CARRERA DE ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PYMES DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES CON ESTILO A BASE DE LLANTAS RECICLADAS, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CARCELÉN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

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

Autor: Pomasqui Jiménez Christian Sergio

Tutor: Ing. Katherine Soria

Quito, 2018

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 20 de noviembre del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **POMASQUI JIMENEZ CHRISTIAN SERGIO**, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PYMES DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES CON ESTILO A BASE DE LLANTAS RECICLADAS, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CARCELÉN 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.

SORIA MANCHO NOHELY KATHERINE
Tutor de Proyectos

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Adm. Bancaria y Financiera
SALAS JIMENEZ FRANCISCO
Delegado Unidad de Titulación

TACO ALMACHI FULTON GEOVANNY
Lector de Proyectos

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA

BURGA ABAD MARIA FERNANDA
Directora de Carrera

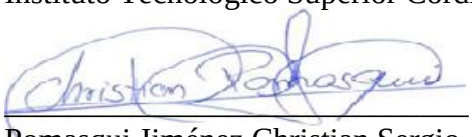
DECLARATORIA

Yo, **Pomasqui Jiménez Christian Sergio**, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, auténtica, es de mi autoría, 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.

Pomasqui Jiménez Christian Sergio
C.C: 1721945572

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Pomasqui Jiménez Christian Sergio** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1721945572** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: "En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.", otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PYMES DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES CON ESTILO A BASE DE LLANTAS RECICLADAS, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CARCELÉN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Pomasqui Jiménez Christian Sergio
C.C: 1721945572
Quito, 20 /Noviembre/2018

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a dios por darme fuerzas para conseguir culminar una etapa más de estudios en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera teniendo así una oportunidad para mi vida profesional.

A mis dos hijos por creer en mí y darme fuerzas para seguir, por la paciencia del poco tiempo que estábamos juntos y a mi padre por darme el apoyo para poder salir a delante y culminar con mis estudios logrando cumplir una meta más en mi vida.

Gratitud a mis distinguidos docentes los cuales me brindaron sus conocimientos experiencia tanto en lo profesional como en la vida, hacer un buen profesional con amabilidad respeto en la vida.

A la Ing. Soria Katherine mi tutora que a través de su conocimiento y experiencia me asesoro para poder realizar y culminar satisfactoriamente el trabajo de titulación, así también por su paciencia y dedicación para guiarme durante todo el desarrollo del proyecto.

Y por último a todos mis compañeros que tuve el agrado de conocer a través de estos años de carrera, los cuales me brindaron su amistad durante el tiempo que compartimos en clases.

DEDICATORIA

Al culminar una epata más de mi vida estudiantil dedico a mis hijos y a mi padre todo el esfuerzo reflejado en el proyectó ya que sin su apoyo, en las buenas y en las malas a través de sus consejos que me generaron las ganas de ser cada día el mejor y cumplir mis metas propuestas que me he planteado para mi vida.

A la madre de mis hijos la cual con sus consejos me alentó a continuar estudiando y poder lograr tener un título profesional y poder ejercer en el ámbito profesional.

Y por último a mi compañera Margarita la cual me apoyo en las buenas y mal dándome fuerza para culminar el proyecto.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA I

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL II

AGRADECIMIENTO III

DEDICATORIA IV

ÍNDICE GENERAL V

ÍNDICE DE TABLAS XIII

ÍNDICE DE FIGURAS XVI

ÍNDICE DE ANEXOS XVIII

RESUMEN EJECUTIVO XIX

ABSTRACT IX

CAPITULO I 1

1.INTRODUCCIÓN 1

1.01 JUSTIFICACIÓN 2

1.02 ANTECEDENTES 2

CAPITULO II 6

2.ANÁLISIS SITUACIONAL 6

2.01 AMBIENTE EXTERNO 6

2.01.01 Factor Económico 6

2.01.01.01Producto Interno Bruto (PIB) 6

2.01.01.02Inflación 8

2.01.01.03Tasa de Interés.....9

2.01.01.03.01 Tasa Activa.....10

2.01.01.03.02 Tasa Pasiva.....11

2.01.01.04 Riesgos País 12

2.01.02 Factor Social.....14

2.01.02.01 Tasa de Empleo 14

2.01.02.02 Tasa de Desempleo 15

2.01.02.03 Pea (Población Económica Activa).....16

2.01.03 Factor Legal 17

2.01.03.01 Requisitos Parar Constituirse 17

2.01.03.02 Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).....19

2.01.03.03 Patente Municipal.....19

2.01.03.04 Cuerpo de Bomberos.....19

2.01.03.05 Habilitación de Establecimientos Nuevos.....20

2.01.03.06 Obtención de la Licencia Ambiental.....20

2.01.04 Factor Tecnológico.....25

2.02 ENTORNO LOCAL 25

2.02.01 Clientes.....26

2.02.01.01 Clientes Internos 26

2.02.01.02 Clientes Externos 26

2.02.02 Proveedores 26

2.02.03 Competidores 27

2.03 ANÁLISIS INTERNO 28

2.03.01 Propuesta Estrategia 28

2.03.01.01 Misión 29

2.03.01.02 Visión 29

2.03.01.03 Objetivos 29

2.03.01.03.01 Objetivos General 29

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos 29

2.03.01.04 Principios y/o Valores 30

2.03.01.04.01 Valores 30

2.03.01.04.02 Principios 30

2.03.02 Gestión Administrativa 31

2.03.02.01 Organigrama estructural 36

2.03.02.02 Organigrama Funcional 38

2.03.03 Gestión Operativa 38

2.03.03.01 Cadena de Valor 39

2.03.04 Gestión Comercial 39

2.03.04.01 Estrategia del Producto 42

2.03.04.02 Estrategia de Precio 43

2.03.04.03 Estrategia de Promoción 44

2.03.04.04 Estrategia de Plaza o Distribución 45

2.04 ANÁLISIS FODA 46

CAPITULO III 47

3.ESTUDIO DE MERCADO 47

3.01 PRODUCTO 47

3.02 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR 48

3.02.01 Cliente 48

3.02.01.01 Tipos de Clientes 49

3.03 MERCADO 50

3.04 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA 50

3.04.01 Población 50

3.04.01.01 Tipos de Población 50

3.04.02 Muestra 51

3.04.02.01 TIPOS DE MUESTREO 51

3.04.02.01.01 PROBABILÍSTICO 51

3.04.02.01.02 NO PROBABILÍSTICO 52

3.04.02.02 FORMULA DE LA MUESTRA 52

3.05 TABULACIÓN 53

3.06 TÉCNICAS DE LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN 53

3.06.01 Encuesta 54

3.06.02 Formato de la encuesta 55

3.07 TABULACIÓN 58

3.08 OFERTA 70

3.08.01 Oferta Actual 70

3.09 DEMANDA 70

3.10 DEMANDA INSATISFECHA 71

3.11 ANÁLISIS DEL CONTROL DE MERCADEO 72

CAPITULO IV 73

4.ESTUDIO TÉCNICO 73

4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO 73

4.01.01 CAPACIDAD INSTALADA 74

4.01.01.01 EL MERCADO 74

4.01.01.02 DISPONIBILIDADES DE RECURSOS FINANCIEROS 74

4.01.01.03 DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA 74

4.01.02 CAPACIDAD ÓPTIMA 74

4.02 LOCALIZACIÓN 75

4.02.01 MARCO-LOCALIZACIÓN 75

4.02.02 MICRO-LOCALIZACIÓN 76

4.02.03 MATRIZ DE LOCALIZACIÓN 77

4.03 INGENIERÍA DE PRODUCTOS 78

4.03.01 DEFINICIÓN DE BIENES 78

4.03.02 DIAGRAMA DE FLUJOS 78

4.03.02.01 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA 83

4.03.03 MAQUINARIA Y EQUIPO 84

CAPITULO V 86

5.ESTUDIO FINANCIERO 86

5.01 INGRESOS 86

5.01.01 INGRESOS OPERACIONALES 86

5.01.02 INGRESOS NO OPERACIONALES 87

5.02 COSTOS 90

5.02.01 COSTOS DIRECTOS 90

5.02.02 COSTOS INDIRECTOS 91

5.02.03 GASTOS ADMINISTRATIVOS 93

5.02.04 GASTOS VENTAS 93

5.02.05 GASTOS FINANCIEROS 94

5.02.06 COSTOS FIJOS 95

5.02.07 COSTO VARIABLES 95

5.03 INVERSIONES 96

5.03.01 INVERSIÓN FIJA 96

5.03.02 ACTIVOS FIJOS 96

5.03.03 ACTIVOS NOMINALES (DIFERIDOS) 97

5.03.04 CAPITAL DE TRABAJOS 97

5.03.05 FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDOS 98

5.03.06 AMORTIZACIONES DE FINANCIAMIENTO 99

5.03.07 DEPRECIACIONES 100

5.03.08 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL 101

5.03.09 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 102

5.03.10 FLUJO DE CAJA 102

5.04 EVALUACIÓN FINANCIERA 103

5.04.01 TASA DE DESCUENTO 103

5.04.02 VAN. 104

5.04.03 TIR. 105

5.04.04 PRI (PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN) 105

5.04.05 RCB (RELACIÓN DE COSTO BENEFICIO) 106

5.04.06 PUNTO DE EQUILIBRIO 107

5.04.07 ANÁLISIS DE ÍNDICE FINANCIERO 108

5.04.07.01 RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO 108

5.04.07.02 RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS 109

5.04.07.03 ÍNDICE DE LIQUIDEZ 110

5.04.07.04 ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO 110

5.04.07.05 RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN 111

CAPÍTULO VI 112

6. ANÁLISIS DE IMPACTO 112

6.01 IMPACTO AMBIENTAL 112

6.02 Impacto Económico 112

6.03 IMPACTO PRODUCTIVO 112

6.04 IMPACTO SOCIAL 113

CAPÍTULO VII 114

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 114

7.01 CONCLUSIONES 114

7.02 RECOMENDACIONES 115

ANEXOS 116

BIBLIOGRAFÍA 118

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 PIB ENERO-MAYO 2018 7
TABLA 2 INFLACIÓN JUNIO2017-JUNIO2018 8
TABLA 3 TASA DE INTERÉS ACTIVA 10
TABLA 4 TASA DE INTERÉS PASIVA 11
TABLA 5 RIESGO PAÍS 13
TABLA 6 TASA DE EMPLEO 14
TABLA 7 TASA DE DESEMPLEO 15
TABLA 8 CLIENTES EXTERNOS 26
TABLA 9 PROVEEDORES 27
TABLA 10 COMPETIDORES DIRECTOS 27
TABLA 11 COMPETIDORES INDIRECTOS 28
TABLA 12 GERENTE GENERAL 32
TABLA 13 PERFIL Y FUNCIONES CONTADOR 33
TABLA 14 PERFIL Y FUNCIONES PRODUCCIÓN 34
TABLA 15 PERFIL Y FUNCIONES MARKETING Y PUBLICIDAD 35
TABLA 16 FODA 46
TABLA 17 GENERO DEL ENCUESTADO 58
TABLA 18 EDAD DE ENCUESTADOS 59
TABLA 19 COMPRA DE MUEBLES DE NEUMÁTICOS RECICLADOS 60
TABLA 20 OBSERVACIÓN DE MUEBLES CON NEUMÁTICOS RECICLADOS 61
TABLA 21 OPCIONES IMPORTANTES PARA LA COMPRA 62
TABLA 22 PROBLEMA PARA ADQUIRIR MUEBLES 63
TABLA 23 MEDIOS DE CONOCER EL PRODUCTO 64

TABLA 24 LUGAR DE COMPRO DE MUEBLES A BASE DE NEUMÁTICOS 65
TABLA 25 CONOCIMIENTO EN QUITO DEL PRODUCTO 66
TABLA 26 PRECIO A PAGAR POR MUEBLES 67
TABLA 27 FRECUENCIA DE COMPRA 68
TABLA 28 PROMOCIONES ATRACTIVAS 69
TABLA 29 OFERTA ACTUAL 70
TABLA 30 DEMANDA 71
TABLA 31 DEMANDA INSATISFECHA 71
TABLA 32 MACRO-LOCALIZACIÓN 75
TABLA 33 MATRIZ DE LOCALIZACIÓN 77
TABLA 34 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA 84
TABLA 35 MAQUINARIA Y EQUIPO 84
TABLA 36 INGRESOS OPERACIONALES 87
TABLA 37 HOJA DE COSTOS 88
TABLA 38 RESUMEN HOJA DE COSTOS 89
TABLA 39 DETERMINACIÓN DE CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN 89
TABLA 40 COSTO DIRECTOS DE MUEBLES 90
TABLA 41 COSTOS INDIRECTOS DEL PRODUCTO 91
TABLA 42 GASTOS SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVO 92
TABLA 43 GASTOS SUELDOS Y SALARIOS PRODUCCIÓN 92
TABLA 44 GASTOS ADMINISTRATIVO 93
TABLA 45 GASTOS DE VENTAS 94
TABLA 46 INTERÉS A CORTO PLAZO 94
TABLA 47 INTERÉS A LARGO PLAZO 94
TABLA 48 COSTOS FIJOS 95

TABLA 49 COSTOS VARIABLES 95
TABLA 50 ACTIVOS FIJOS 96
TABLA 51 ACTIVOS NOMINALES 97
TABLA 52 CAPITAL DE TRABAJO 97
TABLA 53 FUENTE DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDOS 98
TABLA 54 AMORTIZACIÓN Y FINANCIAMIENTO 99
TABLA 55 DEPRECIACIONES 100
TABLA 56 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL 101
TABLA 57 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO 102
TABLA 58 FLUJO DE CAJA 103
TABLA 59 TASA DE DESCUENTO 104
TABLA 60 TIR 105
TABLA 61 PERIODO DE RECUPERACIÓN 105
TABLA 62 PRI (PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN) 106
TABLA 63 RELACIÓN COSTO BENEFICIO 106
TABLA 64 RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO 109
TABLA 65 RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS 109
TABLA 66 ÍNDICE DE LIQUIDEZ 110
TABLA 67 ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO 111
TABLA 68 RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN 111

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 PIB ENERO-MAYO 7
FIGURA 2 INFLACIÓN DURANTE EL PERIODO JUNIO2017-JUNIO2018 9
FIGURA 3 TASA DE INTERÉS ACTIVA JUNIO 2017-JUNIO 2018 10
FIGURA 4 TASA DE INTERÉS PASIVA JUNIO 2017-JUNIO 2018 12
FIGURA 5 TASA DE RIESGO PAÍS 13
FIGURA 6 TASA DE EMPLEO 15
FIGURA 7 TASA DE DESEMPLEO 16
FIGURA 8 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA 17
FIGURA 9 GESTIÓN ADMINISTRATIVA 31
FIGURA 10 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL 37
FIGURA 11 ORGANIGRAMA FUNCIONAL 38
FIGURA 12 CADENA DE VALOR 39
FIGURA 13 LOGOTIPO EMPRESARIAL 40
FIGURA 14 TARJETA DE PRESENTACIÓN 40
FIGURA 15 MATERIAL P.O.P TOMA TODO 41
FIGURA 16 MATERIAL P.O.P JARRO 41
FIGURA 17 PÁGINA WEB 42
FIGURA 18 PÁGINA WEB 43
FIGURA 19 PÁGINA FACE 44
FIGURA 20 TRÍPTICO 44
FIGURA 21 TRÍPTICO 45
FIGURA 22 ESTRATEGIA DE PLAZA O DISTRIBUCIÓN 45
FIGURA 23 GÉNERO DEL ENCUESTADO 58
FIGURA 24 EDAD DEL ENCUESTADO 59

FIGURA 25 COMPRA DE MUEBLES DE NEUMÁTICOS RECICLADOS 60

FIGURA 26 OBSERVACIÓN DE MUEBLES CON NEUMÁTICOS RECICLADOS 61

FIGURA 27 OPCIONES IMPORTANTES PARA LA COMPRA 62

FIGURA 28 PROBLEMA PARA ADQUIRIR MUEBLES 63

FIGURA 29 MEDIOS DE CONOCER EL PRODUCTO 64

FIGURA 30 LUGAR DE COMPRO DE MUEBLES A BASE DE NEUMÁTICOS 65

FIGURA 31 CONOCIMIENTO EN QUITO DEL PRODUCTO 66

FIGURA 32 PRECIO A PAGAR POR MUEBLES 67

FIGURA 33 FRECUENCIA DE COMPRA 68

FIGURA 34 PROMOCIONES ATRACTIVAS 69

FIGURA 35 MACRO LOCALIZACIÓN 76

FIGURA 36 MICRO LOCALIZACIÓN 77

FIGURA 38 FLUJO DE CADA ACTIVIDAD 81

FIGURA 39 FLUJO ADMINISTRATIVO 82

FIGURA 40 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA 83

FIGURA 41 PUNTO DE EQUILIBRIO 108

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS 1 PROFORMA EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.....116

ANEXOS 2 PROFORMA EQUIPO DE OFICINA.....116

ANEXOS 3 PROFORMA MUEBLES OFICINA 116

ANEXOS 4 PROFORMA ARCHIVADOR 117

ANEXOS 5 CONSTRUCCIÓN DEL MUEBLE 117

ANEXOS 6 MUEBLES TERMINADO.....117

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de muebles con estilo a base de neumáticos reciclados, ubicada en la Parroquia de Carcelén Bajo del Distrito Metropolitano de Quito. El objetivo de esta investigación es implantar una microempresa, cuya actividad será ofrecer elaboración y comercialización de muebles con estilo a base de neumáticos reciclados, a fin de satisfacer necesidades del sector.

Se realizó un estudio de mercado donde se pudo constatar la oferta y demanda de los muebles con estilo a base de neumáticos reciclados del sector para poder aplicar las debidas estrategias del proyectó, mediante el estudio técnico se pudo determinar la factibilidad, tomando en cuenta que el retorno esperado es mínimo durante los primeros años, se concluyó que tiene aceptación por parte de los cliente y una utilidad aceptable para la empresa.

ABSTRACT

The purpose of this study is to carry out a feasibility study for the implementation of a microenterprise dedicated to the production and marketing of stylish furniture based on recycled tires, located in the Parish of Carcelén Bajo of the Metropolitan District of Quito. The objective of this research is to implement a microenterprise, whose activity will be to offer elaboration and commercialization of furniture with style based on recycled tires, in order to satisfy needs of the sector.

A market study was carried out where the supply and demand of stylish furniture based on recycled tires from the sector could be verified in order to apply the proper strategies of the project, through the technical study it was possible to determine the feasibility, taking into account that the Expected return is minimal during the first years, it was concluded that it has acceptance by the client and an acceptable profit for the company.

CAPITULO I

1. Introducción

Se realiza el proyecto con la finalidad de implementar una micro empresa dedicada a elaborar y comercializar en la ciudad de Quito muebles con estilo a base de neumáticos recicladas, la cual contenga precios que estén acorde con el status media y baja de la población.

Esta empresa dedicada a la elaboración muebles con estilo a base de llantas recicladas, se encuentra basado en la influencia de una micro-pyme que se preocupa por todos los cambios que se está implementando en el país, cuyo objetivo principal es buscar el valor agregado a los productos que se van a elaborar con mano de obra ecuatoriana, y así aportar con la conservación del medio ambiente.

1.01 Justificación

El crecimiento poblacional y la necesidad de transportarse de un lugar a otro de una manera segura y rápida, han determinado un incremento de vehículos particulares y públicos, aumentando el problema de llantas que finalizaron su vida útil, y al no contar con sitios estratégicos donde puedan ser almacenadas, provocan contaminación ambiental.

Debido a la tendencia se implementa un proyecto el cual ofrezca fabricar muebles con estilos a base de neumáticos reciclados ayudando a disminuir la contaminación ambiental, por lo tanto surge la necesidad de implementar un plan de negocios que fabrique y comercialice muebles con estilo a base de llantas recicladas que contenga , variedad de diseño, comodidad, confort y precios cómodos que estén acordes con el status poblacional, ofreciendo a los consumidores una propuesta diferente haciéndoles sentir en confianza, ya que el mejoramiento de la fabricación será continua y la rentabilidad del negocio se incrementara y a la vez generara fuentes de trabajo, seleccionando con responsabilidad a los mejores artesanos de acuerdo a las exigencias de los diseños y calidad de los consumidores.

1.02 Antecedentes

Algunas de las teorías del caucho son que lo descubrieron los americanos Nativos Sures antes del viaje de Colón en 1492, quien hizo el conocimiento del caucho disponible a Europa. Por muchos años los españoles trataron de reproducir productos resistentes al agua (zapatos, chaquetas, y capotillos) de los americanos Nativos Sures, pero sus resultados fueron infructuosos. El caucho era meramente una

curiosidad en los museos de Europa en esos siglos. (Igual, Creative Commons Con Atribución y Compartir, 2010)

En 1731 el gobierno francés envió al geógrafo matemático de La Condamine Charles Marie a América del Sur en una expedición geográfica. En 1736 él envió de vuelta a Francia varios rollos de caucho crudo, junto con una descripción de los productos fabricados por los nativos del valle del Amazonas. Hubo un gran interés general y científico en la substancia y se empezaron a estudiar sus propiedades. En 1770, el químico británico Joseph Priestley descubrió que se puede usar la goma del caucho para borrar marcas del lápiz sólo frotándola contra el trazo, haciendo de ésta propiedad el nombre que deriva en la substancia. En 1791 comenzó la primera aplicación comercial de caucho cuando un fabricante inglés, Samuel Repica, patentó un método de tela "waterproofing" (a prueba de agua) para tratarlo con una solución de caucho en trementina. El inventor británico y químico Charles Macintosh, en 1823, estableció una planta en Glasgow para la fábrica de tela impermeable y vestidos "rainproof" (a prueba de lluvia) que le han dado ese prestigioso nombre de marca. (Igual, Creative Commons Con Atribución y Compartir, 2010)

En 1839 la empresa Goodyear fue quien descubrió la vulcanización del caucho, más tarde John Boyd Dunlop veterinario escoses quien vivía en Irlanda fue quien invento el neumático en 1887. (COMERCIO, 2012)

Cerca de 1891 los hermanos Andre y Eduardo Micheli inventan el neumático desmontable lo que revoluciona las llantas y permitió su adaptación para la industria y el deporte del automóvil. (Cano, 2016)

En 1955 Michelin inventa el neumático sin cámara de aire más tarde en 1962 Bridgestone desarrolla sus primeras llantas de estructura radia en acero japonés para

camiones y autobuses y los primeros neumáticos de estructura radial para los vínculos particulares a mediaos del 1964. (Cano, 2016)

En el año de 1992 Good Year puso a punto el neumático sin aire que permite después de un pinchazo seguir rodando a una velocidad reducida durante un número de kilómetros limitado. (Cano, 2016)

Al momento de crear este tipo de llantas se produjo un inconveniente el cual al término de la vida de la llanta se la desechaba y producía una contaminación, en ese momento se comenzó a quemar para que así baje el excesivo incremento de llantas usadas, esto producía combustión de material orgánico que además de calor produce la desintegración física y química del caucho, dejando en el aire compuestos que son nocivos para el medio ambiente. (Cano, 2016)

En 1997 se crea un empresa ecuatoriana en la que se daba un uso a las llantas que ya no servían, eso innovo el mercado porque no existía empresas que reutilizaban las llantas fue una idea innovadora para personas que necesitaban amoblar sus hogares y empezaron a crear muebles con diseños novedoso. (Cano, 2016)

En ese momento comenzaron a realizar proyectos que sean factibles y se enfocaron en las llantas que ya no eran usadas y no tenían donde colocarlas.

A continuación nuevas investigaciones sobre la apertura de negocios en la creación de muebles de estilo a base de llantas recicladas. (Cano, 2016)

Quilligana Carlos (2015) Indico en su proyecto “Elaboración de muebles ecológicos mediante neumáticos de vehículos para reducir la contaminación ambiental en la ciudad de Riobamba”. (Cano, 2016)

-Los objetivos de su tema expuestos fueron.

-Realizar un prototipo de muebles para el uso cotidiano.

-Tratar de reducir porcentualmente la contaminación del medio ambiente por el uso de neumáticos.

-Identificar los elementos que producen en la salud mala utilización de neumáticos usados.

Para el estudio se emplearon métodos como la entrevista y la encuesta: el estudio de mercado se efectuó gracias a la información obtenida de la muestra tomada de habitantes de Riobamba que corresponde a 394, mientras que el análisis de la oferta se encontró que existen 2 fábricas de la localidad.

Este antecedente es de mucha ayuda para la realización del proyecto ya que nos indica que el mercado es muy factible amplio para creación de muebles de estilo a base de llantas recicladas. (Cano, 2016)

Por el momento en la ciudad de Quito se ha investigado que no existen personas ni fábricas que elaboraren muebles con estilo a base de llantas recicladas.

CAPITULO 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". (Lorette, 2017).

