. Recuperado el 14 de Diciembre del 2018, de [https://www.bce.fin.ec/balanza comercial/](https://www.bce.fin.ec/balanza%20comercial/)
- Banco Central del Ecuador. (2018). *Riesgo país*. Recuperado el 15 de Noviembre del 2017, de <https://contenido.bce.fin.ec>:
- Belbeze, A. (2008, Pág 23). *Dirección Comercial*.(2da Edición). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Benguhea J. (1999 Pág 63). *Diccionario de marketing*.(1era Edición). Mexico:B. P.
- Cardozo, P. (2006, Pág 56). *Analisis Financiero para las microempresas*.(3era Edición). Bogotá: El tiempo Ed.
- Casielles, V. (2009, Pág 100). *Investigación de mercados*.(4ta Edición). Nevada: International Thomson Editores.

- Castro, E. (2001, Pág 175). *Administración y Dirección de Empresas*.(1era Edición). Murcia: Level.
- Chain, N. (1999, Pág 225). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. (5ta Edición). Bogotá: Mac Graw Hill.
- Cohen, E. (2006, Pág 178). *Evaluación de Proyectos Sociales*.(2da Edición). Madrid: Siglo Veintiuno.
- Colina, D. (2009, Pág 138). *Estrategias Financieras Empresariales-Glosario de Términos Basicos*.(3era Edición). Maracaibo: D.M.
- Davison, F. (2014, Pág 46). *La planeación estratégica*.(1era Edición). Brasilia: Crece, Ed.
- Delgado, P. (2003, Pág 89). *Diccionario de Economía*.(4ta Edición). La Paz: Main.
- Dominguez, P. (2006, Pág 67). *Introducción a la Gestión Empresarial. Fundamentos Teóricos y Aplicaciones Prácticas*.(1era Edición). Barcelona: Euro Longviem.
- Duque, J. (2012, Pág 90). *Glosario definición proveedor*.(3era Edición). Maracaibo:Debitor.
- Fernandez, J. (2011, Pág 78). *Contabilidad financiera para directivos*.(2da Edición). Madrid: ESIC.
- Fernández, S. (2014, Pág 56). *Estudio técnico*.(1era Edición). México: Clío.
- Finch, G. (1996, Pág 45). *Factores económicos*.(5ta Edición). Canada: Feel Esic
- Flietman, J. (2000, Pág 94). *Negocios exitosos*.(4ta Edición). Bogota: McGraw-Hill.
- Flores, J. (2010, Pág 15). *Contabilidad General*. Ecuador, Quito: Editorial JF.
- Foros, E. (2015).*Permiso de bomberos*. Recuperado el 24 de Febrero del 2017, de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/3224-permiso-de-bomberos>

- Galindo, C. (2008, Pág 23). *Manual para la creación de empresas.*(6ta Edición). Bogotá: Kimpres Ltda.
- Gonzalez. (2009, Pág 71).*La gran enciclopedia de la economía.* (1era Edición). Buenos aires: Decores
- Gutierrez, M. (2013, Pág 67). *Estudio y estimación de costos.*(3era Edición). Asunción: USAID.
- Guzman, C. (2005, Pág 88). *Aplicaciones Financieras de Excel con Matematicas Financieras.*(2da Edición). México: Digital Acrobat.
- Hernández, P. (2008, Pág 89). *Los Factores Legales.* (1era Edición). Santiago: Scrib.
- Hunger, J. D. (2007, Pág 94). *Administracion Estrategia y Politica de Negocios.*(5ta Edición). N. York: Pearson Educacion.
- Idefonso, E. (2005, Pág 54). *Marketing de los servicios.*(2da Edición). Cartagena: ESIC.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2017). *Empleadores.* Recuperado el 16 de 10 de 2017, de <https://www.iess.gob.ec/registroempleador/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2016). *Indicadores Laborales. Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo,* de <https://www.inec.gob.ec/indicadores/>
- Jhonson, H. (2007, Pág 56). *Administracion Estrategia y Politica de Negocios.*(6ta Edición). Belgica: J.Dirth.
- Jimenez, F. (200, Pág 77). *Ingeniería económica.*(1era Edición). Bogotá: Ediciones Editorial Tecnológica de CR.
- Jimenez, I. (2012, Pág. 31). *Fuentes de fianciamiento.*(4ta Edición). México: Ed. Zacateca
- Kloter, A. (2012, Pág 99). *Fundamentos de Marketing* (14ta Edición). México: Pearson Educación.