2.01 Ambiente Externo

"Ambiente Externo de las Organizaciones o también llamado entorno de las Organizaciones, es el conjunto de todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema". (Barrios, 2011).

2.01.01 Factor Económico

"Los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa". (Pérez, 2013).

2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)

"El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo -en términos globales y por ramas de actividad- se deriva de la construcción de la Matriz

Insumo-Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales". (Díaz, 2014).

El Producto Interno Bruto es un indicador que ayuda a medir el crecimiento de la producción de bienes y servicios de un país.

Tabla 1 PIB enero-mayo 2018

Fecha	PIB
Enero	0.01
Febrero	0.05
Marzo	0.22
Abril	0.23
Mayo	0.19

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Sergio Pomasqui

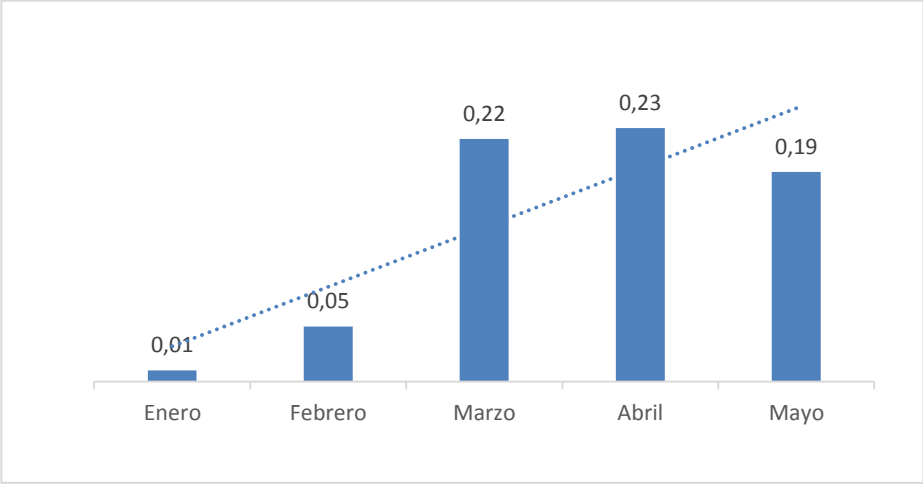


Figura 1 PIB Enero-Mayo

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Como podemos observar en la figura 1 de enero a mayo presenta un aumento de 0.18, existiendo una estabilidad, la misma que representa una **oportunidad** para la microempresa porque la gente tendrá la posibilidad de comprar más muebles para el hogar.

2.01.01.02 Inflación

"El término inflación hace referencia a la acción y efecto de inflar. La utilización más habitual del concepto tiene un sentido económico: la inflación es, en este caso, la elevación sostenida de los precios que tiene efectos negativos para la economía de un país". (Pérez, 2009).

Tabla 2 Inflación Junio2017-Junio2018

Meses	(%)
Junio 2017	-0.58%
Julio 2017	-0.14%
Agosto 2017	0.01%
Septiembre 2017	-0.15%
Octubre 2017	-0.14%
Noviembre 2017	-0.27%
Diciembre 2017	0.18%
Enero 2018	0.19%
Febrero 2018	0.15%
Marzo 2018	0.06%
Abril 2018	0.14%
Mayo 2018	-0.18%
Junio 2018	-0.27%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Sergio Pomasqui

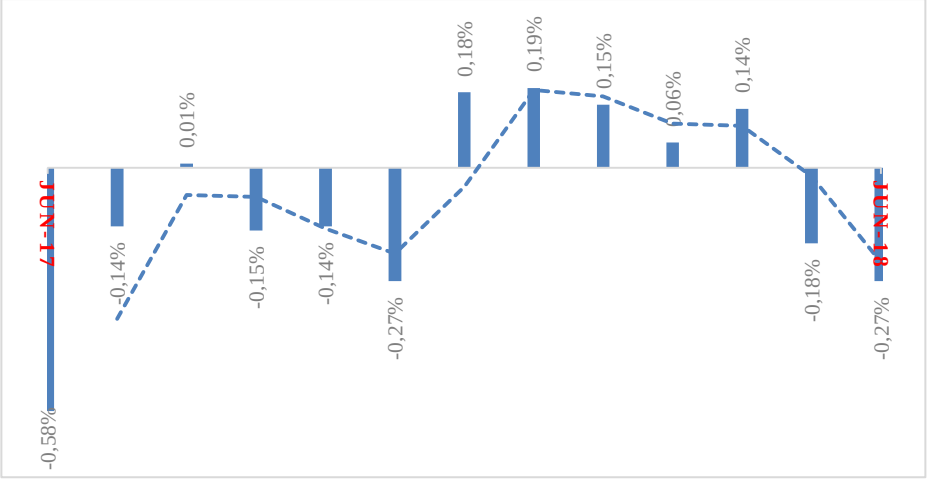


Figura 2 Inflación durante el periodo Junio2017-Junio2018

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.-Se puede evidenciar que la inflación de Junio del 2017 a Junio del 2018 presenta una variación de -0.31%. Esto genera una **amenaza** para el proyecto ya que tenemos incrementos en los precios, estos puede generar que los materiales ocupados en la empresa para la elaboración de muebles con estilo a base de neumáticos tengan un valor más alto y nuestro pecios tendrán que elevarse.

2.01.01.03 Tasa de Interés

"En el ámbito de la economía y las finanzas, el concepto de interés hace referencia al costo que tiene un crédito o bien a la rentabilidad de los ahorros. Se trata de un término que, por lo tanto, permite describir al provecho, utilidad, valor o la ganancia de una determinada cosa o actividad". (Merino, 2012).

2.01.01.03.01 Tasa Activa

"La tasa activa es una cantidad que recibe todos los intermediarios financieros por los préstamos otorgados." (Ortíz, 2017).

Tabla 3 Tasa de Interés Activa

Meses	Valor
Junio 2017	7.72
Julio 2017	8.15
Agosto 2017	7.58
Septiembre 2017	8.19
Octubre 2017	7.86
Noviembre 2017	7.79
Diciembre 2017	7.83
Enero 2018	7.72
Febrero 2018	7.41
Marzo 2018	7.26
Abril 2018	7.63
Mayo 2018	6.67
Junio 20108	7.33

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Sergio Pomasqui

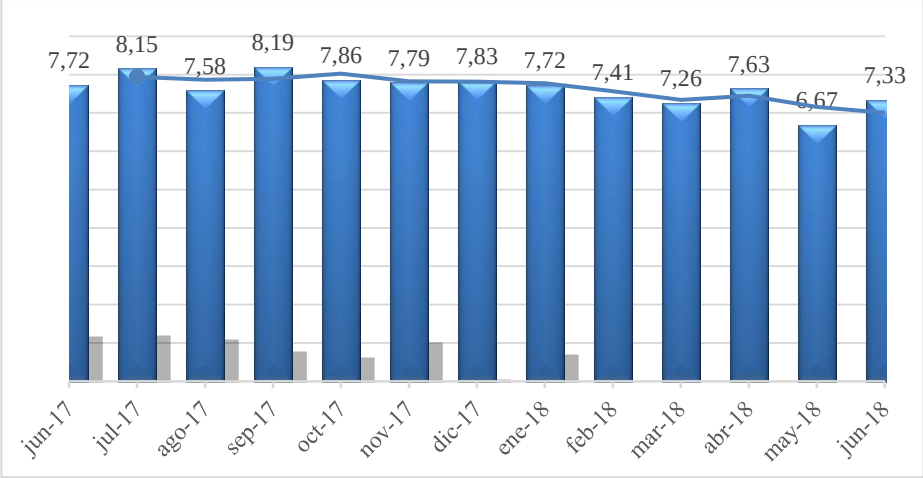


Figura 3 Tasa de interés Activa Junio 2017-Junio 2018

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis. Como podemos observar en la figura 3 de Junio 2017 a Junio 2018 tenemos una baja de 0.39 lo cual nos refleja una **oportunidad** para la empresa en caso de necesitar un financiamiento.

2.01.01.03.02 Tasa Pasiva

"Las tasas pasivas entran como componente de las tasas activas a través del llamado costo porcentual promedio de captación (CPP), que es la tasa promedio de tasas pasivas pagadas en un periodo determinado por el sistema financiero según los ahorros captados del público en sus distintas modalidades, ponderado por el valor asociado a cada denominación, Entonces, las tasas activas dependen positivamente de este costo porcentual promedio de captación; cuando éste aumenta, las tasas activas también se incrementan". (Ortíz, 2017).

Tabla 4 Tasa de Interés Pasiva

Fecha	**Valor**
Junio 2017	4.80
Julio 2017	4.84
Agosto 2017	4.96
Septiembre 2017	4.97
Octubre 2017	4.80
Noviembre 2017	4.91
Diciembre 2017	4.95
Enero 2018	4.98
Febrero 2018	5.06
Marzo 2018	4.96
Abril 2018	4.99
Mayo 2018	4.99
Junio 2018	5.11

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Sergio Pomasqui

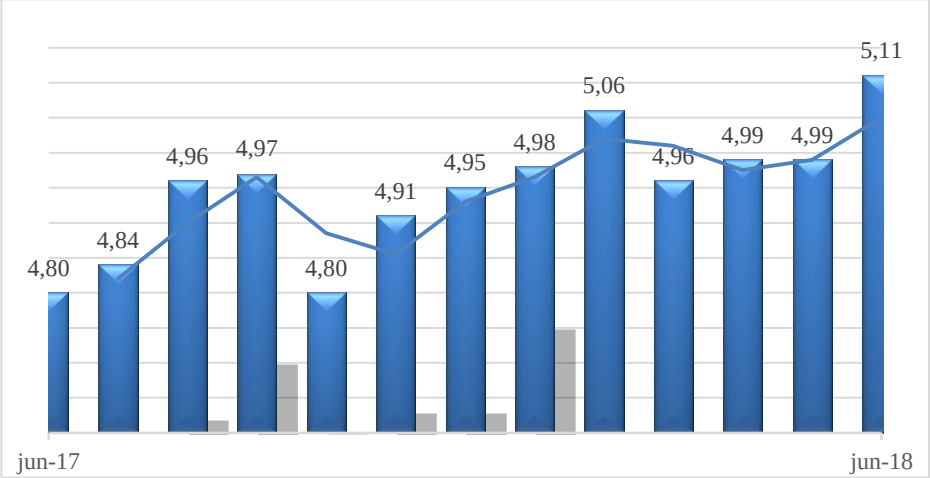


Figura 4 Tasa de interés Pasiva Junio 2017-Junio 2018

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.

La tasa de interés pasiva ha aumentado de Junio 2017 a Junio del 2018 en un 0.31 puntos, por lo tanto para el presente proyecto genera un efecto positivo en los ahorros, esto representa una **oportunidad** para la empresa en caso de necesitar congelar su dinero para tener un ingreso por generación de intereses

2.01.01.04 Riesgos País

"En la jerga financiera, se considera "riesgo país" al nivel de riesgo que implica la inversión en instrumentos emitidos por el gobierno de un país en un momento dado. Es corriente que ese riesgo sea presentado como un indicador que revela el nivel de riesgo que corre un inversionista en no poder recuperar su inversiones en un cierto país; es por lo tanto una evaluación de la capacidad de responder a los compromisos de pago de las deuda asumidas". (Alberto Acosta, 2005)

Tabla 5 Riesgo País

Fecha	Valor
Junio 2017	706
Julio 2017	673
Agosto 2017	643
Septiembre 2017	606
Octubre 2017	563
Noviembre 2017	507
Diciembre 2017	459
Enero 2018	442
Febrero 2018	490
Marzo 2018	544
Abril 2018	667
Mayo 2018	671
Junio 2018	671

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Sergio Pomasqui

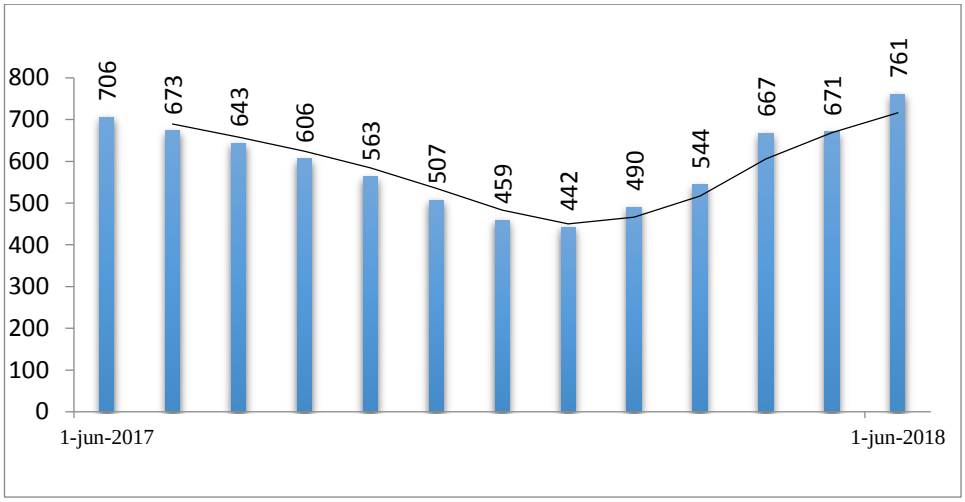


Figura 5 Tasa de Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- El riesgo país es una medida que se expresa en puntos. Para encontrar una tasa se debe dividir para una base de 100 puntos. El riesgo país de Junio 2017 a Junio 2018 tiene la tendencia de crecimiento de 55 puntos por lo tanto se convierte en una **amenaza** para la inversión del negocio en el país.

2.01.02 Factor Social

"Situación es un concepto con varios significados. En este caso, nos interesa quedarnos con su acepción como la posición, la ubicación o el estado de algo o de alguien. Social, por su parte, es un adjetivo que se vincula a la sociedad (una comunidad de individuos)". (Merino, 2014).

2.01.02.01 Tasa de Empleo

"La tasa de empleo es el cociente entre la población ocupada y la población en edad legal e trabajar" *(Gimenez, 1999)*

Tabla 6 Tasa de Empleo

Fecha	**Valor**
Marzo 2017	65.9%
Junio 2017	65.6%
Septiembre 2017	66.0%
Diciembre 2017	64.6%
Marzo 2018	65.1%

Fuente: Instituto de estadística y censos
Elaborado por: Sergio Pomasqui

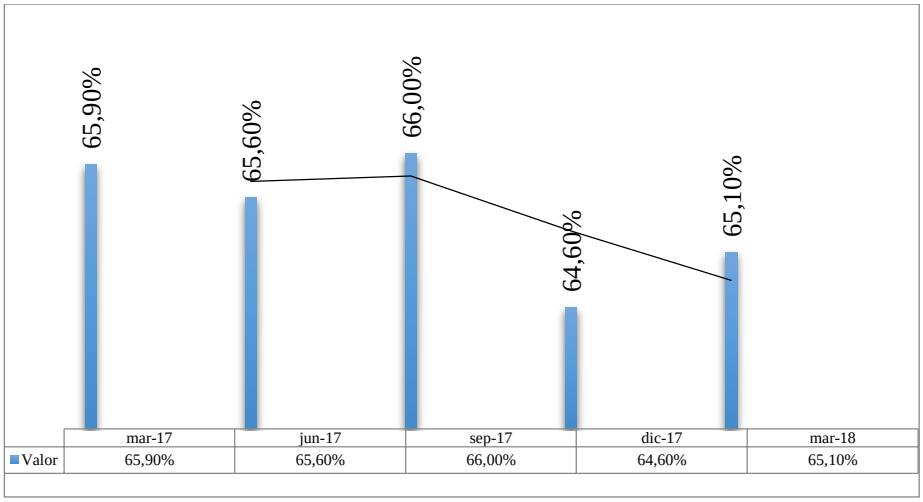


Figura 6 Tasa de Empleo
Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Como podemos observar en la figura 6 tomando en cuenta el último censo realizado en el 2010 con un porcentaje del 59.40%, a marzo del 2018 tenemos un incremento del 5.7%, con esto podemos concluir que nos representa una **oportunidad** lo cual es beneficioso para la empresa porque nos ayudara a acceder a la mano de obra, y conseguir personal mucho más rápido y eficazmente.

2.01.02.02 Tasa de Desempleo

"También conocida como tasa de paro, mide el nivel de desocupación en relación a la población activa. En otras palabras, es la parte de la población que estando en edad, condiciones y disposición de trabajar -población activa- no tiene puesto de trabajo". (Eduardo, 2006)

Tabla 7 Tasa de Desempleo

Fecha	**Valor**
Marzo 2017	4.4%
Junio 2017	4.5%
Septiembre 2017	4.1%
Diciembre 2017	4.6%
Marzo 2018	4.4%

Fuente: Instituto de estadística y Censos
Elaborado por: Sergio Pomasqui

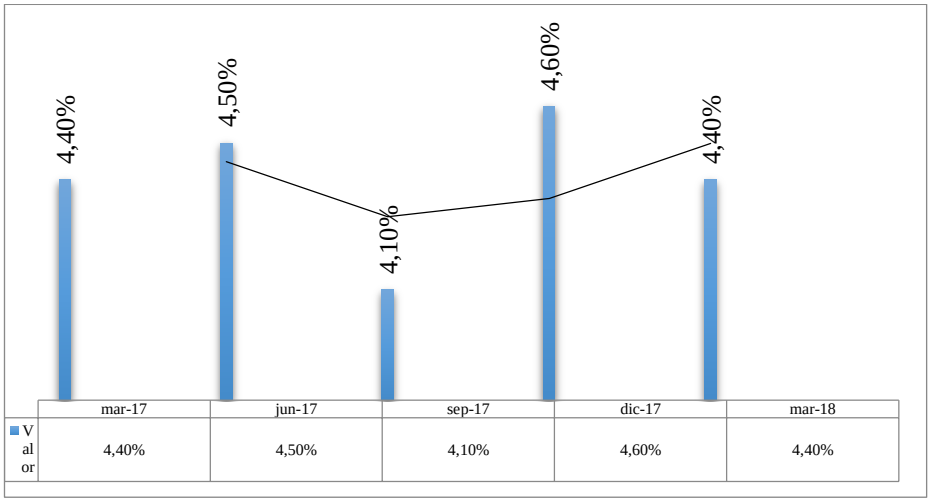


Figura 7 Tasa de Desempleo
Fuente: Instituto de estadística y Censos
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Como podemos apreciar en la figura 7 la tasa de desempleo varía entre 2010 al 2018 un 0.6% lo cual es un porcentaje que nos representa una **oportunidad** para la empresa porque la mayoría de personas tiene poder de adquisición

2.01.02.03 Pea (Población Económica Activa)

"Es conjunto de la población que a partir y hasta la edad que cada Estado fija como límites mínimo y máximo para ingresar y egresar del mundo laboral, se encuentra efectivamente trabajando o está buscando activamente un puesto de trabajo. Está por lo tanto integrada por quienes están trabajando y por los desempleados. Investigar este índice proporciona datos relevantes sobre el grado de desarrollo del lugar en cuestión. (Cuevas, 1978)

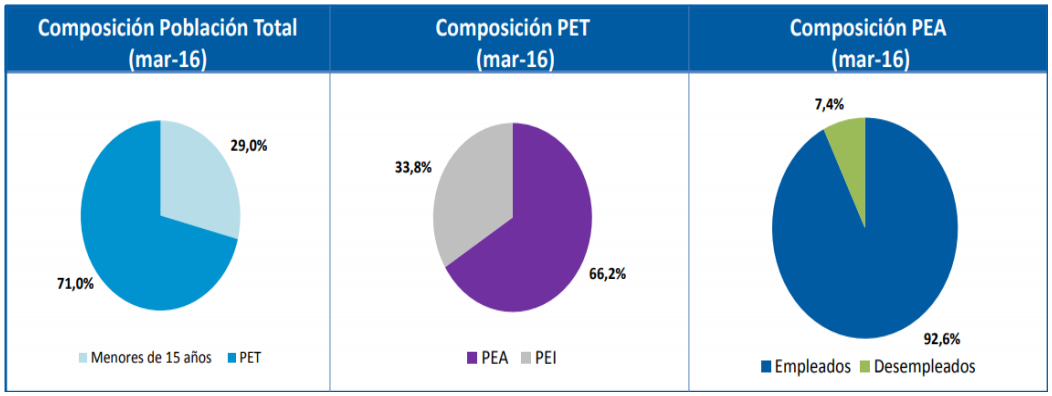


Figura 8 Población Económicamente Activa
Fuente: INEC
Elaborado por: INEC

Análisis: Como se observa en la figura 8 tenemos un 92.6% de personas que forman parte de la fuerza laboral lo cual es una **oportunidad** para la micro empresa porque la mayoría de personas tienen poder de adquisición.

2.01.03 Factor Legal

"Son distintos los mecanismos de normatividad en cada país ya que son influenciados por el tipo de gobierno que prevalece en ese momento, es decir a la ideología política que tenga". (Hernandez, 2008).

2.01.03.01 Requisitos Parar Constituirse

El Servicio de Rentas Internas (SRI,) explica que el RUC es el número de identificación personal e intransferible de personas naturales y jurídicas para que puedan ejercer actividades económicas de forma legal. Los requisitos y pasos para la inscripción en el RUC son:

- Documento de identificación, sea este cédula de identidad en el caso de ecuatorianos o extranjeros residentes, pasaporte ecuatoriano para el caso de

extranjeros resientes, pasaporte y visa o credencial (certificado) de refugiado en el caso de extranjeros no residentes.

- Papeleta de votación o certificado de presentación en el caso de ecuatorianos.
- Documento que acredite la condición migratoria regular en el territorio insular, en el caso de actividades realizadas en la provincia de Galápagos.
- Adicional a esto para la verificación del lugar donde realiza su actividad económica el contribuyente deberá presentar el original y entregar una copia de cualquiera de los siguientes documentos, de uno de los últimos 3 meses:

- Factura, planilla,
- comprobante de pago de servicios básicos.
- Factura o estados de cuenta de otros servicios como telefonía fija o móvil, televisión pagado u otros.
- Comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural.
- Notas de Crédito y Notas de Débito emitidas por servicios básicos.
- Cualquier documento emitido por una entidad pública.
- Contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato, debidamente legalizado.
- Contrato de Concesión Comercial o certificaciones de uso de locales u oficinas, otorgadas por administradores de centros comerciales, del municipio, de asociaciones de plazas y mercados u otros.
- Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito.
- Patente Municipal, Permiso de Bomberos.
- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio.
- Carta de cesión de uso gratuito del inmueble.

- Escritura de compra venta del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad.

2.01.03.02 Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)

Es un documento que adjunta los permisos correspondientes que deben poseer los locales comerciales, como patente, permiso del Cuerpo de Bomberos, de la dirección de Salud, del Ministerio de Turismo y del Ministerio del Interior.

El proceso que se debe seguir para obtener la LUAE es el siguiente:

- Ingresar a la página web www.quito.gob.ec y escoger el link que dice Licencia Única de Funcionamiento.
- Descargar el formulario e imprimirlo.
- Llenar los datos con esferos azul; acercarse a la administración zonal en la que funciona el local comercial, adjuntando las copias de la cédula, papeleta de votación y el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

2.01.03.03 Patente Municipal

Para obtener la patente se necesitan los siguientes documentos:

- Formulario de inscripción
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Copia del RUC
- Dirección de correo electrónico

2.01.03.04 Cuerpo de Bomberos

El permiso de funcionamiento emitido por el cuerpo de bomberos requiere que se presenta los siguientes documentos:

- Informe del inspector
- Copia de cédula del propietario
- Copia de la patente municipal
- Copia del RUC
- Copia contrato de arriendo

2.01.03.05 Habilitación de Establecimientos Nuevos

El paso final para poder operar es la presentación de los documentos mencionados anteriormente para así obtener el permiso de habilitación para establecimientos nuevos. En este sentido, se debe presentar la siguiente información:

- Solicitud para Permiso de Funcionamiento
- Planilla de Inspección
- Certificado de Capacitación en manipulación de Alimentos
- Copia del RUC
- Copia del certificado de salud
- Copia de cédula y papeleta de votación

Con este último documento ya se pueden comenzar las actividades sin ningún inconveniente y con el aval de los organismos rectores

2.01.03.06 Obtención de la Licencia Ambiental

El Licenciamiento Ambiental de un proyecto nuevo o una actividad en funcionamiento cuenta con el siguiente orden de pasos a cumplir:

- Certificado de intersección (Emitido por el Ministerio del Ambiente).
- Categorización Ambiental de la actividad o proyecto propuesto.

- Ficha ambiental y Plan de Manejo Ambiental (aplica con categoría III).
- Términos de referencia del proyecto (aplica con categoría I y II).
- Borrador del Estudio de Impacto Ambiental (EsIA) o Estudio de Impacto Ambiental Expost (para actividades en funcionamiento).
- Procesos de Participación Ciudadana.
- Estudio del Impacto Ambiental definitivo o Estudio de Impacto Ambiental Expost definitivo.
- Emisión de la Licencia Ambiental, previo el pago de tasas y presentación de garantías.

1.- Certificado de Intersección

El Certificado de Intersección es el documento que se solicita y lo emite el MINISTERIO del Ambiente (MAE). En la Provincia del Guayas se lo obtiene en la Dirección Provincial del Guayas del Ministerio del Ambiente (Banco Central – 9 de Octubre y Pichincha).

Los requisitos se encuentran disponibles en la página. Web del Ministerio del Ambiente: www.ambiente.gov.ec.

2.- Categorización Ambiental

Se debe presentar en el Gobierno Provincial del Guayas los siguientes requisitos:

Copia del Certificado de Intersección otorgado por el Ministerio del Ambiente, notariado.

Solicitud de categorización y Formulario con la información de la actividad en funcionamiento o proyecto propuesto y del entorno (disponible en la WEB del GPG).

Certificado de factibilidad del uso del suelo para el proyecto nuevo o actividad en funcionamiento, otorgado por el Municipio del cantón correspondiente, o pronunciamiento similar con el que el Municipio permite el desarrollo de un proyecto o actividad industrial, comercial o de servicios en funcionamiento.

Los Proyectos nuevos o actividades en funcionamiento de Categorías I y II deben entrar al proceso de licenciamiento ambiental con la elaboración de Términos de Referencia (TDR); en tanto que los proyectos nuevos o actividades en funcionamiento de categoría III se aplicará una Ficha Ambiental, con su correspondiente Plan de Manejo Ambiental (PMA).

3.- Ficha Ambiental.

Los proyectos nuevos o actividades en funcionamiento que tienen categoría ambiental III, deben presentar al GPG los siguientes requisitos:

Solicitud de aprobación de Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental

Ficha Ambiental.

Plan de Manejo Ambiental mínimo de la actividad en funcionamiento o proyecto propuesto.

Descripción del proyecto resumido

4.- Términos de Referencia.

Los requisitos para la aprobación de TDR de EIA de proyecto nuevo o EIA Expost de actividad en funcionamiento son los siguientes:

- Copia de notificación de la categoría alcanzada por el proyecto nuevo o actividad en funcionamiento, por parte del Gobierno Provincial del Guayas.
- Solicitud de aprobación de los Términos de Referencia de EIA de Proyecto nuevo o EIA Expost de actividad en funcionamiento (una copia impresa y en formato digital).

- Términos de Referencia de EIA para proyectos nuevos o EsIA Expost para actividades en funcionamiento.

La Dirección Coordinadora de Medio Ambiente y Agua del Gobierno Provincial del Guayas revisará, analizará, aprobará u observará los TDR y el Plan de Manejo Ambiental, notificando por escrito al promotor o representante la aprobación de los mismos o las observaciones de ser el caso, que deberán ser absueltas por el promotor de la actividad o proyecto propuesto hasta lograr la aprobación de los TDR del EsIA o EsIA expost.

5.- Borrador de estudio de impacto ambiental (eia) o estudio de impacto ambiental expost (eiaespost).

Los requisitos para presentar el borrador del Estudio de Impacto Ambiental o Estudio de Impacto Ambiental Expost, son los siguientes:

- Solicitud de revisión del Borrador del EIA o el EsIA Expost.
- Copia de la factura o contrato notariado que certifique el costo del EsIA y PMA.
- Papeleta de depósito correspondiente a la tasa por servicios administrativos de gestión ambiental (en trámite de aprobación por Ordenanza Ambiental, no exigible todavía, pero que será cobrada retroactivamente cuando se la apruebe por el servicio otorgado).
- Borrador del EsIA o EsIA Expost y PMA(dos copias impresas y dos en formato digital).

6.- Proceso de participación social

Una vez recibido el borrador del EIA o EIA Expost y PMA, el promotor o representante deberá iniciar el proceso de participación social para lo cual aplicará

los procedimientos que constan en el Decreto Ejecutivo 1040, publicado en el registro oficial No. 332 del 8 de mayo de 2008 y los Acuerdos Ministeriales No.112 del 17 de julio de 2008 y No. 106 del 30 de octubre del 2009, y los mecanismos de participación que constan en el Art. 20 del TULSMA.

7.- Estudio de impacto ambiental o estudio de impacto ambiental expost (informe Definitivo).

Los requisitos para la aprobación del EIA o EIA Expost y el PMA son los siguientes:

- Solicitud de aprobación del informe definitivo del EsIA o EsIA Expost.
- Estudio de Impacto Ambiental o Estudio de Impacto Ambiental Expost y PMA definitivo (dos copias impresas y dos en formato digital).
- Informe de sistematización de criterios (Informe técnico del facilitador de la Participación social), o acta o informe del proceso de participación social del EIA Expost.

8.- Emisión de la licencia

Los requisitos para la emisión de la Licencia Ambiental son los siguientes:

Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental.

- Cronograma valorado de ejecución del PMA anual. (en caso de proyectos a ejecutarse en un tiempo menor a un año, cronograma por los meses de duración).
- Certificación notariada del costo total del Proyecto.
- Para EsIA Expost, se presentará certificación notariada del monto total de activos de la Empresa o actividad en funcionamiento, a valor presente.

- Una garantía de fiel cumplimiento del Plan de Manejo Ambiental equivalente al 100 % del costo total del mismo, correspondiente al año de vigencia de dicha garantía, la cual debe ser renovada anualmente.
- Una garantía o seguro por daños a terceros o de responsabilidad civil.
- Papeleta de depósito correspondiente al pago de lo que estipula el Artículo 2 de la "Ordenanza que crea las Tasas por Servicios de Gestión y Calidad Ambiental del Gobierno Provincial del Guayas" publicada en el Registro Oficial No. 062 del 18 de agosto de 2010.

Análisis.- Con todos los datos y requisitos adquiridos podemos crear inmediatamente la empresa ya que algunas no podrán adquirir con facilidad porque necesitaran trámites adicionales para su funcionamiento legal, esto nos representa una **oportunidad** ya que la micro empresa se trasforma en legal.

2.01.04 Factor Tecnológico

"Un recurso es un medio de cualquier clase que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende. La tecnología, por su parte, hace referencia a las teorías y técnicas que posibilitan el aprovechamiento práctico del conocimiento científico". (Merino, 2013)

Análisis.- La tecnología representa una **oportunidad**, para la empresa porque contribuye al manejo correcto y ordenado al momento de realizar ventas

2.02 Entorno Local

"Estos modelos se sitúan en la filosofía del desarrollo endógeno a pequeña escala e incluyen actividades que utilizan los recursos locales, emplean a

población local, no hipotecan el medio ambiente y respetan las tradiciones y modos de vida locales" (Xavier, 2011)

2.02.01 Clientes

"Un cliente es tanto para los negocios y marketing como para la informática un individuo, sujeto o entidad que accede a recursos, productos o servicios brindados por otra". (Bembibre, 2009).

2.02.01.01 Clientes Internos

Los Clientes Internos son miembros de la organización que trabajan dando servicio cual es remunerada por el dueño de la organización.

2.02.01.02 Clientes Externos

Los Clientes Externos son personas ajenas a la organización que requieren de nuestro servicio o producto.

Tabla 8 Clientes Externos

Clientes Externos	Ubicación
Muebles Carmita	Carcelén alto Calle Principal
Muebles Johana	La Brasil
Mueblería Sur	Maldonado y Vacarí

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Una forma efectiva para que el producto de la empresa sea conocido, es tener clientes estratégicos lo cual se convierta es una fortaleza para poder introducir el producto y competir fácilmente en el mercado

2.02.02 Proveedores

"Persona física o moral que habitualmente o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes productos o servicio" (Leonel, 2003)

Tabla 9 Proveedores

Proveedores	Ubicación	Producto
Vulcanizadora Carcelén	Carcelén Alto Calle G1 y Calle L	Llantas
Vulcanizadora Rápidos	Carcelén Bajo Calle H y Calle J	Llantas
Ferretería Susi	Carcelén Bajo Calle N11 Y Calle K3	Pernos
Cortivis	Calderón	Telas
Edimca	Carcelén alto	Madera

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Para poder realizar la fabricación de muebles con estilo a base de llantas recicladas debemos contar con proveedores que estén cerca de la empresa y que tengan precios cómodos, esta es una **fortaleza** al momento de contar siempre con stock de materia primara para así poder cumplir con los pedidos a tiempo y eficazmente.

2.02.03 Competidores

"Son las empresas o entes que tienen como los mismos objetivos de venta que una empresa, y que su producto puede ser un substitutivo del nuestro en el proceso de compra." (Leonel, 2003).

Tabla 10 Competidores Directos

Establecimiento	Producto
EcoDeco	Muebles a base de llantas recicladas
Eco Caucho	Muebles a base de llantas recicladas
Caucho de Maracay	Muebles a base de llantas recicladas
Info Jardin	Muebles a base de llantas recicladas

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.-Alrededor del proyecto que se va a implementar en la ciudad de Quito no existen competidores directos lo cual es una fortaleza para poder introducir el producto al mercado.

Tabla 11 Competidores Indirectos

Establecimiento	Producto
Ferretería El Mueble	Todo Tipo de Muebles para el hogar
Muebles de Sala	Todo Tipo de Muebles para el hogar
Muebles Carapungo	Todo Tipo de Muebles para el hogar
Muebles Mariani	Todo Tipo de Muebles para el hogar
Muebles Bolívar	Todo Tipo de Muebles para el hogar

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- En la ciudad de Quito existen varios competidores indirecto los cuales son conocidas por los clientes esto representa una debilidad para el proyecto por lo tanto es mucho más difícil el ingreso al mercado.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estrategia

> "La planeación estratégica es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo. (Cambra, 2012)

Realizar una alianza estratégica para lograr mayor cobertura del mercado actual, con productos de calidad a través del cumplimiento de los estándares aprovechando la efectividad de la producción, la estabilidad del personal, la lealtad del cliente y la disponibilidad de insumos para obtener una cobertura más grande del mercado.

1. Realizar una investigación de mercado para mirar el nivel de satisfacción de los clientes.
2. Evaluar las posibles estrategias.
3. Determinar qué tipo de alianza es la que se busca.
4. Hacer un estudio de las posibles de empresas para realizar alianza.

5. Hacer publicidad.

2.03.01.01 Misión

Somos una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de muebles a base de llantas reciclables, dando alternativas de diseño para una decoración distinta en su hogar.

2.03.01.02 Visión

Para el año 2023 seremos una empresa líder en la fabricación y comercialización de muebles con estilo a base de neumáticos reciclados satisfaciendo la necesidad del cliente, brindando calidad, diseños e innovación, a precios accesibles.

2.03.01.03 Objetivos

> "Es el fin último al que se dirige una acción u operación, es el resultado o sumatoria de una serie de metas y procesos. Se dice que la persona después de haber identificado un objetivo cuyo logro considere importante, tiene que ser capaz de describir las acciones que representen el significado de éste. En otras palabras, ser capaz de describir los resultados específicos que, si se consiguen, le hará asumir que el objetivo también se ha conseguido." (Mager, 2006)

2.03.01.03.01 Objetivos General

Determinar la factibilidad que tiene la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de muebles con estilo a base de neumáticos reciclados

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis Macro y micro para determinar el FODA que permitan establecer estrategias adecuadas.
- Realizar un estudio de mercado que permita Determinar la oferta y la demanda del sector.

- Determinar una localización apropiada para la empresa y tener un lugar óptimo para el cliente
- Realizar una proyección a futuro la cual no permita saber la rentabilidad de la empresa.

2.03.01.04 Principios y/o Valores
2.03.01.04.01 Valores

- Responsabilidad.- Cumplir con los tiempos de entrega establecidos con el cliente.
- Honestidad.- Dar información de los diseño y precios correctos sin perjudicar al cliente.
- Respeto.- Tener respeto y amabilidad entre los que conforman el equipo de trabajo.
- Comunicación.-Dar opiniones para que el producto sea más rápido de entregar y conservar el bienestar y crecimiento del negocio.
- Puntualidad.- Llegar a las horas laborales establecidas por la empresa y cumplimiento con peticiones de trabajo en horas establecidas.

2.03.01.04.02 Principios

- Lealtad.- Cumplir con políticas de la empresa tanto internas como externas.
- Trabajo en Equipo.- Ayudar a los compañeros tanto en conocimientos como en práctica para poder brindar un producto y servicio de calidad
- Seguridad.- Cumplimiento de los estándares de seguridad que implementa la empresa para poder evitar lesiones que perjudique a la salud del trabajador
- Compromiso.- Comprometerse a la empresa a dar el 100% de sus capacidades.

- Supervisión Efectiva; Supervisar el trabajo las veces que sea necesario para satisfacer la necesidad del cliente externo e interno.

2.03.02 Gestión Administrativa

"La gestión administrativa es el conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar".

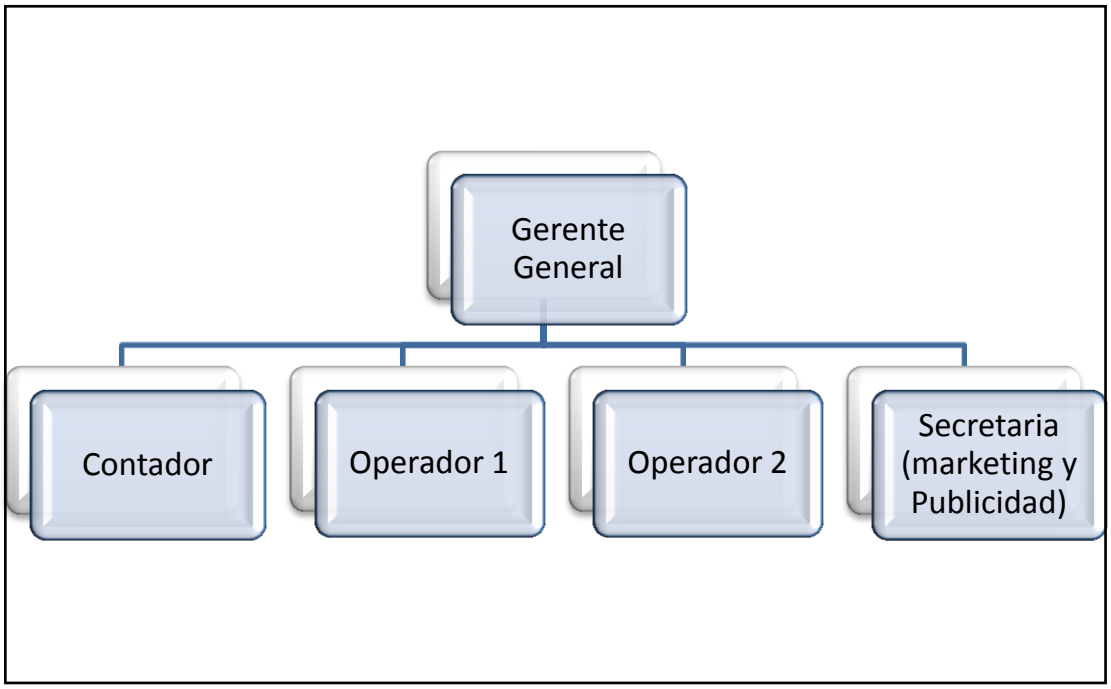


Figura 9 Gestión Administrativa

Elaborado por: Sergio Pomasqui
Fuente: Investigación propia

Tabla 12 Gerente General

Gerente General	
Funciones	Planifica los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
	Organiza la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos
	Controla las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
	Coordina con el Ejecutivo de Venta y la Secretaria las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.
	Dirige la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
Responsabilidades	Decide respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo
	Es el vocero y representante de la organización ante los representantes de otras entidades ya sea gubernamentales, autoridades locales o nacionales, prensa y medios de comunicación
	Realiza las negociaciones y representa los intereses de la organización ante los proveedores, clientes.
	Crea climas organizacionales adecuados que permitan el desarrollo de la creatividad, la motivación y el desarrollo de las personas en la empresa.

Elaborado por: Sergio Pomasqui
Fuente: Investigación propia

Tabla 13 Perfil y Funciones Contador

Contador	
Funciones	Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos ingresos y egresos.
	Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.
	Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar
	Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.
	Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.
	Llevar todos los movimientos o registros contables al Programa que es el software utilizado por la organización para dicha actividad
	Realización de la relación de las Cuentas por Cobrar y por Pagar
	llevar libros contables (Diario, mayor e inventarios
Responsabilidades	Revisar que se cumplan con los principios de contabilidad de aceptación general.
	Cuidar el resguardo y mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada por la organización y por el cliente
	Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad
	Velar por la aplicación de la norma y el cumplimiento de las normas de la organización.

Elaborado por: Sergio Pomasqui
Fuente: Investigación propia

Tabla 14 Perfil y Funciones Producción

Operador 1 y 2	
Funciones	En su trabajo del día a día, garantizan el buen funcionamiento de la línea de producción
	Comprueban que haya suficiente materia prima en stock y que el espacio de almacenamiento disponible para los productos terminados sea suficiente
	Comprobar que exista la maquinaria y procesos apropiados
	Administración del nivel de materias primas, trabajo en proceso y productos terminados. Las decisiones específicas cuánto ordenar y manejo de materiales.
	garantizar la calidad de los productos y servicios producidos
Responsabilidades	Realizar su trabajo en tiempos establecidos
	Utilización de los recursos para fines de la empresa
	Realizar la producción en el menor tiempo posible y no divulgar los conocimientos adquiridos por parte del empleado
	Puntualidad en las horas de trabajo establecidas

Elaborado por: Sergio Pomasqui
Fuente: Investigación propia

Tabla 15 Perfil y Funciones Marketing y Publicidad

Secretaria (márquekin y publicidad)	
Funciones	Como promocionare producto para hacer conocer en el mercado
	Organizar La publicidad para el local y productos
	Controla las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
	Coordinar con Gerencia qué clase de promociones se va a dar al cliente y como dar obsequios a personas que compren más de lo esperado
	Dirige la publicidad, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
Responsabilidades	Decide respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo
	Es el vocero y representante de la área de Márquetin y Publicidad ante los representantes de otras entidades ya sea gubernamentales, autoridades locales o nacionales, prensa y medios de comunicación
	Realiza las negociaciones y representa los intereses de la organización ante los proveedores, clientes.
	Crea climas organizacionales adecuados que permitan el desarrollo de la creatividad, la motivación y el desarrollo de las personas en la empresa.

Elaborado por: Sergio Pomasqui
Fuente: Investigación propia

2.03.02.01 Organigrama estructural

"Un diagrama estructural es aquel que está representado jerárquicamente ósea por el cargo que ocupan el la compañía y el funcional es aquel que está determinado según las funciones que realizan cada uno por diagramas de bloques, las unidades administrativas se representan por rectángulos y las relaciones por líneas. Los organigramas estructurales consisten en cierto número de rectángulos que representan personas, puestos u otras unidades, los que están colocados y conectados por líneas, las cuáles indican la cadena de mando (la jerarquía de los empleados); de tal manera pueden expresar grados de autoridad y responsabilidad y clase de la relación que los liga" (Jonh M, 1936)

Organigrama Estructural

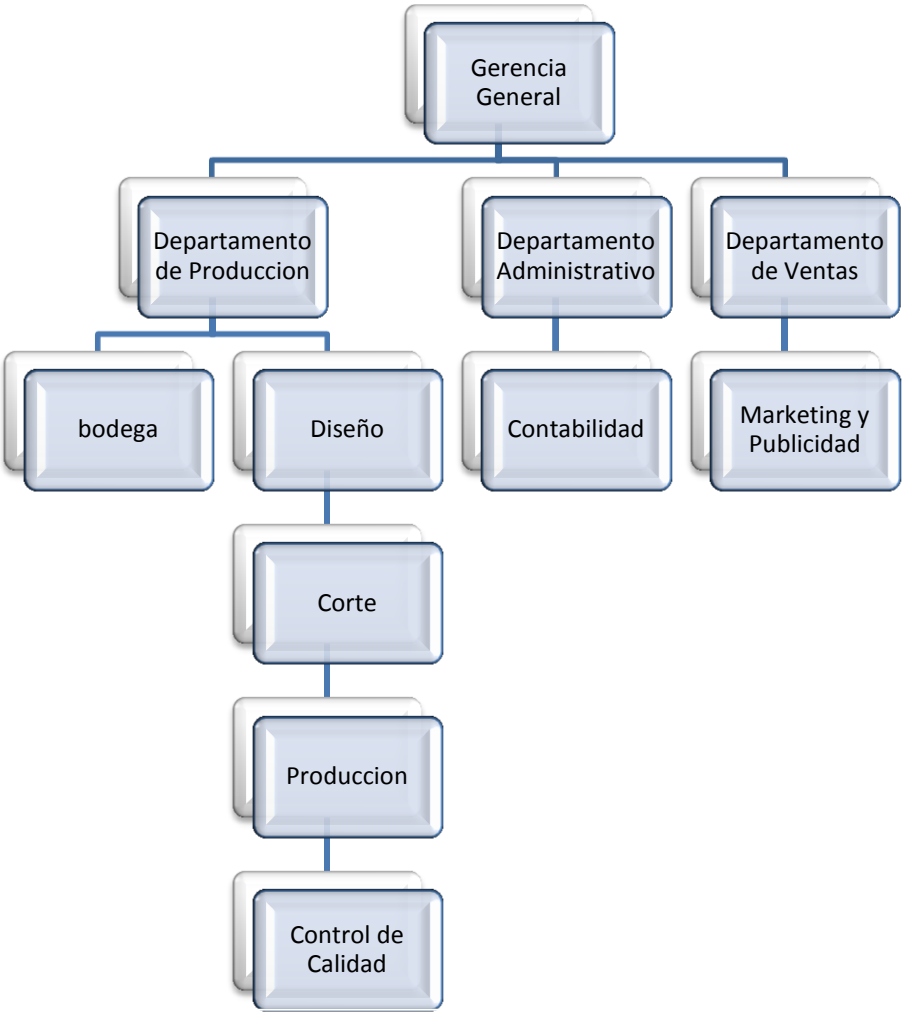


Figura 10 Organigrama Estructural
Elaborado por: Sergio Pomasqui
Fuente: Investigación propia

2.03.02.02 Organigrama Funcional

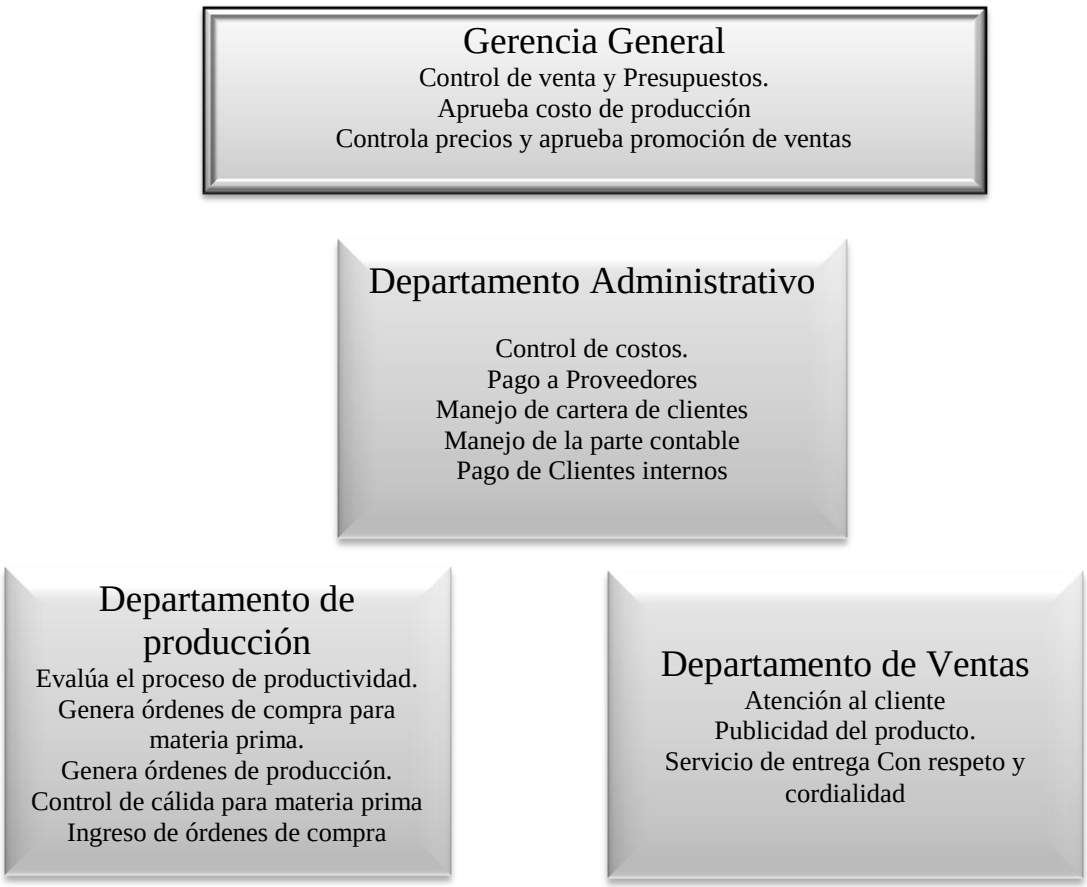


Figura 11 Organigrama Funcional

Elaborado por: Sergio Pomasqui
Fuente: Investigación propia

2.03.03 Gestión Operativa

"La gestión operativa puede definirse como un modelo de gestión compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejora de las organizaciones internas, con el fin de aumentar su capacidad para conseguir los propósitos de sus políticas y sus diferentes objetivos operativos" (Iborra, 2014)

2.03.03.01 Cadena de Valor

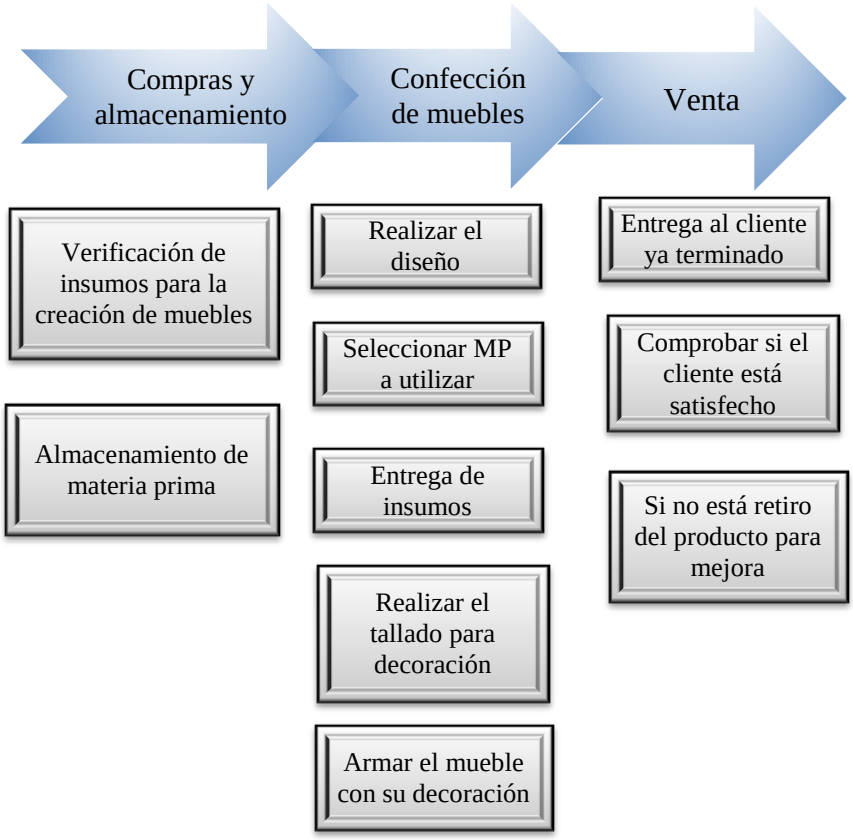


Figura 12 Cadena de Valor
Elaborado por: Sergio Pomasqui
Fuente: Investigación propia

2.03.04 Gestión Comercial

"La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad." (Martin, 2008)

Nombre de la empresa

Muebles Eco neumáticos

Slogan: "Transforma tus neumáticos para tu hogar"

Logotipo

Figura 13 Logotipo Empresarial

Investigación: Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Tarjeta de Presentación

Figura 14 Tarjeta de Presentación

Investigación: Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Material P.O.P

Figura 15 Material P.O.P Toma todo

Investigación: Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Figura 16 Material P.O.P Jarro

Investigación: Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

2.03.04.01 Estrategia del Producto

"Se conoce como producto a aquello que ha sido fabricado (es decir, producido). Esta definición del término es bastante amplia y permite que objetos muy diversos se engloben dentro del concepto genérico de producto. De esta manera, una mesa, un libro y una computadora, por ejemplo, son productos." (Martin, 2008)

- La estrategia es incluir características que diferencien al estilo de mueble que se está acostumbrado a observar.
- Producto de buena calidad para cumplir con las expectativas del cliente.
- Estrategia de diseño que se implementará con tallado rustico o Luis 15 en el decorado del mueble.

Figura 17 Página Web
Investigación: Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

2.03.04.02 Estrategia de Precio

- Una de las estrategias es tener un precio accesible de la competencia indirecta.
- La estrategia se obtienen dependiendo de la calidad de la materia prima entre más buena sea la materia el precio aumentara.
- Entre mayor sea su compro el precio tendrá que ir variando de acuerdo al volumen de compra.

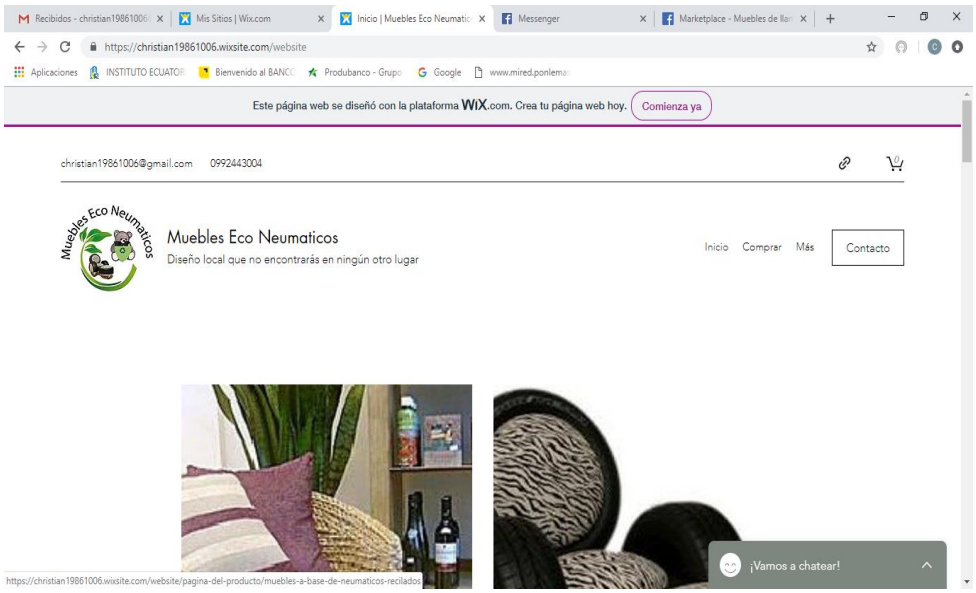


Figura 18 Página Web
Investigación: Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

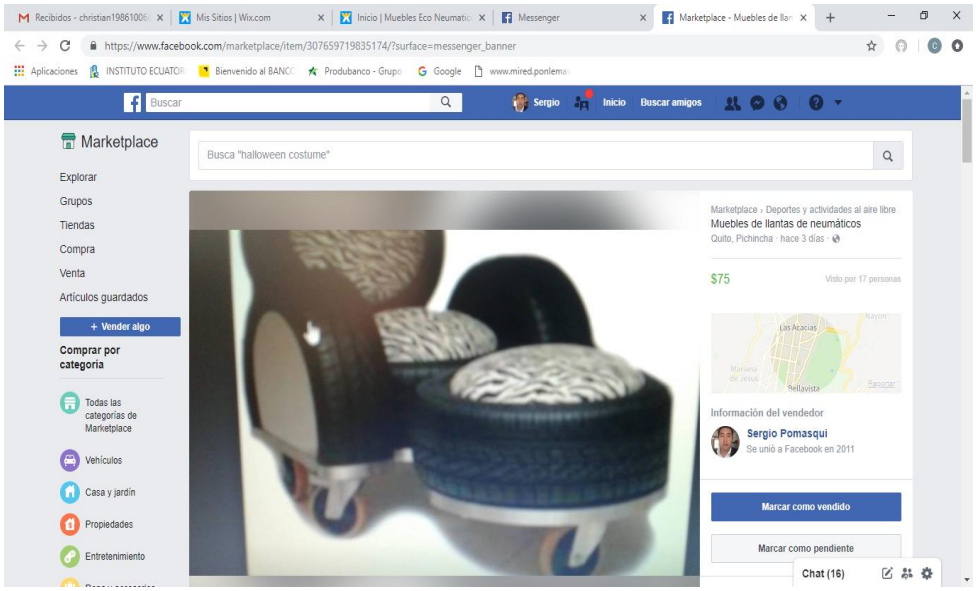


Figura 19 Página Face
Investigación: Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

2.03.04.03 Estrategia de Promoción

- Se ofrecerá un porcentaje de descuento del 5% por su compra en efectivo.
- Se obsequiara réglalos sorpresa por su compra de un mueble.

Figura 20 Tríptico
Investigación: Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Figura 21 Tríptico
Investigación: Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

2.03.04.04 Estrategia de Plaza o Distribución

La empresa se encuentra ubicada en Carcelén Bajo calle N91 y transversal E-11 número de lote E10-105 Frete a la parada de las Catar, por lo tanto la compañía hará llegar el producto terminado directamente al cliente además se distribuirá a los almacenes para tener mayor cobertura con el producto.

Figura 22 Estrategia de plaza o distribución
Investigación: Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

2.04 Análisis FODA

"Es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio persona, empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. (Robbins, 2005)

Tabla 16 FODA

INTERNA / EXTERNA	**Fortalezas:** **F1.-** Imagen de calidad **F2.-**Excelencia en el producto. **F3.-**Innovacion de producto. **F4.-**Producto con precios accesibles. **F5.-** Satisfacer al cliente.	**Debilidades:** **D1.-** Bajos precios en competidores indirectos. **D2.-** Altos costos en materia prima. **D3.-** Falta de Capacitación del personal **D4.-** Reconocimiento, prestigio y experiencia en la competencia **D5.-**Falta de puntos de venta
Oportunidades: **O1.-**No existe Competencia en el sector. **O2.-**Realizar nuevos Mercados **O3.-**Colocar el producto a tiempo y rápido. **O4.-**Fuerte poder adquisitivo. **O5.-**busqueda de nuevas alternativas.	**F4.O2.** - Establecer estrategias con el cliente ya que existen la facilidad de incursionar en el mercado	**D4.O5.** -Proporcionar el producto a través de los diferentes medios de comunicación permitiendo abarcar nuevos clientes del mercado**.**
Amenazas: **A1.-**Ingreso de nuevos competidores al sector. **A2.-**Productos sustitutos. **A3.-**Ingreso de productos Importado. **A4.-**Competencia muy agresiva **A5.-**Perdidad de clientes.	**F1.A3.** - Ofrecer un producto con diseños exclusivos para el cliente de esta manera fidelizarnos con la empresa	**D5.A3.** - Acceder al cliente con productos innovadores y poder incursionar en el mercado ofreciendo algo diferente

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

CAPITULO III

3. Estudio de Mercado

"Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta) ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución"

Objetivo

Analizar la información que permita conocer cómo se comporta el consumidor con la nueva micro empresa además investigar la acogida del nuevo producto que se introducirá al mercado.

3.01 Producto

La microempresa "Muebles Eco Neumáticos" se dedicara a la fabricación y comercialización de muebles con estilo a base de neumáticos Reciclados para el mejoramiento de la decoración de su hogar y estén acordes con los precios a la población media y baja.

Modelo de Muebles:

Sillones que contengan un tallado clásico o rustico para que se observe más elegante en el hogar.

Características del Producto.

- Diseños Exclusivos
- Tallados novedosos
- Calidad
- Variedad

Aspectos Novedosos

- Tallados exclusivos
- Rapidez en la entrega
- Garantía de la mercadería

3.02 Análisis del Consumidor

El análisis del consumidor es una estrategia empleada por la mercadotecnia con la finalidad de conocer todos aquellos elementos que influyen directa o indirectamente en la adquisición de un bien. (Antunez, 1992)

3.02.01 Cliente

El cliente que pertenece a nuestro público objetivo es aquel a lo que nos referimos cuando definimos nuestro mercado, a quien nos dirigimos cuando comunicamos o comercializamos nuestros productos. (Couso, 2005)

3.02.01.01 Tipos de Clientes

Cliente Practico.- Suele ser buena persona, tranquila, jovial y de buena comunicación. En general es fácil de convencer e influenciable. Necesitará asesoramiento del vendedor, confianza, y calma cuando está tomando una decisión. (Boubeta, 2006)

Cliente innovador: es una persona desenvuelta, Brillante de palabra fácil, que se sentirá atraída por la novedad. Es un cliente al que le agrada que le adulen y puede ser rencoroso ya que no le gustan las críticas, los consejos y las humillaciones. (Boubeta, 2006)

Cliente considerado: es una persona brillante, de fácil expresión, muy arreglada, que le gusta ser apreciada. El cliente considerado suele ser decidido y aunque no es muy fiel si presenta un buen volumen de compras. Suele ser irregular e incluso algo complicando. (Boubeta, 2006)

Cliente Ávido: se trata de una persona distante, fría, de apariencia sobria y de carácter seco, incluso taciturno. Es un cliente poco influyente porque le gusta la organización y es muy sensible al tema económico. Suele ser fiel y detesta perder el tiempo. (Boubeta, 2006)

Cliente seguro: es una persona tranquila de apariencia discreta, que siempre evitara tomar partido en las discusiones. Es un cliente fiel al que le gusta reflexionar su decisión de compra y no admite errores. (Boubeta, 2006)

Cliente sentimental: se trata de una persona discreta, algo brusca, a la que le gusta dominar la situación. Tiene un carácter servicial y fácil comunicación, es cliente fiel y regular. El dialogo con este tipo de personas es más profunda, pero no le gusta que abusen de esa confianza. (Boubeta, 2006)

3.03 Mercado

"Mercado es el conjunto total de personas u organizaciones con necesidades por satisfacer, dinero para gastar y la disposición y la voluntad de gastarlo" (Valdez, 2014 Mayo)

3.04 Determinación de la población y muestra

3.04.01 Población

Es el conjunto de individuos que tiene ciertas características o propiedades que son las que desean estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita y cuando no se conoce su número, se habla de población infinita. Esa diferencia es importante cuando se estudia una parte y no toda la población pies la fórmula para calcular el número de individuos de la muestra con la que se trabaja en la función de dos tipos de población. (M. Teresa Icart Isern, 2006)

3.04.01.01 Tipos de Población

Población: es el conjunto de individuos que tiene las características a estudiar, definidas en los objetivos del estudio, a los que se desearan generalizar los resultados obtenidos y que generalmente es inaccesible. (M. Teresa Icart Isern, 2006)

Población de estudio: es la población, accesible que se puede estudiar. Es un subconjunto de la población diana que está definida por criterios de selección que son criterios de inclusión y exclusión y sobre todo se ha de utilizar las técnicas de muestreo apropiadas. (M. Teresa Icart Isern, 2006)

3.04.02 Muestra

Ya se ha comentado la imposibilidad práctica de estudiar a toda la población t lo que se hace estudiar una parte. La muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiaran, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra ha de ser representativa de la población. Para que sea representativa, se han de definir muy bien los criterios de inclusión y exclusión y sobre todo, se han de utilizar las técnicas de muestreo apropiadas. (M. Teresa Icart Isern, 2006)

3.04.02.01 Tipos de muestreo

3.04.02.01.01 Probabilístico

Aleatorios simple: Una condición indispensable para poder realizar este tipo de muestreo es tener todos los individuos de la población en un primer listado. Si se dispone de una base de datos informativos esto no supone ningún problema si se ha de elaborar a mano, requiere un poco más de esfuerzo. Tras calcular el número de sujetos necesarios que se necesitan. (M. Teresa Icart Isern, 2006)

Aleatorios sistemático: este tipo de muestreo es similar al aleatorio simple. Los individuos han de estar identificados aunque no es necesario disponer de un listado. La diferencia es que, en vez de elegir a los sujetos a partir que se denomina fracción de muestreo, se calcula dividiendo el total de la población (N) por la muestra necesaria (n), calculada previamente. (M. Teresa Icart Isern, 2006)

Aleatorio estratificado: este tipo de muestreo se caracteriza por división de la población en subgrupo o estratos que tiene algunas características comunes, además interesa mantener estos estratos en la muestra para que mantengan la misma composición que la población. La selección de sujetos dentro de cada estrato se

realizara al azar. La estratificación se puede hacer en base a la diferencia variable o característica de interés: sexo, edad, situacional laboral, nivel socioeconómico. (M. Teresa Icart Isern, 2006)

Por conglomerado: este de muestreo, que también se denomina en etapas múltiples, se utiliza cuando se desea estudiar una población grande y dispersa, de la que evidentemente o se dispone de ningún listado para poder aplicar las técnicas anteriores, En lugar de selección individuos, se Empieza por seleccionar subgrupos o conglomerados a los que se da el nombre de unidad de primera etapa o unidades primaria. (M. Teresa Icart Isern, 2006)

3.04.02.01.02 No Probabilístico

Conveniencia: las muestras se seleccionan según un criterio de accesibilidad o comodidad**.** (M. Teresa Icart Isern, 2006)

Bola de nieve: cada unidad maestral es localizada por indicaciones de otra persona. Es la información encontrada por demás personas de otras empresas que desean la misma información. (M. Teresa Icart Isern, 2006)

3.04.02.02 Formula de la Muestra

$$\text{n} = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

n= Tamaño de la muestra

e= Error de estimación

P= Probabilidad de ocurrencia “éxito”

Q= Probabilidad no ocurrencia “fracaso”

Z= Valor expresado en desviación típica y que está en función de un nivel de confianza dado.

3.05 Tabulación

n= Tamaño de la muestra

N=50.000

e= 5%

P= 50%

Q= 50%

Z= 95%=1.96

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2(0.50)(0.50)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416(0.50)(0.50)}{(0.0025)}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

3.06 Técnicas de la obtención de información

En la fase de proceso el investigador determina las fuentes de información de las que se obtendrá los datos para el estudio, que podrá ser primario o secundario. Si se opta por los datos primarios, se deben definir, además los métodos que se utilizaran para obtenerlos. (Ardura, 2006)

3.06.01 Encuesta

La encuesta es una herramienta para la obtención de información acertada para el proyecto debido a que la formulación de las preguntas, es de tipo cerrada lo que nos permitirá la obtención de datos exactos, las cuales están adaptadas para obtener lo que publico encuestado espera obtener, y así satisfacer la necesidad y poder determinar una mejor oferta y demanda para la microempresa.

3.06.02 Formato de la encuesta

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

OBJETIVO

La presente investigación permite recopilar información para realizar el estudio de factibilidad sobre la creación de una microempresa de muebles de estilo a base de neumáticos reciclados, con la finalidad de incorporar y sugerir un nuevo producto concientizando el cuidado ambiental

Código: _____

Instrucciones: Lea detenidamente y marque con una x según su criterio.

Datos Informativos

Género: Masculino ☐ Femenino ☐

Edad: a) 15-30 ☐ b) 31-45 ☐ c) 46 -60 ☐ d) 60 en Adelante ☐

1.- ¿Compraría usted muebles a base de neumáticos reciclados para ayudar a conservar el medio ambiente?

a) Si ☐ b) No ☐

Si su respuesta es **sí** continúe con la encuesta, caso contrario gracias por su atención**.**

2.- ¿Ha observado muebles elaborados con neumáticos reciclados?

a) Si ☐ b) No ☐

3.- ¿De las siguientes opciones cuál considera lo más importante para adquirir muebles a base de neumáticos reciclados?

	a	Calidad
	b	Variedad
	c	Diseño
	d	Precio

	e	Confort

4.- ¿Cuál es el problema más frecuente en adquirir muebles?

	a	Materia prima de baja calidad
	b	Precios excesivos
	c	Malos diseño
	d	Acabado en la confección

5.- ¿A través de qué medios le gustaría conocer el producto?

	a	Televisión
	b	Redes sociales
	c	Hojas volantes
	d	Radio

6.- ¿En qué lugares realizaría la compra de muebles a base de neumáticos reciclados?

	a	Súper maxi
	b	Almacenes
	c	Centros comerciales
	d	Otros (especifique)

7.- ¿Conoce alguna empresa en Quito que fabrique muebles de estilo a base de neumáticos reciclados?

a) Si ☐ b) No ☐

8. ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por un mueble de estilo a base de neumáticos reciclados?

	a	$ 70 a 85
	b	$ 86 a 100
	c	$ 101 a $ 115
	d	Más de $ 116

9.- ¿Con que frecuencia compraría muebles a base de neumáticos reciclados?

	a	Semestral
	b	Anual
	c	Después de un año

10.- ¿Escoja una de las promociones más atractiva para usted?

	a	Pago efectivo y obtén el 5% de descuento
	b	Compra un mueble y la segunda a mitad de precio
	c	Compra un mueble y obsequio gratis
	d	Ofertas del mes

Gracias por su gentil colaboración

3.07 Tabulación

Tabla 17 Genero del encuestado

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	164	42.71%
Masculino	220	57.29%
Total	**384**	**100%**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

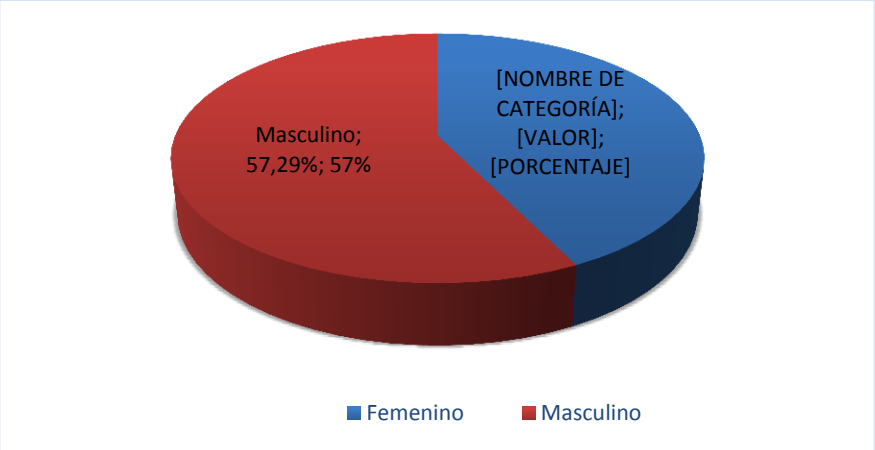


Figura 23 Género del Encuestado

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Del 100% de personas encuestadas el 57.29% son de género masculino y el 42.71% son de género femenino.

Edad de encuestado

Tabla 18 Edad de encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
15 – 30	129	33.59%
31 – 45	121	31.51%
46 – 60	91	23.70%
60 en adelante	43	11.20%
Total	**384**	**100%**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

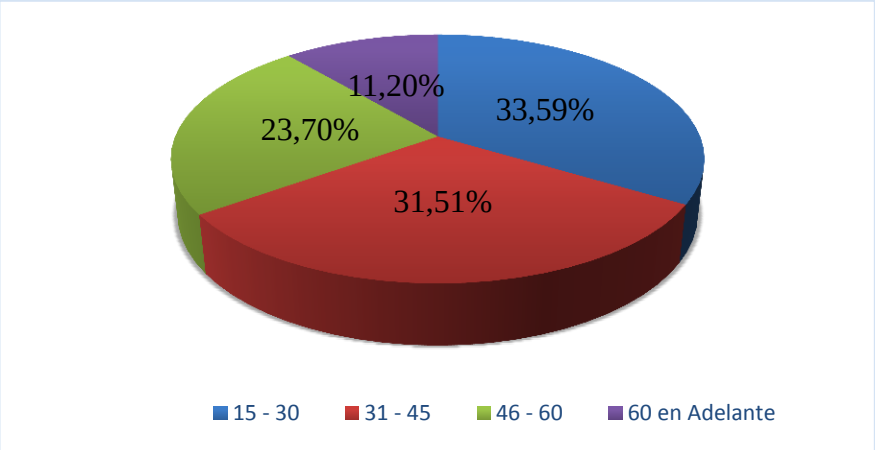


Figura 24 Edad del Encuestado

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Del 100% de personas encuestadas el 33.59% están entre los 15 a 30 años seguido con un 31.51% que están en un rango de 31 a 45 años, a continuación con 23.70% está en el rango de 46 a 60 y el ultimo del 11.20% de 60 en adelante.

1.- ¿Compraría usted muebles a base de neumáticos reciclados para ayudar a conservar el medio ambiente?

Tabla 19 Compra de muebles de neumáticos reciclados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	376	97.92%
No	8	2.08%
Total	**384**	**100%**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

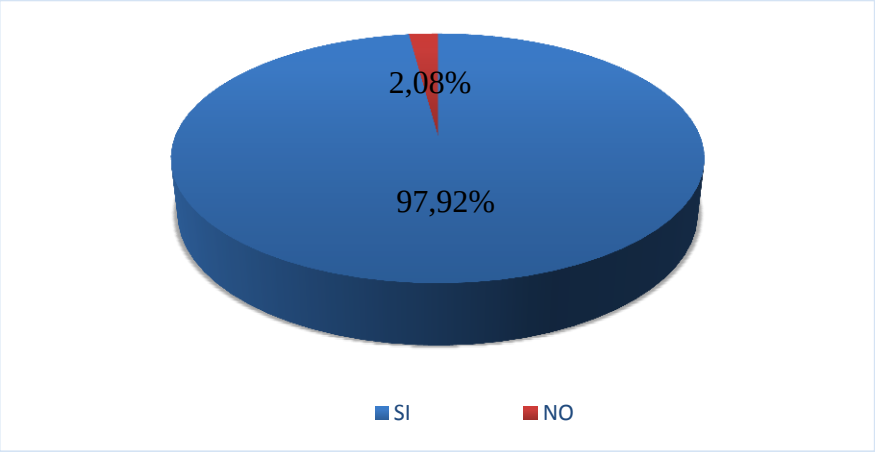


Figura 25 Compra de muebles de neumáticos reciclados

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Del 100% de personas encuestadas el 92.92% está de acuerdo con la compra de muebles con estilo a base de neumáticos reciclados, y el 2.08% está en desacuerdo, lo cual tiene un efecto positivo ya que el producto tendrá una acogida en el mercado.

2.- ¿Ha observado muebles elaborados con neumáticos reciclados?

Tabla 20 Observación de muebles con neumáticos reciclados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	185	49.20%
No	191	50.80%
Total	**376**	**100%**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

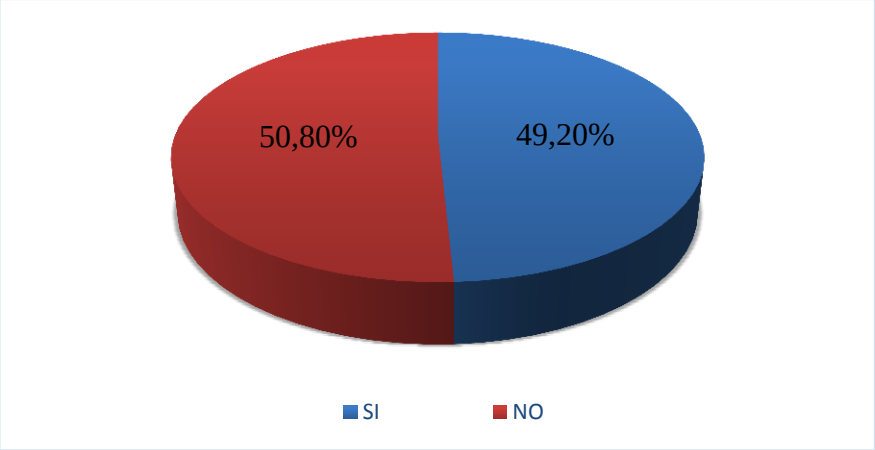


Figura 26 Observación de muebles con neumáticos reciclados

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Del 100% de personas encuestadas el 50.80% no conoce muebles con estilo a base de neumáticos reciclados, a diferencia del 49.20% que los conoce, por lo cual es un beneficio ya que se podrá ingresar al mercado como un producto novedoso.

3.- ¿De las siguientes opciones cuál considera lo más importante para adquirir muebles a base de neumáticos reciclados?

Tabla 21 Opciones Importantes para la compra

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	97	25.80%
Variedad	57	15.16%
Diseño	60	15.96%
Precio	124	32.96%
Confort	38	10.12%
Total	**376**	**100%**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

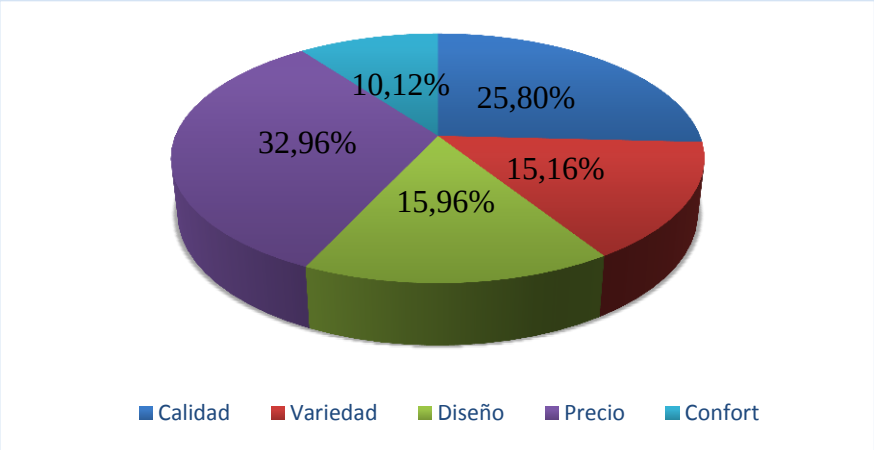


Figura 27 Opciones Importantes para la compra

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Del 100% de personas encuestadas consideran importante para la adquisición de muebles a base de neumáticos reciclado, se observa que un 32.96% al momento se fija en el precio, seguido por un 25.80% por la calidad de producto, un 15.96% por el diseño y 15.16% por la variedad y el 1.12% por el confort, este indicador es importante para el proyecto ya que se podrá determinar a cual de opciones se podrá enfocar para poder comercializar el producto más eficazmente.

4.- ¿Cuál es el problema más frecuente en adquirir muebles?

Tabla 22 Problema para adquirir muebles

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Materia prima de baja calidad	55	14.63%
Precios excesivos	156	41.50%
Malos diseños	95	25.27%
Acabados en la confección	69	18.35%
Otros	1	0.25%
Total	**376**	**100**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Figura 28 Problema para adquirir muebles

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Del 100% de personas encuestadas, tienen problemas frecuentes en adquirir muebles a base de llantas recicladas, un 41.50% **es** el precio excesivo, seguido con un 25.27% por los malos diseños, además el 18.35% se debe a los acabados en confección, con un 14.63% la materia prima de baja calidad y por último evidenciamos con 0.25% otros problemas para la adquisición del producto. En la figura 26 nos indica una oportunidad de mejorar los problemas, enfocándonos primero en los porcentajes más altos para tener a los clientes satisfechos y así seguir disminuyendo los siguientes inconvenientes de adquisición del producto.

5.- ¿A través de qué medios le gustaría conocer el producto?

Tabla 23 Medios de conocer el producto

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	101	26.86%
Redes sociales	179	47.62%
Hojas volantes	31	8.24%
Radios	65	17.28%
Total	**376**	**100%**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

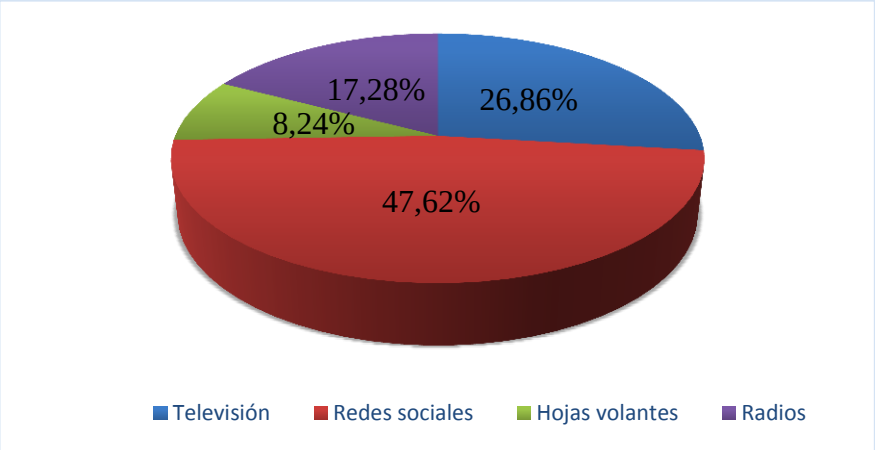


Figura 29 Medios de conocer el producto

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Del 100% de personas encuestadas un 47.62% prefiere conocer el producto por redes sociales, seguido por el 26.86% el cual prefiere la televisión, además el 17.28% prefiere la radio y por último el 8.24% está de acuerdo con las hojas volantes, nos da a conocer una oportunidad de enfocarnos en los porcentaje más alto para hacer conocer en el mercado nuestro producto.

6.- ¿En qué lugares realizaría la compra de muebles a base de neumáticos reciclados?

Tabla 24 Lugar de compro de muebles a base de neumáticos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Súper maxi	39	10.37%
Almacenes	167	44.41%
Centros comerciales	166	44.15%
Otros	4	1.07%
Total	**376**	**100%**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

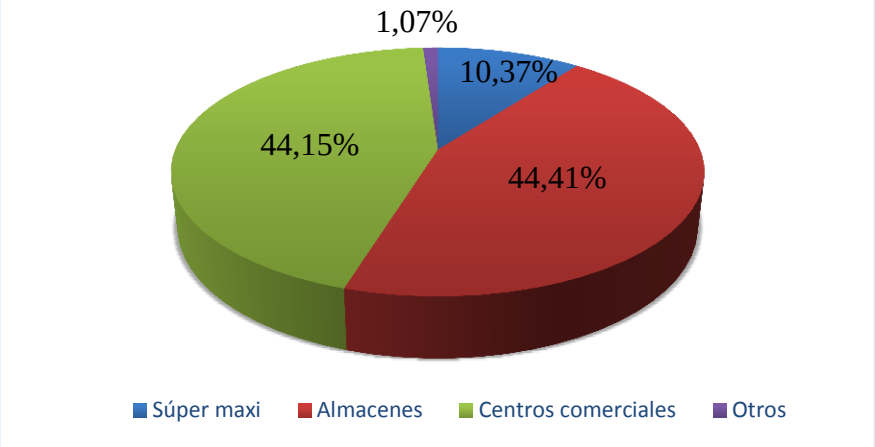


Figura 30 Lugar de compro de muebles a base de neumáticos

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Del 100% de personas encuestadas el 44.41% prefiere compras el producto en los almacenes, seguido por el 44.15% son los centros comerciales, en cadenas almacenes comerciales súper maxis tienen un 10.37% de acogida y un 1.07% otros lugares para la compra de muebles, Este indicador nos da a conocer la oportunidad de lugares podemos enfocarnos con fuerza para distribuir el producto.

7.- ¿Conoce alguna empresa en Quito que fabrique muebles de estilo a base de neumáticos reciclados?

Tabla 25 Conocimiento en Quito del producto

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	0.26%
No	375	99.74
Total	**376**	**100%**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

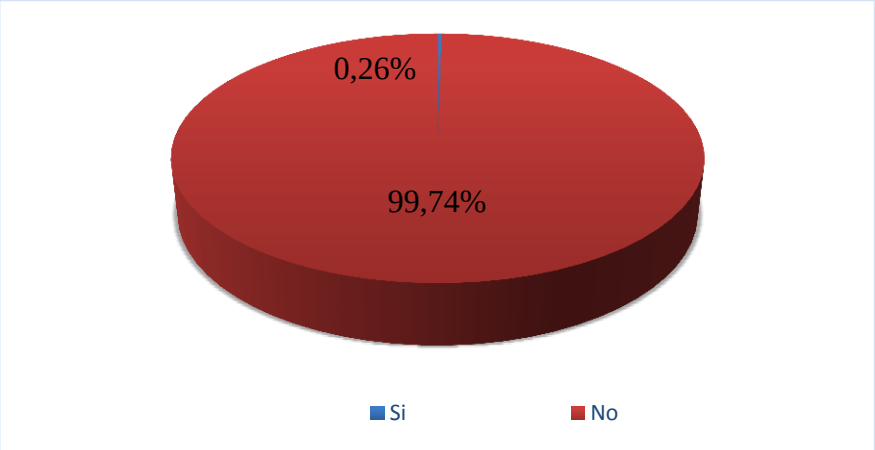


Figura 31 Conocimiento en Quito del producto

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Del 100% de personas encuestadas un 99.74% del sector no conoce empresas en Quito que fabriquen muebles con estilo a base de neumáticos reciclados a diferencia de 0.26% que conoce donde realizas nuestro producto, este indicador tiene un efecto importante porque sabremos si los clientes conocen alguna empresa que fabrique muebles con estilo a base de neumáticos reciclado y asi poder enfocarnos en la venta.

8. ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por un mueble de estilo a base de neumáticos reciclados?

Tabla 26 Precio a pagar por muebles

Variable	Frecuencia	Porcentaje
$70 a 85	243	64.63%
$86 a 100	113	30.05%
$101 a 115	13	3.46%
Más de $116	7	1.86%
Total	**376**	**100%**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

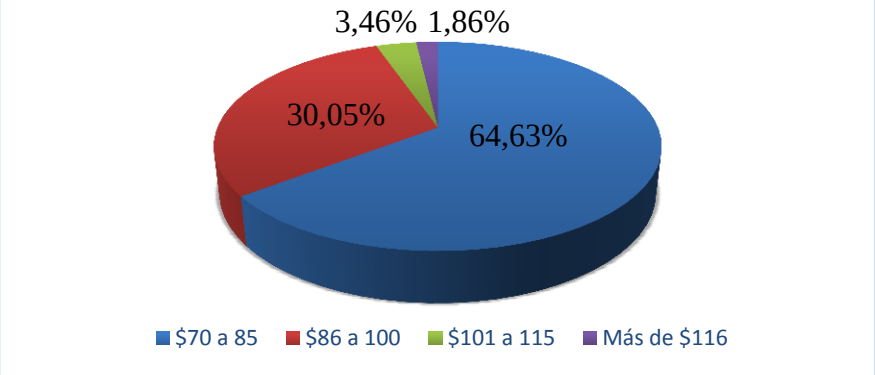


Figura 32 Precio a pagar por muebles

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Del 100% de personas encuestadas, un 64.63% estaría dispuesto a pagar el precio por los muebles con estilo a base de neumáticos reciclados de $70 a 85 dólares, mientras el 30.05% prefiere pagar 86 a 100 dólares y 3.46% pagara 101 a 115 y por ultimo con el 1.86% pagara más de 116 dólares, este indicador es muy impórtate para saber colocar el precio y poder ingresar al mercado con más facilidad.

9.- ¿Con que frecuencia compraría muebles a base de neumáticos reciclados?

Tabla 27 Frecuencia de compra

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Semestral	17	4.52%
Anual	65	17.29%
Después de un año	294	78.19%
Total	**376**	**100%**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

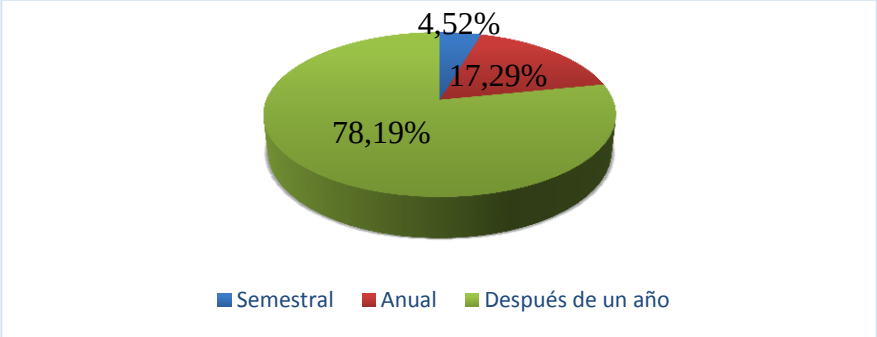


Figura 33 Frecuencia de compra
Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Del 100% de personas encuestadas el 78.19% compraría muebles después de un año, mientras el 17.29% lo realizaría anualmente, y por ultimo semestral mente un 4.52%.

10.- ¿Escoja una de las promociones más atractiva para usted?

Tabla 28 Promociones atractivas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pago en efectivo obtén 5% de descuento	98	26.06%
Compra un mueble y la segunda a mitad de precio	66	17.55%
Compra un mueble y obsequio gratis	138	36.71%
Ofertas del mes	74	19.68%
Total	**376**	**100%**

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

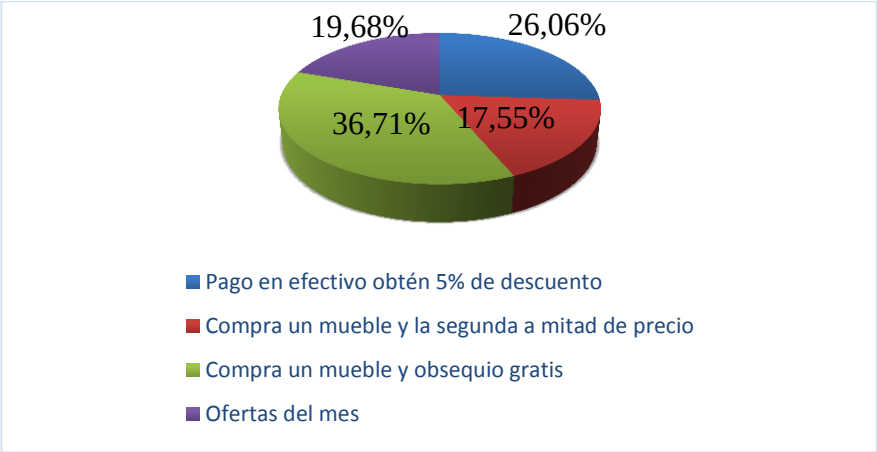


Figura 34 Promociones atractivas

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Del 100% de personas encuestadas el 36.71% desea por su compra de muebles un obsequio, mientras el 26.06% prefiere pagar en efectivo y obtener un porcentaje de descuento, mientras el 19.68% desea que el segundo producto salga a mitad de precio, y por ultimo con el 17.55% compran el segundo a mitad de precio

3.08 Oferta

La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercadería que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores esta dispuestos y aptos para ofreces en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un periodo dado. (Macedo, 2006)

3.08.01 Oferta Actual

Tabla 29 Oferta actual

Años	Oferta Actual	Tasa de crecimiento Sectorial	Oferta Proyectada
2018	25.806.540,36	1,16	29.935.586,82
2019	29.935.586,82	1,16	34.725.280,71
2020	34.725.280,71	1,16	40.281.325,62
2021	40.281.325,62	1,16	46.726.337,72
2022	46.726.337,72	1,16	54.202.551,76
2023	54.202.551,76	1,16	62.874.960,04

Fuente: Investigación
Elaborado por: Sergio Pomasqui

3.09 Demanda

La demanda expresa las aptitudes y preferencias de los consumidores por un artículo, mercancía o servicio. Es decir la demanda de una mercancía (bien) es la cantidad de ella que el individuo estaría dispuesto a comprar, en un momento dado, a los diversos precios posibles (Macedo, 2006)

Tabla 30 Demanda

Años	Demanda Actual	Tasa de crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2018	58.109.750,87	1	58.109.750,87
2019	58.109.750,87	1,015	58.981.397,13
2020	58.981.397,13	1,015	59.866.118,09
2021	59.866.118,09	1,015	60.764.109,86
2022	60.764.109,86	1,015	61.675.571,51
2023	61.675.571,51	1,015	62.600.705,08

Fuente: Investigación
Elaborado por: Sergio Pomasqui

3.10 Demanda Insatisfecha

El concepto de la demanda insatisfecha es útil, sin embargo, cuando se le usa como un énfasis en programación. Por ejemplo, se ha determinado que el precio al que los productores venden el artículo, les rinde utilidades mayores que se consideren normales. Se estima que mediante el programa de fomento de la producción se puede aumentar la oferta y disminuir los precios a un nivel que las utilidades obtenidas este dentro de los márgenes normales de un país. Se puede afirmar, en estas condiciones, que la demanda insatisfecha del producto es una cantidad determinada y se pueden especificar los recursos que es necesario invertir para reducir el margen de utilidad y satisfacer la demanda de un precio justificado por los costos de producción. (Rica, 1972)

Tabla 31 Demanda Insatisfecha

Años	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2018	58.109.750,87	29.935.586,82	28.174.164,05
2019	58.981.397,13	34.725.280,71	24.256.116,42
2020	59.866.118,09	40.281.325,62	19.584.792,47
2021	60.764.109,86	46.726.337,72	14.037.772,14
2022	61.675.571,51	54.202.551,76	7.473.019,75
2023	62.600.705,08	62.874.960,04	-274.254,96

Fuente: Investigación
Elaborado por: Sergio Pomasqui

3.11 Análisis del control de mercadeo

De acuerdo a las encuestas los datos informativos que se obtuvo para el proyecto, el género no tiene mayor relevancia, mientras la edad de los encuestados es importante para determinar cómo podemos ingresar al mercado y poder satisfacer las necesidades de acuerdo a la edad.

Con respecto a las preguntas de la en cuesta se ha determinado lo siguiente:

La primera pregunta es importante para determinar la aceptación de compra del producto al momento de introducir al mercado.

La segunda pregunta nos interesa para determinar si la población conoce el producto y poder llegar a que observe e identifique el proyecto.

Con respecto a la tercera y cuarta pregunta nos determina como podemos introducir más fácilmente el producto a la sociedad.

La quinta y sexta pregunta está basada en los lugares que podemos facilitar al cliente la adquisición del producto y poder hacer conocer mucho más eficazmente los diseños que se presentan.

Para la pregunta siete se basan en conocer si la empresa tiene competencia y poder tener una idea clara al momento de la venta del producto.

La pregunta ocho es importante para la empresa porque podemos determinar el precio en la que el ´producto ingresaría al mercado más fácilmente.

En la encueta número nueve no tiene relevancia para el proyecto ya que la compra del producto se realizara cuando el cliente los desee necesario.

Por último la pregunta diez internamente para la empresa es requerida porqué podemos realizar promociones activas para el cliente y así poder tener mayor fluidez de clientes.

CAPITULO IV

4. Estudio Técnico

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. (UNAM, 2016)

4.01 Tamaño del proyecto

El tamaño depende de la magnitud, de la naturaleza y el tipo de proyecto que se esté formulado, pues cada proyecto tiene características particulares que, al final, limitaran su tamaño. Entre los factores que puedan influir en el tamaño del proyecto, se encuentran los determinantes –como la demanda y los insumos-y los condicionantes –como la tecnología, localización, financiamiento, los recursos humanos y la capacidad empresarial-. En general el estudio de mercado (estimación de la demanda potencial) permite una primera aproximación de tamaño de proyecto, ya que arroja información sobre la magnitud y la tasa de crecimiento del mercado del bien o servicio. (Posas, 2007)

4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad máxima de le empresa para la producción de bienes y servicios, diaria, mensual, anual colocando todos los recursos: mano de obra, maquinaria, tiempos, instalaciones los que intervienen en el proceso productivo.

4.01.01.01 El Mercado

Este factor es importante para determinar el tamaño de la empresa considerando que la cantidad demandada sea superior a la capacidad máxima posible a instalarse lo cual fue reflejado en el estudio de mercado.

4.01.01.02 Disponibilidades de recursos financieros

En el proyecto es necesario tener los recursos financieros que cubran las necesidades de inversión en activos fijos, intangibles y capital de trabajo, por lo cual se necesitara de un financiamiento ya que la inversión total del capital propio no cubre el coste, valores que serán cotizados en el Estudio Financiero.

4.01.01.03 Disponibilidad de mano de obra

Por la falta de mano de obra y la necesidad de disponibilidad de la maquinaria para la producción y comercialización del producto existirían eficientes problemas al momento de entregar el producto falta de recursos para la producción.

4.01.02 Capacidad Óptima

En el proyecto se deberá contar con una capacidad óptima para los distintos departamentos para el desarrollo de las actividades referente.

Departamentos:

- Gerencia
- Administración
- Producción
- Bodega
- Baños

4.02 Localización

El estudio de la localización está formada por la ubicación de la planta procesadora del producto. Para la determinación de la localización del proyecto, se realizará un estudio de macro y micro localización a través de métodos cualitativos y cuantitativos, con la finalidad de escoger la elección más conveniente que ayude a obtener una rentabilidad sobre el capital a invertir y minimización de costos.

4.02.01 Marco-Localización

La microempresa "Muebles Eco Neumáticos" se ubicara en el sector de Carcelén bajo al norte del Distrito Metropolitano Quito

Tabla 32 Macro-Localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Carcelén
Sector	Carcelén Bajo

Fuente: Investigación
Elaborado por: Sergio Pomasqui

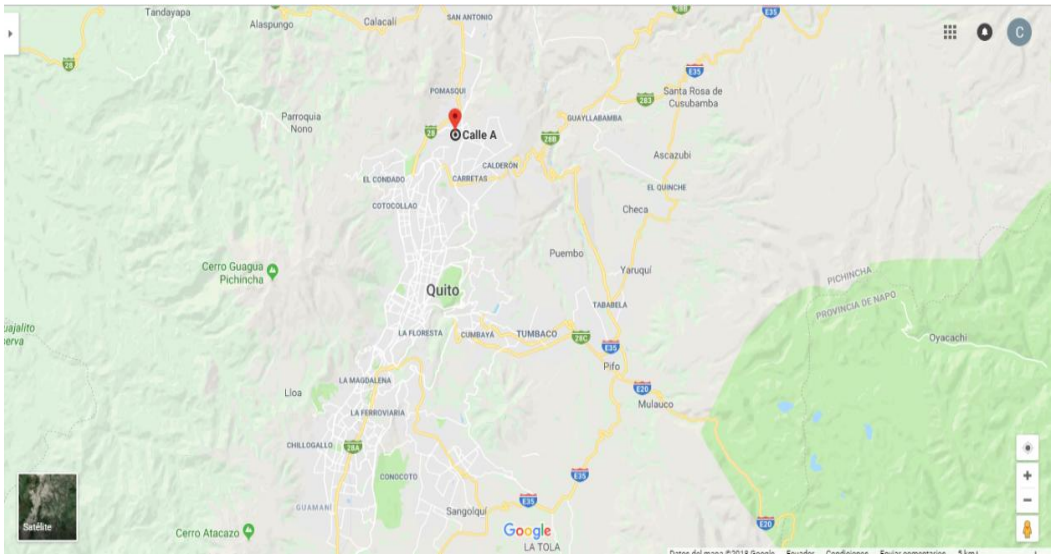


Figura 35 Macro Localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Sergio Pomasqui

El proyecto se ubicara en la Provincia de Pichincha Cantón Quito

4.02.02 Micro-Localización

La microempresa “Muebles Eco Neumáticos” está ubicada en el norte Quito en el sector de Carcelén Bajo. El análisis de micro –localización fue considerada como la mejor alternativa para implementar el proyecto dentro de la macro que se ha elegido en la zona.

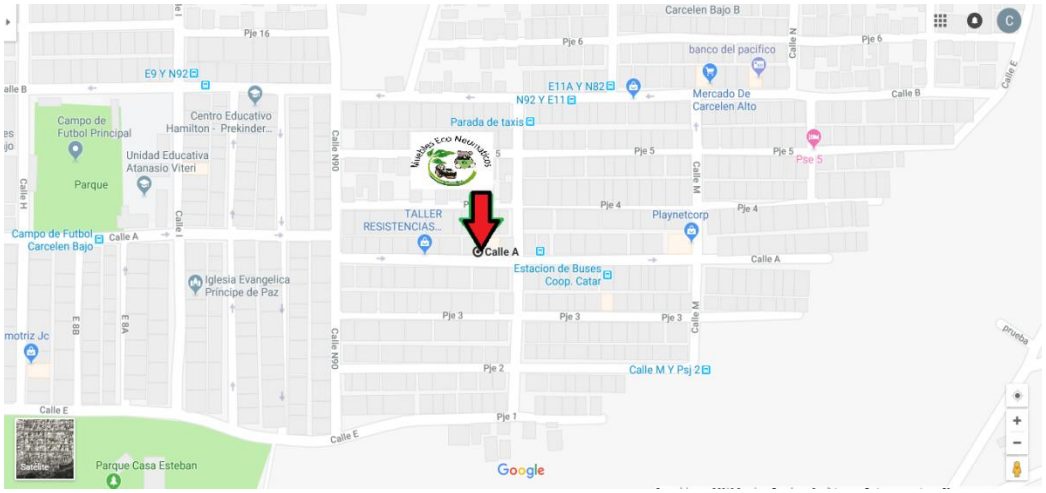


Figura 36 Micro Localización
Fuente: Google Maps

Elaborado por: Sergio Pomasqui

4.02.03 Matriz de localización

La localización del proyecto es una ventaja competitiva ya que estará ubicada en el norte de Quito sector de Carcelén Bajo, lo cual en este sector es uno de los más conocidos por el acceso rápido al centro de la ciudad.

Tabla 33 Matriz de localización

Factores Relevantes	1	2	3	4
Vías de Acceso				X
Transporte Publico			X	
Seguridad	X			
Competencia				X
Servicios Básicos				X
Cercanía Fuentes de abastecimiento				X
Transporte de Taxi				X
Telefonía Publica				X
TOTAL	1	0	1	6

Fuente: Investigación
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis.- Como observamos en la tabla 33 podemos concluir que la localización para los clientes es conveniente ya que existe factores adecuados para visitar la empresa sin ningún problema.

4.03 Ingeniería de Productos

La expresión ingeniería de producto se refiere al proceso de diseño y desarrollo de un equipo, sistema o aparato de forma tal que se obtiene un elemento apto para su comercialización mediante algún proceso de fabricación. Por lo general la ingeniería de producto comprende actividades relacionadas con optimizar el costo de producción, su facilidad de fabricación, su calidad, funcionalidad, confiabilidad y otras características importantes para el usuario. Asimismo se busca obtener un producto con estas características de manera que el producto resulte más atractivo y competitivo en el segmento del mercado que tiene por objetivo. De esta forma se aumentan las posibilidades de éxito del negocio que posee el fabricante de dicho producto.

4.03.01 Definición de bienes

Los diagramas de flujo, también llamados organigramas, flujogramas o flujogramas contribuye un instrumento importante en el trabajo en la ciencia de la computación ya que señalan los pasos necesarios que deben efectuarse para llegar a la solución de un problema. Tenemos así un instrumento, aparentemente sencillo, tienen una de las aplicaciones más notorias en la administración moderna de operaciones programadas. (Wikipedia, 2016)

4.03.02 Diagrama de flujos

Los diagramas de flujo, también llamados organigramas, flujogramas o flujogramas contribuye un instrumento importante en el trabajo en la ciencia de la computación ya que señalan los pasos necesarios que deben efectuarse para llegar a

la solución de un problema. Tenemos así un instrumento, aparentemente sencillo, tienen una de las aplicaciones más notorias en la administración moderna de operaciones programadas. (Ugalde, 1979)

Flujo de Procesos

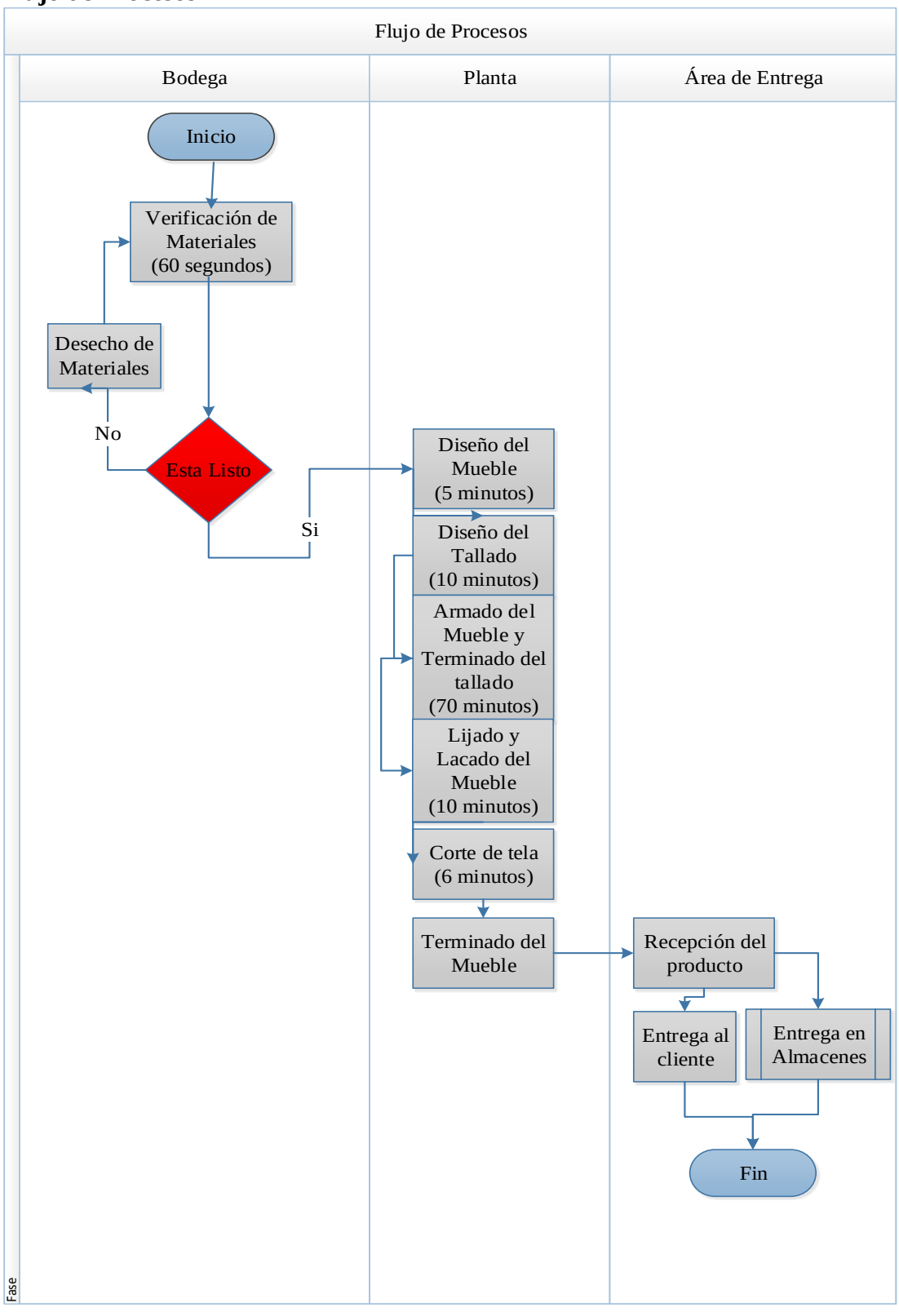


Figura 37 Flujo de Procesos
Fuente: Propia

Elaborado por: Sergio Pomasqui

Flujo de Cada Actividad

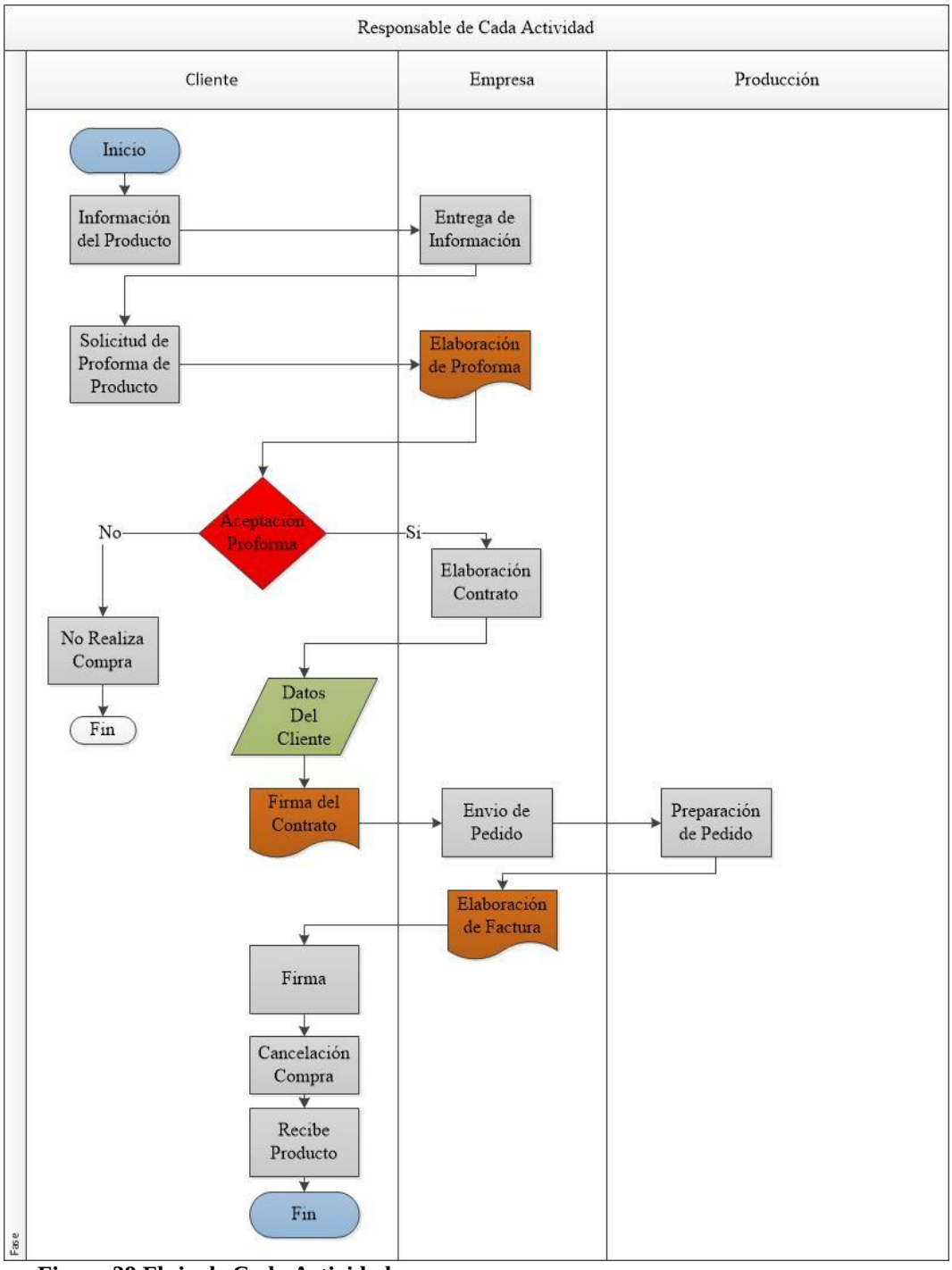


Figura 38 Flujo de Cada Actividad

Fuente: Propia

Elaborado por: Sergio Pomasqui

Flujo Administrativo

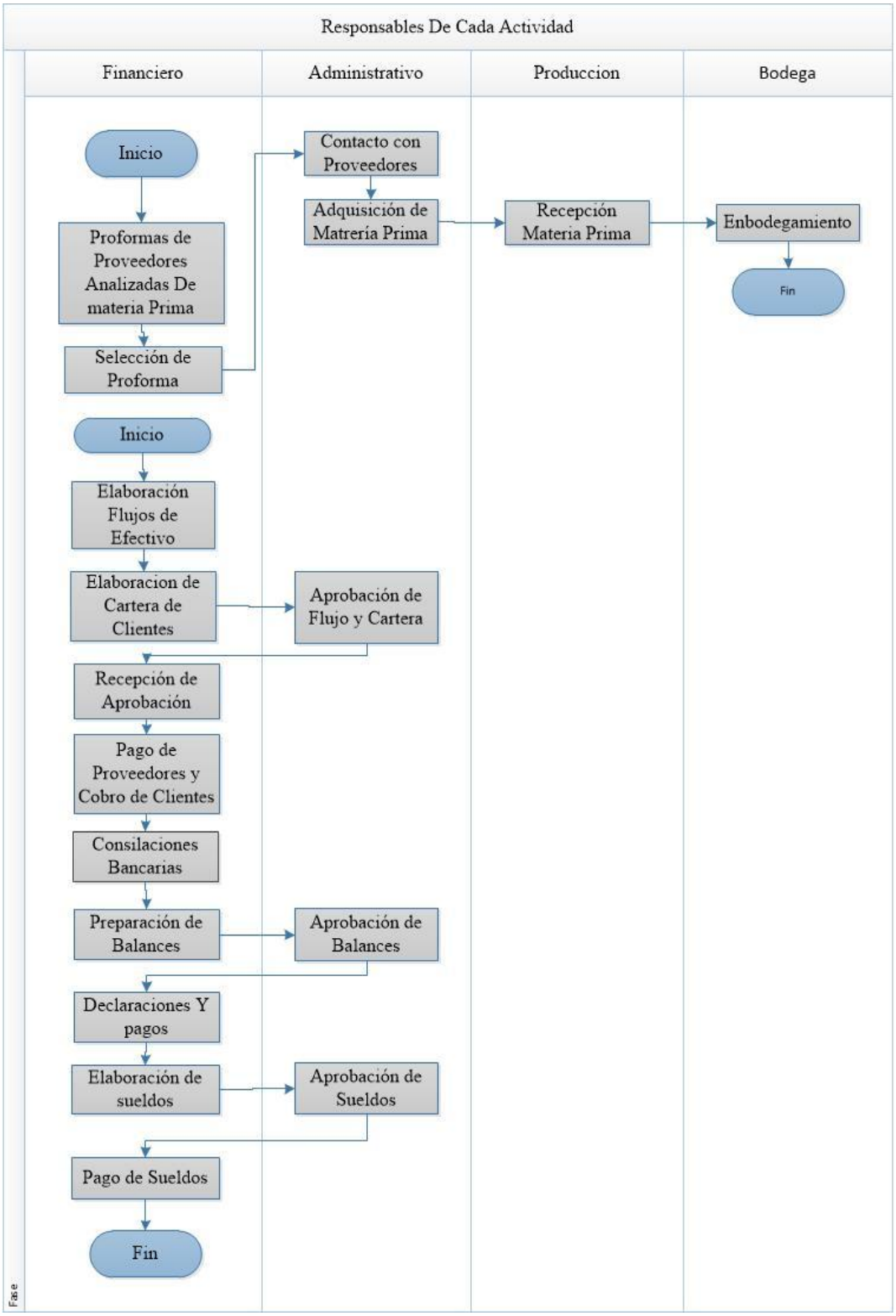


Figura 39 Flujo Administrativo

Fuente: Propia

Elaborado por: Sergio Pomasqui

4.03.02.01 Distribución de Planta

La distribución de planta consiste en la ordenación física de los factores, y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la distribución del área, en la determinación de las figuras, formas relativas y ubicación de los distintos departamento. (Fernandez, 2005)

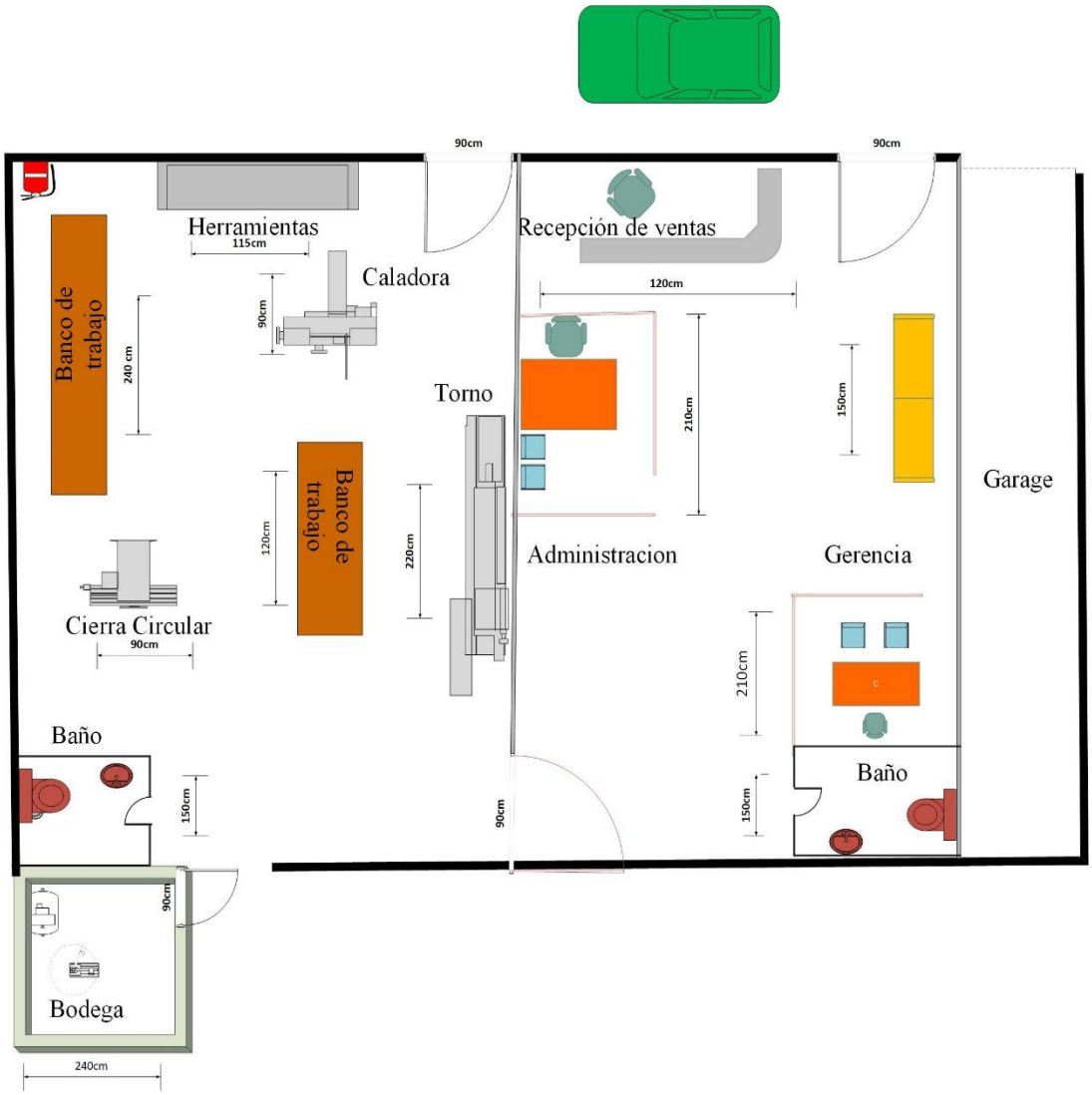


Figura 40 Distribución de la Planta
Fuente: Propia

Elaborado por: Sergio Pomasqui

Tabla 34 Distribución de Planta

Departamentos	Ancho	Largo
Recepción de Ventas	1.20	1.60
Administración	1.50	2.10
Gerencia	1.50	2.10
Baño1	1.50	1.80
Baño 2	1.50	1.80
Bodega	2.40	2.40
Producción	7	3.40

Fuente: Investigación
Elaborado por: Sergio Pomasqui

4.03.03 Maquinaria y equipo

Tabla 35 Maquinaria y Equipo

Descripción	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
Vehículo			
Automóvil Nissan Centra 1.6	1	5.000,00	5.000,00
Total vehículos			**5.000,00**
Maquinaria			
Cierra circular 1 caballos	1	1.500.00	1.500.00
Caladora 3 caballos	1	2.200.00	2.200.00
Torno 1 caballo	1	650.00	650..
Compresor	1	80.00	80.00
Lijadora de mano	1	50.00	50.00
Taladro	1	120.00	120.00
Tupid	1	200.00	200.00
Cedillo Grande	1	30.00	30.00
Cepillo pequeño	1	15.00	15.00
Pistola de mano	1	40.00	40.00
Muñequillas	1	8.00	8.00
Formones Varios tipos	1	7.00	7.00
Total Maquinaria			**4.900,00**
Equipos de oficina			
Teléfonos	4	15.00	60.00
Calculadoras	6	10.00	60.00
Archivadores metálicos 2 Niveles	1	250.00	250.00
Total Equipos de Oficina			**370.00**
Equipos de computación			
Computador Samsung I5 de 3.80G	2	600.00	1.200.00
Laptop Corel 5 Hacer	1	350.00	350.00
Impresora multifunción PHP	1	350.00	350.00
Total Equipos de computación			**1.900,00**

Muebles y Enseres			
Escritorio	2	90.00	180.00
Sillas con neumáticos	10	50.00	500.00
Sofá de tres cuerpos	1	350.00	350.00
Sillón con neumáticos	1	70	70.00
Banco de trabajo	1	40.00	40.00
Mueble para herramientas	1	80.00	80.00
Panel	6	90.00	540.00
Escritorio tipo L	1	120.00	120.00
Total Muebles y Enseres			**1.880,00**
Total de Maquinaria y equipo			**14.050,00**

Fuente: Investigación
Elaborado por: Sergio Pomasqui

CAPITULO V

5. Estudio Financiero

El estudio financiero determina el análisis del proyecto en el cual se valoran los costos y beneficios teniendo varias alternativas para lograr determinar si el proyecto es rentable, sustentable y viable en un tiempo que se establece.

5.01 Ingresos

Entendemos por ingresos a todas las ganancias que se suman al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal y se dividen en operacionales y no operacionales. (Debitor, 2016)

5.01.01 Ingresos Operacionales

Contempla los importantes recibidos o causados por el resultado de las actividades ordinarias de la compañía mediante la entrega de bienes o servicios, así como participaciones, dividendos y demás ingresos por concepto de intermediación financiera mientras que sean identifica cados con el propósito principal de la compañía. (Páez, 2016)

Tabla 36 Ingresos operacionales

Datos			
Crecimiento	1.56%		
Inflación	0.41%		
Años	**Cantidad**	**Precio**	**Total**
Año 1	1224	77,68	95.044,37
Año 2	1243	78,00	96.952,74
Año 3	1262	78,32	98.838,30
Año 4	1282	78,64	100.816,34
Año 5	1302	78,96	102.808,87

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Para la obtención de los ingresos, en el año 1 procedemos a multiplicar la cantidad por el precio, en el segundo, tercer, cuarto y quinto año en la cantidad se multiplicara por el crecimiento y el precio se multiplica por la inflación, una vez obtenido el resultado se procede a multiplicar la cantidad por el precio obteniendo el total de cada año.

5.01.02 Ingresos No Operacionales

Los ingresos no operacionales comprenden todo aquellos ingresos provenientes de la transacciones diferentes a la actividad ordinaria de la compañía; también estos incluyen las cuentas relacionados con operaciones de carácter financiero en moneda nacional o extranjera, honorarios, utilidad en venta de propiedad, planta y equipos e inversión, arrendamientos, servicios, dividendos y participaciones, recuperaciones de endeudamiento, indemnizaciones e ingresos de ejercicios anteriores. (Páez, 2016)

Tabla 37 Hoja de Costos

HOJA DE COSTOS										
Producto:	Muebles a base de llantas			Tiempo:	102	minutos				
Cantidad:		1								
MATERIA PRIMA DIRECTA				**MANO DE OBRA DIRECTA**			**C.I.F**			
Detalle	**Cantidad**	**Costo Unit.**	**TOTAL**	**Actividad**	**Costo Unit.**	**TOTAL**	**Detalle**	**Cantidad**	**Costo Unit.**	**TOTAL**
Llanta	2	1	2	Diseño	0,05	0,54	Etiqueta	1	0,8	0,8
Madera	1	4,5	4,5	Tallado	0,35	3,75	Clavo	40	0,04	1,6
Tela	1	3	3	Armado	0,1	1,07	Goma	1	0,8	0,8
Tripes	2	2,5	5	Acabados	0,2	2,15	Grapas	30	0,03	0,9
Esponja	2	3	6	Pintado	0,3	3,22	Tiñer	1	2,5	2,5
							Lija 60	1	0,3	0,3
							Lija 80	1	0,4	0,4
							Pintura	1	3	3
							Laca Brillante	1	3,5	3,5
							Servicios Básicos	1	0,39	0,39
TOTAL		**14**	**20,5**	**TOTAL**	**1,0**	**10,73**	**TOTAL**		**11,76**	**14,19**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Tabla 38 Resumen Hoja de Costos

RESUMEN:		
	MPD	20,5
	MOD	10,73
	CIF	14,19
	CP	**45,43**
M.U:	**71%**	**0,71**
PVP		**77,68**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Tabla 39 Determinación de Capacidad de Producción

DETERMINACIÓN DE CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN		
Tiempo de producción unitario	102,00	minutos
Tiempo de producción diario	480,00	minutos
Producción diaria unitaria	4,71	Muebles
Número de días laborados a la semana	5,00	días
Producción semanal	23,53	Muebles
Número de semanas al año	52,00	Semanas
Total Producción Anual	1.223,53	Muebles
Precio de Venta al Público	77,68	
Total Ingresos por Muebles	95.044,37	Dólares
Nivel de aceptación del mercado	98%	
Producción óptima	93.067,45	Dólares

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.02 Costos

"Costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad)". (Urbina, 2010)

Los costos son importantes para la actividad económica que se realiza, debido a que es el cálculo monetario que representa la producción del producto, el mismo que será "Muebles Eco neumáticos".

5.02.01 Costos Directos

Son aquellos que pueden identificarse directamente con un objeto de costos, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Los costos directos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad. (contabilidad.com.py, 2006)

Tabla 40 Costo Directos de Muebles

Materia Prima	Cantidad	Costo Unit.	Total
Llanta	2	1,00	2,00
Madera	1	4,50	4,50
Tela	1	3,00	3,00
Triples	2	2,50	5,00
Esponja	2	3,00	6,00
Total Materia Prima			**20,5**
Mano De obra			**10,73**
Sueldo de Obrero 1	**1**	**5,37**	
Sueldo de Obrero 2	**1**	**5,37**	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.02.02 Costos Indirectos

"Estos costos hacen referencia al grupo de costos utilizado para acumular los costos indirectos de fabricación (CIF son distintos los gastos de venta, administración y financiero) y además son costos que ni se puede asociar a costear con facilidad a un producto producido." (Cartagena, 2012)

Tabla 41 Costos Indirectos del Producto

Costos Indirectos		0,40
Luz	0,15	
Agua	0,15	
Teléfono	0,05	
Internet	0,05	
Costo de Producción	45,43	**45,43**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Tabla 42 Gastos Sueldos y Salarios Administrativo

GASTOS SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVOS											
Descripción	**Cantidad**	**Sueldo Básico**	**Aporte al IEES 9,45%**	**Pago Neto**	**Décimo Tercero**	**Décimo Cuarto**	**Vacaciones**	**Fondos de Reserva**	**Total Aportes**	**Aporte Patronal**	**Valor Total**
Gerente	1	480,00	45,36	434,64	40,00	32,17	20,00	39,98	132,15	53,52	620,31
Contador	1	230,00	21,74	208,27	19,17	32,17	9,58	19,16	80,08	25,65	313,99
Secretaria	1	386,00	36,48	349,52	32,17	32,17	16,08	32,15	112,57	43,04	505,13
TOTAL	**3**	**1.096,00**	**103,57**	**992,43**	**91,33**	**96,50**	**45,67**	**91,30**	**324,80**	**122,20**	**1.439,43**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Tabla 43 Gastos Sueldos y Salarios Producción

GASTOS SUELDOS Y SALARIOS PRODUCCION											
Descripción	**Cantidad**	**Sueldo Básico**	**Aporte al IEES 9,45%**	**Pago Neto**	**Décimo Tercero**	**Décimo Cuarto**	**Vacaciones**	**Fondos de Reserva**	**Total Aportes**	**Aporte Patronal**	**Valor Total**
Operador 1	1	386,00	36,48	349,52	32,17	32,17	16,08	32,15	112,57	43,04	505,13
Operador 2	1	386,00	36,48	349,52	32,17	32,17	16,08	32,15	112,57	43,04	505,13
TOTAL	**2**	**772,00**	**72,95**	**699,05**	**64,33**	**64,33**	**32,17**	**64,31**	**225,14**	**86,08**	**1.010,26**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.02.03 Gastos Administrativos

"Constituye el conjunto de gastos incurridos en la dirección general de una empresa no relacionados con una actividad específica de la misma, como en el caso de las actividades de ventas o de fabricación." (Rivadeneira Unda, 2014, pág. 59).

Tabla 44 Gastos Administrativo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Sueldo Personal Administración	**3**	**1.439,43**	**1.439,43**	**17.273,15**
Gerente	1	620,31	620,31	7.443,73
Contador	1	313,99	313,99	4.800,00
Secretaria	1	505,13	505,13	6.061,59
Suministros de Oficina	**1**	**10,00**	**10,00**	**120,00**
Depreciación de Activos Fijos	**0**	**71,53**	**71,53**	**858,33**
Equipos de Oficina	1	3,08	3,08	37,00
Equipos de Computación	1	52,78	52,78	633,33
Muebles y enseres	1	15,67	15,67	188,00
Agua Potable	1	5,00	5,00	60,00
Luz Eléctrica	1	10,00	10,00	120,00
Teléfono	1	9,00	9,00	108,00
Internet	1	25,00	25,00	300,00
Celulares	1	25,00	25,00	300,00
Mantenimiento M.Q	1	20,00	20,00	240,00
Mantenimiento VH	1	50,00	50,00	600,00
Activos Nominales	1	564,94	564,94	564,94
Varios - Imprevistos	1	25,00	25,00	300,00
TOTAL			**1.689,96**	**20.844,42**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.02.04 Gastos Ventas

En ocasiones el departamento o gerencia de ventas también es llamado de mercadotecnia. En este sentido vender no significa sólo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia. Mercadotecnia abarca, entre otras muchas actividades, la investigación y el

desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores. (Urbina, 2010, págs. 142-143)**.**

Tabla 45 Gastos de Ventas

Descripción	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Servicios Básicos	1	69,00	69,00	828,00
Dípticos	50	0,80	40,00	480,00
Tarjetería	50	0,50	25,00	300,00
Vasos con Logotipo	15	2,00	30,00	360,00
Toma todos con Logotipo	15	2,00	30,00	360,00
TOTAL		**74,30**	**194,00**	**2.328,00**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.02.05 Gastos Financieros

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica. (Urbina, 2010, pág. 143)

Tabla 46 Interés a Corto Plazo

Interés a Corto Plazo	
Descripción	**Total**
Primer Año	893,24

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Tabla 47 Interés a Largo Plazo

Interés a Largo Plazo	
Descripción	**Total**
Segundo Año	555,88
Tercer Año	200,02

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.02.06 Costos Fijos

Según Rivadeneira (2014) Dice que "Son aquellos que permanecen constantes en su magnitud, independiente de los cambios registrados en la producción, en las ventas o en el volumen de trabajo realizado. Estos costos son fijos en su total pero variables por unidad." (Rivadeneira Unda, 2014, pág. 51)

Tabla 48 Costos Fijos

Costos Fijos	
Descripción	
Gastos Administrativos	20.844,42
Gastos de Ventas	2.328,00
Gastos Financieros	893,24
Total	**24.065,66**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.02.07 Costo Variables

Según Rivadeneira (2014) "Dice que son aquellos cuya magnitud cambia en proporción directa con los cambios en los volúmenes de producción, de venta o de cualquier otra base de actividad. Estos costos son variables en total, pero fijos por unidad." (Rivadeneira Unda, 2014)

Tabla 49 Costos Variables

Costos Variables			
Producción Mensual		101,96	
Producción Anual		1.223,53	
Descripción	**Valor Unitario**	**Valor Mensual**	**Valor Anual**
Materia Prima	20,50	2.090,13	25.082,35
Mano de Obra	10,73	1.094,42	13.133,44
C.I.F	14,19	1.447,10	17.365,71
Costo Variable Unitario	**45,43**	**4.631,65**	**55.581,50**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.03 Inversiones

Urbina (2010), Dice que "La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo". Las inversiones son sencillamente el monto de dinero que la organización dispone ya sea por parte de terceros o propios con el fin de poder generar un incremento en el producto de las ganancias que genere el proyecto como tal. (Urbina, 2010)

5.03.01 Inversión Fija

Según (Antonal & Parra , 2010) "Es aquella que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros."

5.03.02 Activos Fijos

Según (Urbina, 2010, pág. 143) Dice que

> Se entiende por activo tangible o fijo, los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículo de transporte, herramientas y otros.

Tabla 50 Activos Fijos

Concepto	Total
Maquinaria y Equipo	4.900,00
Muebles y Enseres	1.880,00
Equipos de Computación	1.900,00
Equipos de Oficina	370,00
Vehículo	5.000,00
Total Activos Fijos	**14.050,00**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.03.03 Activos Nominales (Diferidos)

Según (Urbina, 2010, pág. 143) Dice que

> Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos operativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios.

Tabla 51 Activos Nominales

Concepto	Total
Gastos de Constitución	414,94
Estudio de Factibilidad	150,00
Total Activos Nominales	**564,94**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.03.04 Capital de Trabajos

Según (Arturo Morales , 2014, pág. 89)"Se refiere a los activos circulantes de la empresa, el capital de trabajo neto se define como los activos circulantes menos los pasivos circulantes."

Tabla 52 Capital de trabajo

Descripción	1 Mes	2 Mes	3 Mes	TOTAL
Sueldos Personal	1.439,43	1.439,43	1.439,43	4.318,29
Sueldos MOD	1.010,26	1.010,26	1.010,26	3.030,79
Gasto Ventas	125,00	102,50	102,50	330,00
Servicios Básicos	180,00	128,00	128,00	436,00
Materia Prima Directa	2.090,13	2.090,13	2.090,13	6.270,40
Mantenimiento Activos	80,00	80,00	80,00	240,00
Mantenimiento VH	50,00	50,00	50,00	150,00
Activos Nominales	564,94	0,00	0,00	564,94
Caja Bancos	1.378,75	1.378,75	1.378,75	4.136,25
TOTAL	**6.918,52**	**6.279,08**	**6.279,08**	**19.476,67**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Según (Roger Cohen, pág. 4) Se refiere de Maniobra al exceso de capitales permanentes respecto a los bienes de uso; es la resta entre el Patrimonio Neto y el Activo Fijo. Si es positivo, disponemos de capital para financiar la necesidad de capital de trabajo.

Tabla 53 Fuente de Financiamiento y Uso de Fondos

Concepto	Uso de Fondos	Recursos Propios	Recursos Financiados
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria y Equipo	4.900,00	4.900,00	
Muebles y Enseres	1.880,00		1.880,00
Equipo de Computación	1.900,00	0	1.900,00
Equipo de Oficina	370,00		370
Vehículos	5.000,00	5.000,00	
Total de Activos Fijos	**14.050,00**	**9.900,00**	**4.150,00**
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	414,94		414,94
Estudio de Factibilidad	150		150
Total de Activos Diferidos	564,94		564,94
Capital de trabajo			
Materia Prima	6.270,40		6.270,40
Mano de Obra	3.030,79		3.030,79
Mantenimiento VH	150,00		150,00
Servicios Básicos	436,00		436,00
Mantenimiento M.Q	240,00		240,00
Gasto Administrativo	4.318,29		4.318,29
Gasto Ventas	330,00		316,26
CAJA BANCOS	4.136,25	4.149,99	
Total Capital de Trabajo	18.911,73	4.149,99	14.761,74
TOTAL DE INVERSIÓN	**33.526,67**	**14.049,99**	**19.476,68**
PARTICIPACIÓN	**100%**	**42%**	**58%**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.03.06 Amortizaciones de Financiamiento

Según (Toro Lopez, 2016) "Se refiere a reintegrar un capital, generalmente un pasivo (un préstamo por ejemplo), a través de la distribución de pagos en el tiempo. Aunque también se puede acordar el pago de todo el préstamo de una sola vez."

Tabla 54 Amortización y Financiamiento

Inversión	**:**	**100%**	**33.526,67**			
Cap. Propio	**:**	42%	14.049,99			
Financiamiento	**:**	58%	19.476,68			
Plazo	**:**		36	MESES		
Interés	**:**		16%	0,45%		
Pagos	**:**		Mensual			
Banco	**:**		Pichincha			
Periodo		**Saldo**	**Interés Fija**	**Cuota**	**Capital**	**Saldo Insoluto**
0		19.476,68	0,00	0,00	0,00	19.476,68
1		19.476,68	86,89	586,83	499,94	18.976,74
2		18.976,74	84,66	586,83	502,17	18.474,57
3		18.474,57	82,42	586,83	504,41	17.970,16
4		17.970,16	80,17	586,83	506,66	17.463,50
5		17.463,50	77,91	586,83	508,92	16.954,57
6		16.954,57	75,64	586,83	511,19	16.443,38
7		16.443,38	73,36	586,83	513,47	15.929,91
8		15.929,91	71,07	586,83	515,76	15.414,15
9		15.414,15	68,76	586,83	518,06	14.896,08
10		14.896,08	66,45	586,83	520,38	14.375,71
11		14.375,71	64,13	586,83	522,70	13.853,01
12		13.853,01	61,80	586,83	525,03	13.327,98
13		13.327,98	59,46	586,83	527,37	12.800,61
14		12.800,61	57,10	586,83	529,72	12.270,89
15		12.270,89	54,74	586,83	532,09	11.738,80
16		11.738,80	52,37	586,83	534,46	11.204,34
17		11.204,34	49,98	586,83	536,84	10.667,50
18		10.667,50	47,59	586,83	539,24	10.128,26
19		10.128,26	45,18	586,83	541,65	9.586,61
20		9.586,61	42,77	586,83	544,06	9.042,55
21		9.042,55	40,34	586,83	546,49	8.496,06
22		8.496,06	37,90	586,83	548,93	7.947,13
23		7.947,13	35,45	586,83	551,38	7.395,76

24	7.395,76	32,99	586,83	553,84	6.841,92
25	6.841,92	30,52	586,83	556,31	6.285,62
26	6.285,62	28,04	586,83	558,79	5.726,83
27	5.726,83	25,55	586,83	561,28	5.165,55
28	5.165,55	23,04	586,83	563,78	4.601,77
29	4.601,77	20,53	586,83	566,30	4.035,47
30	4.035,47	18,00	586,83	568,83	3.466,64
31	3.466,64	15,47	586,83	571,36	2.895,28
32	2.895,28	12,92	586,83	573,91	2.321,37
33	2.321,37	10,36	586,83	576,47	1.744,89
34	1.744,89	7,78	586,83	579,04	1.165,85
35	1.165,85	5,20	586,83	581,63	584,22
36	584,22	2,61	586,83	584,22	0,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.03.07 Depreciaciones

La depreciación es la distribución sistemática del costo de un activo a lo largo de su vida útil y para ello existen diferentes métodos de depreciación. (NIC 16, 2016)

Esto quiere decir que es la reducción del valor histórico de las propiedades, planta y equipo por su uso o caída en desuso

Tabla 55 Depreciaciones

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Depr. Acum	V. Resi
Equipo y Maquinaria	4.900,00	10	490,00	490,00	490,00	490,00	490,00	2.450,00	2.450,00
Muebles y Enseres	1.880,00	10	188,00	188,00	188,00	188,00	188,00	940,00	940,00
Equipos de Oficina	370,00	10	37,00	37,00	37,00	37,00	37,00	185,00	185,00
Equipos de Computación	1.900,00	3	633,33	633,33	633,33	-	-	1.900,00	0,00
Vehículos	5.000,00	5	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	5.000,00	0,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.03.08 Estado de Situación Inicial

Los balances tienen como objetivo principal determinar anualmente cuál se considera que es el valor real de la empresa en ese momento. Aquí surge el problema de la revaluación de activos. En muchos países se ha generalizado la práctica de revaluar los activos de acuerdo con la inflación del año anterior, lo cual ayuda a tener un valor más real de la empresa año con año. (Urbina, 2010, pág. 156)

Tabla 56 Estado de Situación Inicial

ECO-MUEBLES			
ESTADO DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS			
CORRIENTE		**18.911,73**	
Efectivo	18.911,73		
NO CORRIENTE		**14.050,00**	
Activo Fijo			
Equipo y maquinaria	4.900,00		
Vehículo	5.000,00		
Equipos de oficina	370,00		
Equipos de computación	1.900,00		
Muebles y enseres	1.880,00		
Activos Diferidos	564.94	**564.94**	
TOTAL ACTIVOS			**33.526,67**
PASIVOS			
Pasivos no Corrientes		**19.476,68**	
Préstamo Bancario por pagar	19.476,68		
TOTAL PASIVO			**19.476,68**
PATRIMONIO		**14.049,99**	**14.049,99**
Capital	14.049,99		
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO			**33.526,67**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.03.09 Estado de Resultados Proyectado

Según (Rivadeneira Unda, 2014, pág. 46) Se refiere que el estado de resultados es un documento o informe financiero que muestra los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha obtenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado."

El estado de resultados es un reporte financiero el cual me indica detalladamente cuales son los ingresos y gastos de la organización, por lo cual indica las pérdidas o ganancias que ha generado la empresa durante el periodo de tiempo establecido.

Tabla 57 Estado de Resultado Proyectado

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
	VENTAS	93.067,45	104.235,54	116.743,81	130.753,06	146.443,43
(-)	Costo de Producción	67.704,68	75.829,24	84.928,75	95.120,20	106.534,63
(=)	**Utilidad Bruta en Ventas**	**25.362,77**	**28.406,30**	**31.815,05**	**35.632,86**	**39.908,80**
(-)	Gastos Operacionales					
	Gastos Administrativos	20.844,42	21.169,59	21.499,84	21.835,23	22.175,86
	Gastos de Ventas	2.328,00	2.364,32	2.401,20	2.438,66	2.476,70
	Gastos Financieras	893,24	555,88	200,02	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Operacional**	**1.297,10**	**4.316,50**	**7.714,00**	**11.358,96**	**15.256,24**
(+)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad A.P.E.I.**	**1.297,10**	**4.316,50**	**7.714,00**	**11.358,96**	**15.256,24**
(-)	15 % Participación Laboral	194,57	647,48	1.157,10	1.703,84	2.288,44
(=)	**Utilidad Antes de I.R.**	**1.102,54**	**3.669,03**	**6.556,90**	**9.655,12**	**12.967,80**
(-)	22% Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Neta**	**1.102,54**	**3.669,03**	**6.556,90**	**9.655,12**	**12.967,80**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.03.10 Flujo de Caja

Según (Roger Cohen, pág. 1), "El Flujo de Caja o Cash Flow, como comúnmente se lo denomina -aún en países de habla hispana-, se puede calcular para cualquier rango temporal: diario, semanal, mensual, anual. Denominaremos "período" a este lapso de tiempo fijo".

El flujo de caja es un informe financiero en el cual permite detallar los flujos de ingresos y egresos que tiene la empresa en un periodo determinado, y es importante debido a que nos permite conocer de forma rápida la liquidez de la empresa.

Tabla 58 Flujo de Caja

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
	VENTAS	93.067,45	104.235,54	116.743,81	130.753,06	146.443,43
(-)	Costo de Producción	67.704,68	75.829,24	84.928,75	95.120,20	106.534,63
(=)	**Utilidad Bruta en Ventas**	**25.362,77**	**28.406,30**	**31.815,05**	**35.632,86**	**39.908,80**
(-)	Gastos Operacionales					
	Gastos Administrativos	20.844,42	21.169,59	21.499,84	21.835,23	22.175,86
	Gastos de Ventas	2.328,00	2.364,32	2.401,20	2.438,66	2.476,70
	Gastos Financieras	893,24	555,88	200,02	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Operacional**	**1.297,10**	**4.316,50**	**7.714,00**	**11.358,96**	**15.256,24**
(+)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad A.P.E.I.**	**1.297,10**	**4.316,50**	**7.714,00**	**11.358,96**	**15.256,24**
(-)	15 % Participación Laboral	194,57	647,48	1.157,10	1.703,84	2.288,44
(=)	**Utilidad Antes de I.R.**	**1.102,54**	**3.669,03**	**6.556,90**	**9.655,12**	**12.967,80**
(-)	22% Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Neta**	**1.102,54**	**3.669,03**	**6.556,90**	**9.655,12**	**12.967,80**
(+)	Depreciaciones	2.348,33	2.348,33	2.348,33	1.715,00	1.715,00
(+)	Amortizaciones	7.041,94	7.041,94	7.041,94	0,00	0,00
(=)	**Flujo de Caja Actual**	**10.492,81**	**13.059,30**	**15.947,17**	**11.370,12**	**14.682,80**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.04 Evaluación financiera

5.04.01 Tasa de descuento

La tasa de descuento es el coste de capital para determinar el valor actual de una pago futuro, es decir se utiliza para descontar los flujos futuros de efectivo esta tasa es muy utilizada a la hora de evaluar proyectos de inversión. (Urbina, 2010)

Tabla 59 Tasa de descuento

Tasa de Descuento	
TMAR	i + f + (i x f)
TA = Tasa Activa	
TP = Tasa Pasiva	
Tasa Activa =	**7,33%**
Tasa Pasiva =	**5,11%**
TMAR =	0,0733 +0,0511+(0,0733 x0,0511)
TMAR =	0,1244 +0,00374563
TMAR =	0,12814563
TMAR =	**12,81%**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.04.02 VAN.

La definición del valor presente neto ya tiene sentido. Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero (Urbina, 2010, pág. 182)

$$\boldsymbol{VAN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}}$$

$$\boldsymbol{VAN = -33.526,67 + \frac{10.492,81}{1,12814563} + \frac{13.059,30}{1,272712562} + \frac{14.047,17}{1,435805116} + \frac{11.370,12}{1,619797267} + \frac{14.682,80}{1,827367208}}$$

$$\boldsymbol{VAN = -33.526,67 + 9.300,94 + 10.261,00 + 9.783,48 + 7.019,47 + 8.034,95}$$

$$\boldsymbol{VAN = 10.873,17}$$

5.04.03 TIR.

"La tasa interna de retorno es aquella tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión, es decir es el porcentaje de ganancia o pérdida que tendrá dicha inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión." (ANZIL, 2012, pág. 46)

Tabla N° 1 Tasa Interna de Retorno

Tabla 60 TIR

Flujo de Efectivo	10.492,81	13.059,30	14.047,17	11.370,12	14.682,80
TIR	**24,84%**				

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

El período de recuperación de inversión es un método que permite medir en un plazo el tiempo que se requiere para que los flujos netos de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. (ANZIL, 2012)

Tabla 61 Periodo de Recuperación

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-33.526,67	-33.526,67	1,00	-33.526,67	-33.526,67
1	10.492,81	-23.033,85	0,89	9.300,94	-24.225,73
2	13.059,30	-9.974,55	0,79	10.261,00	-13.964,73
3	14.047,17	4.072,62	0,70	9.783,48	-4.181,25
4	11.370,12	15.442,74	0,62	7.019,47	2.838,22
5	14.682,80	30.125,54	0,55	8.034,95	10.873,17

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Tabla 62 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CORRIENTE			PERIODO DE CUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	13.059,30	-9.974,55	AÑO 3	9.783,48	-4.181,25
1 mes	1088,28	-8.886,28	1 mes	815,29	-3.365,96
2 mes	1088,28	-7.798,00	2 mes	815,29	-2.550,67
3 mes	1088,28	-6.709,73	3 mes	815,29	-1.735,38
4 mes	1088,28	-5.621,45	4 mes	815,29	-920,09
5 mes	1088,28	-4.533,18	5 mes	815,29	-104,80
6 mes	1088,28	-3.444,90	6 mes	815,29	710,49
7 mes	1088,28	-2.356,63	7 mes	815,29	1.525,78
8 mes	1088,28	-1.268,35	8 mes	815,29	2.341,07
9 mes	1088,28	-180,07	9 mes	815,29	3.156,36
10 mes	1088,28	908,20	10 mes	815,29	3.971,65
11 mes	1088,28	1.996,48	11 mes	815,29	4.786,94
12 mes	1088,28	3.084,75	12 mes	815,29	5.602,23
Periodo de Recuperación		2 años 10 meses	**Periodo de Recuperación**		3 años 6 meses

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.04.05 RCB (Relación de Costo Beneficio)

La relación costo beneficio representa los ingresos y egresos presentes del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se invierte en el proyecto. (ANZIL, 2012)

Tabla 63 Relación Costo Beneficio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5	Actualizado
Ingresos	93.067,45	104.235,54	116.743,81	130.753,06	146.443,43	591.243,29
Costo	67.704,68	75.829,24	84.928,75	95.120,20	106.534,63	430.117,51

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costos}}$$

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{591.243,29}{430.117,51}$$

$$\text{Costo/Beneficio} = 1,37$$

5.04.06 Punto de Equilibrio

Según (Urbina, 2010, pág. 148), "El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables". El punto de equilibrio me permite identificar el nivel de ventas necesario para poder cubrir mis costos totales de la organización, y de esa manera no perder ni ganar.

- Punto de Equilibrio en Cantidad
  - $\boldsymbol{PE}$ = Punto de Equilibrio en dólares
  - $\boldsymbol{P}$ = Precio de Venta
  - $\boldsymbol{CVU}$ = Costo Variable Unitario
  - $\boldsymbol{CF}$ = Costo Fijo Total

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

$$\boldsymbol{PE} = \frac{36.188{,}84}{77{,}68 \ - \ 45{,}43}$$

$$\boldsymbol{PE} = \ 1.122{,}02 \text{ unidades}$$

- Punto de equilibrio en dólares

$$\boldsymbol{PE} = \boldsymbol{PE\ Unid} * \boldsymbol{Precio}$$

$$\boldsymbol{PE} = 1.122{,}02 \ * \ 77{,}68$$

$$\boldsymbol{PE} = \$ \ 87.159{,}04$$

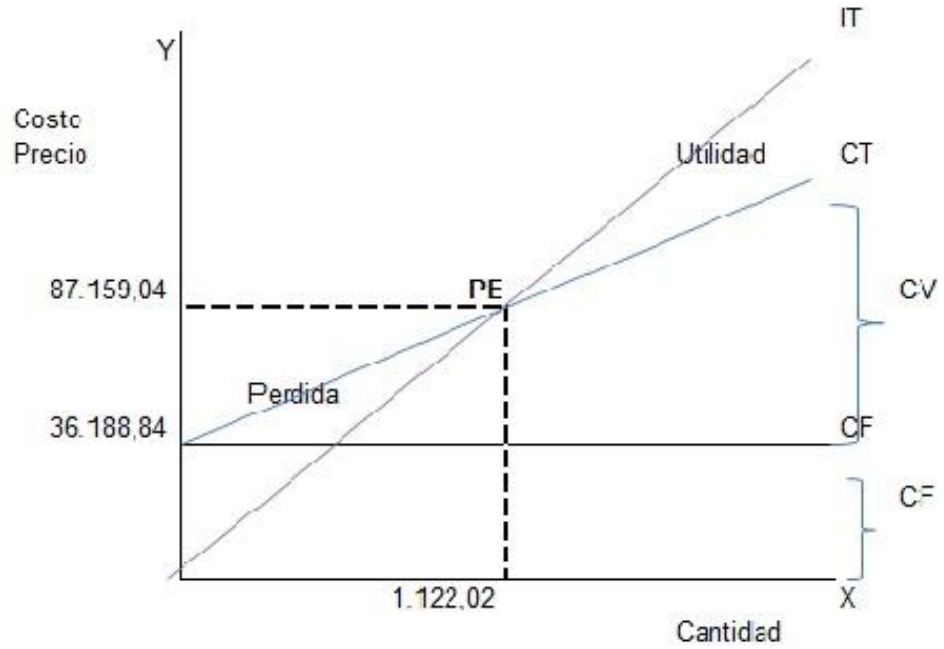


Figura 41 Punto de Equilibrio
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

5.04.07 Análisis de Índice Financiero

Según (ANZIL, 2012) Los Indicadores Financieros o Ratios Financieros son ratios o medidas que tratan de analizar el estado de la empresa desde un punto de vista individual, comparativamente con la competencia o con el líder del mercado.

5.04.07.01 Rentabilidad Sobre el Patrimonio

Es el indicador financiero más preciso para valorar la rentabilidad del capital de inversión, es decir mide el rendimiento que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en el proyecto. (ANZIL, 2012).

Tabla 64 Rentabilidad Sobre el Patrimonio

Indicador de Rentabilidad
Rentabilidad Sobre el Patrimonio
$$ROE = \frac{Utilidad\ Neta}{Patrimonio}$$
$$ROE = \frac{1.102,54}{14.049,99}$$
$$ROE = 0,08$$

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis: La rentabilidad sobre el patrimonio nos determina que por cada dólar de inversión en la empresa Eco muebles se obtendrá un rendimiento al patrimonio de 8 centavos de dólar.

5.04.07.02 Rentabilidad Sobre los Activos

Es la relación entre el beneficio obtenido en un determinado tiempo y los activos totales de una empresa, su importancia es que permite medir el grado de eficiencia de dichos activos. (ANZIL, 2012)

Tabla 65 Rentabilidad Sobre los Activos

Indicador de Rentabilidad
Rentabilidad de los Activos
$$ROA = \frac{Utilidad\ Neta}{Activos}$$
$$ROA = \frac{1.102,54}{14.050,00}$$
$$ROA = 0,08$$

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis: El rendimiento que se obtiene sobre los activos se determina que por cada dólar que encontramos en los activos la empresa genera 8 centavos de utilidad.

5.04.07.03 Índice de liquidez

El índice de Liquidez se utiliza para juzgar la capacidad que tiene una empresa para satisfacer sus obligaciones de corto plazo, a partir de ello se pueden obtener mucha información sobre la solvencia del efectivo actual de la empresa. (ANZIL, 2012).

Tabla 66 Índice de Liquidez

Índice de Liquidez
$$R.L = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costo de Venta}}$$
$$R.L = \frac{93.067,45}{67.704,68}$$
$$R.L = 1,37$$

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis: El índice de liquidez determina que por cada dólar del costo de ventas que coloquemos en la microempresa Eco muebles tiene un dólar para cubrir gastos y cuenta con 37 centavos para realizar nuevas inversiones y producir ganancias para la microempresa.

5.04.07.04 Índice de Endeudamiento

Según (ANZIL, 2012) Dice que permite conocer en qué medida las distintas fuentes de financiamiento ayudan a financiar los diferentes activos, es decir que la relación que guardan entre sí los recursos ajenos, los recursos permanentes y los recursos propios de la misma.

Tabla 67 Índice de Endeudamiento

Índice de Endeudamiento
$$Endeudamiento = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}} \text{ x 100}$$
$$\text{Endeudamiento} = \frac{19.476,68}{14.049,99} \text{x } 100$$
$$Endeudamiento = 138,62$$

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis: El índice de endeudamiento determina un 77.84% del patrimonio la cual está comprometida con el pasivo de Eco muebles por lo tanto sea determino que no es recomendable nuevos endeudamientos a futuro.

5.04.07.05 Rentabilidad Sobre la Inversión

El ROI es un valor que mide el rendimiento de una inversión, para evaluar qué tan eficiente es el gasto que estamos haciendo o que planeamos realizar. Existe una fórmula que nos da este valor calculado en función de la inversión realizada y el beneficio obtenido, o que pensamos obtener. (Ortíz, Geotiopolis, 2017)

Tabla 68 Rentabilidad Sobre la Inversión

Rentabilidad Sobre la Inversión
$$\text{R. O. I} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Inversion}} \text{x 100}$$
$$\text{R. O. I} = \frac{1.297,10}{33.526,67} \text{x } 100$$
$$\text{R. O. I} = 3,87$$

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Análisis: El indicador de rentabilidad sobre la inversión nos determina que por cada dólar de inversión realizada retorna 3,87 centavos a Eco muebles.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impacto

6.01 Impacto Ambiental

El impacto ambiental es mínima debido a que el proyecto colabora con el cuidado ambiental, ya que se utiliza material reciclado, uno de los materiales principales para la micro empresa Eco muebles, por lo tanto la micro empresa aprovecha los neumáticos desechados para darle un nuevo uso y así poder proteger el medio ambiente.

6.02 Impacto Económico

La microempresa tiene la capacidad de contribuir al desarrollo sostenible del país, ya que por producir muebles a base de neumáticos reciclados, generamos fuentes de empleo, las cuales aportarla al estado con impuestos o tributos.

Por lo que podemos mencionar que el impacto económico de la empresa Eco muebles es positivo porque ayuda al desarrollo personal y de la comunidad

6.03 Impacto Productivo

El impacto productivo que realiza la microempresa Eco muebles es representativo para el país ya que se está remplazando los muebles con madera a muebles con neumáticos reciclados, además se utiliza material de calidad. Se

producirá con mano de obra ecuatoriana y maquinaria de alta velocidad para producir en mayor volumen y calidad.

6.04 Impacto Social

En el impacto social que general la microempresa Eco muebles es generar empleo para así aportar a la economía familiar, además los muebles a base de neumático reciclado está acorde económicamente para la sociedad media y baja y así obtener muebles de alta calidad a bajos precios y poder decorar el hogar para así estar más cómodos ya que la sociedad entre más cómoda se encuentre aporta mucha más.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

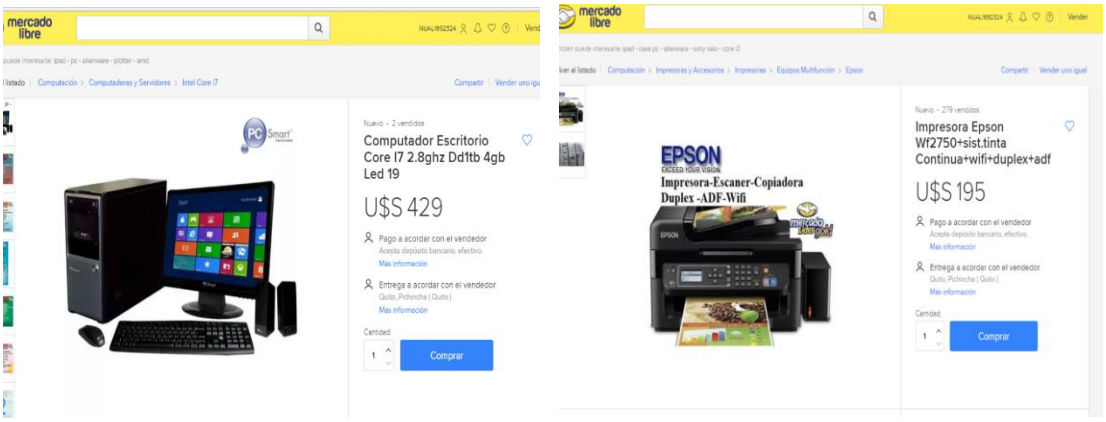
7.01 Conclusiones

- Se determinó que los factores macro y micro ambientales tienen incidencia directa en el desarrollo del proyecto.
- Mediante el análisis FODA se pudo establecer las estrategias adecuadas que necesita el proyecto.
- El estudio de mercado determino la oferta y demanda existente, como también el precio atractivo del mercado.
- De acuerdo con el estudio técnico se determinó que la ubicación del proyecto está de acuerdo con el estatus poblacional, ya que se manejaran precios cómodos con una gran variedad de diseños en muebles.
- Mediante el análisis financiero se identificó que el proyecto es factible

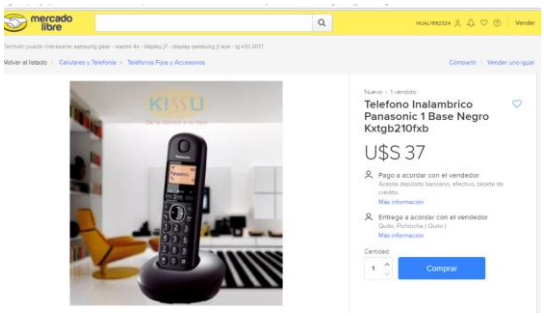
7.02 Recomendaciones

- Se recomienda buscar proveedores los cuales puedan donar neumáticos, así facilitar los insumos para la fabricación de los productos logrando una producción rápida la cual lanzara los productos con precios bajos.
- Se recomienda ofrecer un producto con diseños exclusivos para el cliente de esta manera fidelizarnos con la empresa.
- Se recomienda innovar mensualmente los diseños y buscar proveedores los cuales puedan donar neumáticos para así poder bajar los precios y este acorde con el status social.
- Se recomienda analizar la determinación del tamaño óptimo del lugar para contemplar los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción.
- El proyecto debe ser ejecutado debido a que el impacto que tiene en el análisis de la TMAR y la TIR es rentable para el proyecto

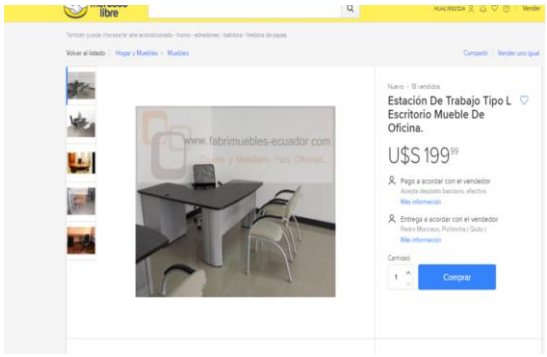
Anexos



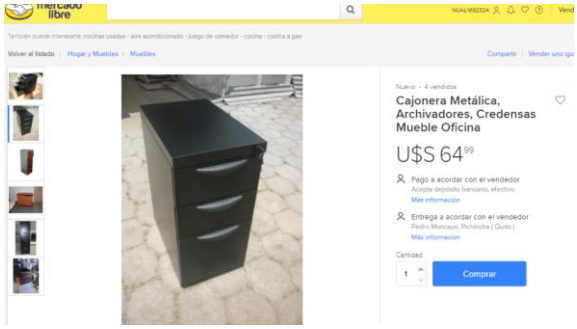
Anexos 1 Proforma Equipos de Computación
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui



Anexos 2 Proforma Equipo de Oficina
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui



Anexos 3 Proforma Muebles Oficina
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui



Anexos 4 Proforma Archivador
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Anexos 5 Construcción del Mueble
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

Anexos 6 Muebles Terminado
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Sergio Pomasqui

BIBLIOGRAFÍA

Alberto Acosta, D. G. (2005). *El otro riesgo pais* . Quito-Ecuador: Abya Yala.

Antonal & Parra . (2010). *http://www.spw.cl/proyectos/apuntes/cap4.htm.*

Antunez, R. J. (1992). *Analisis del consumidor.* UNID.

ANZIL. (2012). *http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/3887/1/95-ABF-17-17-1723186829.pdf.*

Arcia, I. (30 de Marzo de 2011). *Gestión Administrativa*. Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de Gestión Administrativa: http://gestion-admtiva.blogspot.com/

Ardura, I. R. (2006). *principios y estratejias de marketing.* Barcelona: Eureca media S.a.

Arturo Morales , J. A. (2014). *https://books.google.com.ec/books?id=ltzhBAAAQBAJ&pg=PA87&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false*.

Baca Urbina , G. (2010). *https://leonelmartinez.files.wordpress.com/2015/01/1-gabriel-baca-urbina-evaluacion-de-proyectos-6ta-edicion-2010.pdf*.

Barrios, R. V. (30 de Noviembre de 2011). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: https://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/

Bembibre. (06 de Enero de 2009). Obtenido de https://www.definicionabc.com/general/cliente.php

Bembibre, C. (28 de Junio de 2010). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: https://www.definicionabc.com/social/desempleo.php

Borja, R. (2016). *Enciclopedia*. Obtenido de Enciclopedia: http://www.enciclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=&por=p&idind=1183&termino=

Boubeta, A. I. (2006). *Fidelizacion al cliente. introduccion a la venta personal y a la direccion de ventas* . España: ideaspropias.

Cambra, U. C. (2012). *Planificacion Estrategica y Creatividad.* Madrid: Esic Editorial.

Camus, P. A. (1997). *Crecimiento poblacional.* Chile: Programa MECE-Media.

Cano, E. (01 de 02 de 2016). *abc motor*. Recuperado el 17 de 11 de 2017, de http://www.abc.es/motor/reportajes/abci-evolucion-historia-neumatico-breve-historia-neumatico-201601302325_noticia.html

Carrion, J. C. (2007). *La estratejia de la vision.* Madrid: Artegraf.

cartagena. (2012). *https://www.monografias.com/trabajos92/control-costos-indirectos-fabricacion/control-costos-indirectos-fabricacion.shtml.*

Cartagena. (2012). *https://www.monografias.com/trabajos92/control-costos-indirectos-fabricacion/control-costos-indirectos-fabricacion.shtml.*

COMERCIO, E. (14 de 09 de 2012). Historia de la llanta. *Historia de la llanta*, pág. 3b.

contabilidad.com.py. (08 de 06 de 2006). Obtenido de www.contabilidad.com.py/interna.php?id=73

contabilidad.com.py. (08 de 06 de 2006). *www.contabilidad.com.py/interna.php?id=73.*

Couso, R. P. (2005). *La comunicacion y la Calidad del Servicio en la atencion al cliente.* España: ideaspropias.

Cuevas, A. C. (1978). *Proyecciones de población y población economicamente activa para el departamento del Meta.* Bobota: Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico, Facultad de Economía, Universidad de los Andes.

Debitor. (1 de 3 de 2016). *Google*. Obtenido de debitor.es: www.debitor.es/glosario/que-es-un-ingreso

Díaz, P. (08 de Mayo de 2014). *Sielocal*. Obtenido de Sielocal: http://www.sielocal.com/informe/1246/Producto-Interno-Bruto-(PIB)-por-sectores

Ecuador, P. (04 de Marzo de 2013). *glossary/balanza-comercial*. Obtenido de /www.proecuador.gob.ec

Eduardo, A. T. (2006). *La tasa de desempleo de largo plazo en Colombia.* Colombia: Banco de la República.

Fernandez, Q. D. (2005). *Distribucion de planta.* España: Universidad Oviedo.

Gimenez, J. D. (1999). *Macroeconomia Primeros Conceptos.* Barcelona: Antonio Bosch.

Guzman, R. S. (2001). *Planificacion del desarrollo.* Bobota: Felipe Duque Rueda.

Hernandez, P. (20 de Noviembre de 2008). *Factor Legal*. Obtenido de http://factoreslegales.blogspot.com/

http://www.spw.cl/proyectos/apuntes/cap4.htm. (s.f.).

Iborra, M. (2014). *Fundamentos de direciones de empresas.* Madrid: Paranifo.

Igual, Creative Commons Con Atribución y Compartir. (27 de 09 de 2010). *http://wiki.ead.pucv.cl*. Recuperado el 17 de 11 de 2017, de http://wiki.ead.pucv.cl/Historia_Del_Caucho

Jonh M, G. (1936). *A Theory of Organization in Public Administration.* Chicago: University of Chicago Press.

La Microempresa, Unidad Economica para el Desarrollo. (2017). Obtenido de http;//www.menbres.tipod.com/aromatica/Empresas.thml

Leonel, V. R. (2003). *Glosario de terminos financeros* . California: Baja California UABC.

Lorette, K. (2017). *La Voz*. Obtenido de La Voz: http://pyme.lavoztx.com/un-anlisis-situacional-de-un-plan-estratgico-de-marketing-4354.html

M. Teresa Icart Isern, C. F. (2006). *Elaboracion y presentacion de un proyecto de investigacion y una tesina.* Barcelona: Universidad de Barcelona .

Macedo, J. J. (2006). *Economia.* Mexico: S.A de C.V.

Mager, R. F. (2006). *Analisis de Objetivos* . Barcelona: Epise S.A.

Martin, B. d. (2008). *Sistematizacion de la Funcion Comercial.* Bobota: Nebliblo.

Merino, M. (2012). *Definición*. Obtenido de Definicón: http://definicion.de/tasa-de-interes/

Merino, M. (2013). Obtenido de http://definicion.de/recursos-tecnologicos/

Merino, M. (2014). Obtenido de http://definicion.de/situacion-social/

Monografia .com. (2012). *https://www.monografias.com/trabajos92/control-costos-indirectos-fabricacion/control-costos-indirectos-fabricacion.shtml.*

NIC 16. (2016). *https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/vigentes/nic/16_NIC.pdf.*

Organización Mundial del Trabajo. (2018). *Pequeñas empresas*. Obtenido de https://www.ilo.org/global/topics/employment-promotion/small-enterprises/lang--es/index.htm

Ortíz. (02 de Noviembre de 2017). Obtenido de https://www.gestiopolis.com/tasa-activa-y-tasa-pasiva-que-son/

Ortíz. (02 de Noviembre de 2017). *Geotiopolis*. Obtenido de Geotiopolis: https://www.gestiopolis.com/tasa-activa-y-tasa-pasiva-que-son/

Páez, A. B. (2016). *PYMES Implementacion de normas de informacion internacional.* Barranquillas: Universidad del Norte.

Pedros, D. M. (2012). *Metas Estrategicas.* Madrid: Editori al Dias de Santos.

Pérez. (2009). Obtenido de http://definicion.de/inflacion/

Pérez. (2013). Obtenido de http://definicion.de/recursos-economicos/

Posas, R. R. (2007). *La formulacion y evalucion de proyectos* . Costa Rica: Univercidad Estatal a Dsitancia.

Posso, Z. M. (17 de Julio de 2013). *Derechoecuador.com*. Obtenido de Derechoecuador.com: http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechoeconomico/2006/01/27/coacutemo-se-mide-el-riesgo-paiacutes

rica, I. i. (1972). *Material didactico I.* San Jose de Costa rica : Banco central de costa rica.

Rivadeneira Unda, M. (21 de 11 de 2014). *https://presupuestosunivia.wordpress.com/tag/gastos-de-administracion/.*

Robbins, S. P. (2005). *Administracion.* Mexico: Camara de Nacional de la Industria de Mexico.

Roger Cohen. (s.f.). *http://materias.fi.uba.ar/7626/Flujo%20de%20Caja%20-%20texto.pdf.*

Toro Lopez. (2016). *http://economipedia.com/definiciones/amortizacion-financiera.html.*

Ugalde, V. J. (1979). *Programacion de Operaciones* . Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

UNAM, F. d. (2016). *Google*. Obtenido de http://www.economia.unam.mx: http://www.economia.unam.mx

Urbina, G. B. (2010). *evaluacion de proyectos.* Obtenido de https://leonelmartinez.files.wordpress.com/2015/01/1-gabriel-baca-urbina-evaluacion-de-proyectos-6ta-edicion-2010.pdf

Valdez, L. R. (2014 Mayo). *Reglas basicas para el exito del pequeño y mediano exportador.* Mexico: isef empresa lider.

Wikipedia. (21 de 04 de 2016). *Wikipedia.* Obtenido de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Ingenier%C3%ADa_de_producto

Xavier, P. E. (2011). *Nuevos factores de desarrollo territorial.* Valencia: Univercidad de Valenia.

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document:	Pomasqui Jiménez Christian Sergio.pdf (D43283386)
Submitted:	10/30/2018 7:03:00 PM
Submitted By:	christian19861006@gmail.com
Significance:	8 %

Sources included in the report:

tesis-Taty-completo (1).pdf (D23248740)
liz proyecto URKUND.pdf (D37024278)
TATIANA ELIZABETH LANDAZURI.pdf (D23806903)
tesis Fernanda Granda.docx (D19523834)
Luis Anibal Cacuango Cacuango.pdf (D30300645)
TESIS FINAL WENDY GOYES .pdf (D37088741)

Instances where selected sources appear:

41

Ing. Katterine Sonia.

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **POMASQUI JIMENEZ CHRISTIAN SERGIO,** portador de la cédula de identidad Nº 1721945572, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 19 de Noviembre del 2018

28 NOV 2018
Manila B.

Sra. Mariela Balseca
CAJA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
28 NOV 2018
992
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Francisco Salas Ms.
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
DIRECCION DE CARRERA
Electromecánica y Producción

Ing. María Fernanda Burga
DIRECTOR DE CARRERA

BIBLIOTECA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
28 NOV
Cristina Chuquí

Sra. Cristina Chuquí
SECRETARIA ACADÉMICA