- Luz, G. (2016, Pág 18). *Empresa y entorno*. (2da Edición) Cartagena: Columbian Ed.
- Matran, C. (1992, Pág 48). *Diccionario Mapfre de Seguros*.(2da Edición). La Habana: Mapfre.
- Meneses, E. (1999, Pág 109). *Preparación y evaluación de proyectos*.(4ta Edición). Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Meneses, E. (1999, Pág 56). *Preparación y evaluación de proyectos*.(3era Edición). Quito: PUCE.
- Miranda, J. (2003, Pág 138). *Evaluación financiera económica social y ambiental* (4ta Edición MM). Bogotá: Esic.
- Miranda, J. (2003, Pág 24). *Gestión de Proyecto Evaluación financiera económica social ambiental*. (4ta Edición.). Bogota: MM. Ed.
- Mojica, J. (2011, Pág 3). *Tipos de empleo*. (2da Edición). Pachuca: Aemi Mx
- Molina, V. (2011, Pág 78). *Costo de venta contabilidad para no contadores*.(5ta Edición). Córdoba: Isef.
- Nogales, A. (2004, Pág 92). *Investigación y Técnicas de Mercado*.(3era Edición). Monterrey: ESIC.
- Pérez, A. (2013, Pág 135). *Fuentes de financiación*. (2da Edición). Madrid: Redact Ed.
- Pérez J, J. (2010, Pág 1). *Definición de impacto ambiental*. (1era Edición). Bogotá: Word Press.
- Rodriguez, C. M. (2006, Pág 234). *Estructura Matematica para la Evaluacion de Proyectos*.(3era Edición). Colombia: Gente nueva.
- Sábado, J. (2010, pág 201). *Fundamentos de bioestadística y análisis de datos*.(1era Edición). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Santillán, M. (2008). *Blogdiario.com*. Recuperado el 14 de Abril de 2018, de Productos sustitutos: <http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/>

Segovia, A. B. (2015, Pág 39). *Planificación Estratégica para la unidad de emprendimiento PUCESE.*(1era Edición). Esmeraldas: Repositorio.

Soto, O. (2011).*Localización de proyectos.* Recuperado el 14 de Abril de 2018, de <https://es.scribd.com/doc/61281301/Localizacion-de-Proyectos>

.Torres, V. (2010, Pág 78). *Calidad Total en Atención al Cliente.*(2da Edición). Barcelona: S, Leader

Verne, J. (2014, Pág 99). *Veinte mil lenguas de viaje submarino.*(5ta Edición). Roma: Edirom

ANEXOS

Anexo 1: Estilo de protectores de laptops



Jrkund Analysis Result

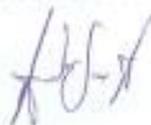
Analysed Document: ITSCO JEFERSON OK.pdf (D43484860)
Submitted: 11/4/2018 6:42:00 PM
Submitted By: jeffchip26@hotmail.com
Significance: 9 %

Sources included in the report:

tesis pecera oscar.pdf (D37024778)
arteagacevallos_ignacioalfonso_bf_2018.pdf (D37058557)
EDWIN SIMBA.pdf (D30284459)
DIANA GABRIELA TUGUMBANGO IZAMA ULTIMA TESIS.pdf (D30341733)
ALEXANDRA PAOLA IBAÑEZ COLLAGUAZO.pdf (D37025657)

Instances where selected sources appear:

28



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

ADMINISTRACION INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCION

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **TABANGO LECHON JEFFERSON PAUL**, portador de la cédula de identidad N° 1725520959, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 13 de Noviembre del 2018

TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA

13 NOV 2018

Manuela B

Sra. Marcela Ballesteros
"CORDILLERA"
RECIBIDO



Ing. Christian Guerrero
Producción

DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

BIBLIOTECA
"CORDILLERA"

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

14 NOV 2018

2,61 JBS
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

DIRECCIÓN DE CARRERA

Ing. Christian Guerrero

DIRECTOR DE CARRERA



Sra. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA