



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE ARREGLOS FLORALES CON ROPA DE BEBÉ, UBICADA EN LA CIUDAD
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

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

Autor: Katherine Elizabeth Jami Casa

Tutor: Ing. Henry Cerón

Quito, Octubre 2017



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **JAMI CASA KATHERINE ELIZABETH** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARREGLOS FLORALES CON ROPA DE BEBÉ, UBICADA EN LA CIUDAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

Ing. Henry Cerón
Tutor del Proyecto

Ing. Eduardo Vásquez
Lector del Proyecto



DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Bancaria y Producción
Ing. Fernando Buitrón

Director de Escuela



Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación

DECLARATORIA

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



Katherine Elizabeth Jami Casa

CC 175055841-1

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Katherine Elizabeth Jami Casa** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 175055841-1 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 MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARREGLOS FLORALES CON ROPA DE BEBÉ, UBICADA EN LA CIUDAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017. Con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Katherine Elizabeth Jami Casa

CEDULA

CC 175055841-1

Quito, a los 21 de Octubre del 2017

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a Dios, quien me dio las fuerzas y sabiduría para cumplir mis metas y por las bendiciones recibidas. A mi madre y a mi hermana que han sido el motivo para seguir por apoyarme incondicionalmente.

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado, a mi tutor de tesis Ing. Henry Cerón que tuvo mucha paciencia y supo guiarme y aclarar mis inquietudes.

DEDICATORIA

Dedico primeramente a Dios quien me guio por el camino correcto y hoy lograr las metas que me propuse. A mi madre Ximena Casa quien me dio su apoyo incondicional y ha sido un ejemplo de lucha y perseverancia. A mi hermana Jenifer Arequipa quien ha estado en los momentos indicados dándome ánimos y ser la fuerza y motivo de seguir adelante.

INDICE GENERAL

CARATULA	I
DECLARATORIA.....	II
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	III
AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA	V
INDICE GENERAL	VI
INDICE DE TABLAS	XII
INDICE DE FIGURAS.....	XV
INDICE DE ANEXOS.....	XVII
RESUMEN EJECUTIVO	XVIII
ABSTRACT.....	XX
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN.....	22
1.1 Justificación.....	22
1.2 Antecedentes	23
CAPITULO II ANÁLISIS SITUACIONAL	25
1.2 Ambiente Externo	25
1.2.1 Factor Económico	25
2.1.1.1 Inflación	25
1.2.1.1.1 Inflación ciudad de Quito.....	26
2.1.1.2 Producto Interno Bruto.....	27
2.1.1.3 Tasa de interés.....	27
2.1.1.3.1 Tasa de Interés Activa.....	28
2.1.1.3.2 Tasa Pasiva.....	29
2.1.1.4 Riesgo País	30

2.1.2 Factor social	30
2.1.2.1 Población Económicamente Activa (PEA)	31
2.1.2.2 Desempleo.....	31
2.1.2.3 Canasta Básica	32
2.1.2.4 Sueldo Básico.....	33
2.1.3 Factor Legal.....	34
2.1.3.2 RUC (Requisitos).....	35
2.1.3.3 Patente Municipal	35
2.1.3.4 Permiso de Bomberos	35
2.1.3.5 LUAE.....	35
2.1.4 Factor Tecnológico.....	36
2.2 Entorno Local	36
2.2.1 Clientes.....	36
2.2.1.1 Clientes Interno	36
2.2.1.1 Cliente Externo.....	36
2.2.2 Proveedores	37
2.2.3 Competencia.....	37
2.3 Análisis Interno.....	38
2.3.1. Propuesta Estratégica	38
2.3.1.1 Misión	38
2.3.1.3.1 Objetivo General	38
2.3.1.3.2 Objetivo Específico.....	39
2.3.1.4 Principios y Valores	39
2.3.1.4.1 Principios	39
2.3.1.4.2 Valores	39

2.3.2 Gestión Administrativa	39
2.3.2.1 Organigrama.....	40
2.3.2.2 Manual de Funciones	40
2.3.3 Gestión Operativa.....	41
2.3.3.1 Cadena de valor.....	42
2.3.4 Gestión Comercial.....	42
2.3.4.1 Producto	42
2.3.4.2 Precio	42
2.3.4.3 Plaza	42
2.3.4.4 Promoción	43
2.3.4.4.1 Logotipo.....	43
2.3.4.4.2 Slogan.....	43
2.3.4.4. Diseño Publicitario.....	44
2.4 Análisis Foda.....	45
CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO	48
3.1 Análisis del consumidor.....	48
3.1.2 Determinación de la población y muestra.....	49
3.1.2.1 Población.....	49
3.1.2.1 Muestra.....	49
3.1.2.2 Fórmula de la muestra.....	49
3.1.2.3 Técnicas de obtención de la información.....	50
3.1.2.3.1. La Observación	50
3.1.2.3.2. La Entrevista	50
3.1.2.3.3 La Encuesta	50
3.1.3 Análisis de la información	53

3.1.3.1 Resultado de la encuesta	53
3.2 Oferta	62
3.2.1. Oferta Histórica.....	63
3.2.2. Oferta Actual.....	63
3.2.3. Oferta Proyectada.....	63
3.3 Demanda	64
3.3.1. Demanda Actual.....	64
3.3.3 Demanda Proyectada.....	64
3.4. Balance Oferta-Demanda	65
3.4.1. Balance Actual	65
3.4.2 Balance Proyectado.....	65
CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO	66
4.1 Tamaño del proyecto.....	67
4.1.1. Capacidad instalada.....	67
4.1.2. Capacidad Óptima.....	67
4.2 Localización	68
4.2.1 Macro-localización.....	68
4.2.2. Micro-localización	69
4.2.3 Localización Óptima	70
4.3 Ingeniería del Proyecto	70
4.3.1. Definición de bienes y servicios	70
4.3.2. Distribución de Planta.....	71
4.3.3. Proceso Productivo	74
4.3.4 Maquinaria Y Equipos	77
CAPITULO V ESTUDIO FINANCIERO	78

5.1 Ingresos operacionales	78
5.2 Ingresos no operacionales	78
5.2 Costos	79
5.2.1 Costo Directo	79
5.2.1.2 Mano de Obra Directa (MOD)	80
5.2.2 Costos Indirectos	81
5.2.3 Gastos Administrativos	82
5.2.4 Costo de Ventas	83
5.2.5 Costos Financieros	84
5.2.6 Costos Fijos	84
5.2.7 Costos Variables	84
5.3 Inversiones	84
5.3.1 Inversión Fija	84
5.3.1.1 Activos Fijos	84
5.3.1.2 Activos Nominales (diferidos)	85
5.3.2 Capital de Trabajo	86
5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos	86
5.3.4 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)	87
5.3.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)	88
5.3.6 Estado de Situación Inicial	89
5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)	90
5.3.8 Flujo Caja	92
5.4 Evaluación	93
5.4.1 Tasa de descuento	93
5.4.2 VAN	93

5.4.4 TIR	94
5.4.5 PRI (Período de recuperación de la inversión)	95
5.4.6 RBC (Relación costo beneficio)	96
5.4.6 Punto de equilibrio	96
5.4.7.1 Rendimiento sobre los activos (ROA)	97
5.4.7.2. Rendimiento sobre el patrimonio ROE	98
5.4.7.2 Retorno sobre la Inversión ROI	98
CAPÍTULO VI ANALISIS DE IMPACTOS	99
6.1 Impacto Ambiental.....	99
6.2 Impacto Económico	99
6.3 Impacto Productivo	99
6.4 Impacto Social.....	100
CAPÍTULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	101
7.1 Conclusiones	101
7.2 Recomendaciones.....	101
Anexos	103
Bibliografía	107

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	25
Tabla 2.....	26
Tabla 3.....	27
Tabla 4.....	28
Tabla 5.....	29
Tabla 6.....	30
Tabla 7.....	31
Tabla 8.....	32
Tabla 9.....	33
Tabla 10.....	34
Tabla 11.....	37
Tabla 12.....	46
Tabla 13.....	48
Tabla 14.....	53
Tabla 15.....	54
Tabla 16.....	55
Tabla 17.....	55
Tabla 18.....	56
Tabla 19.....	57
Tabla 20.....	58
Tabla 21.....	58
Tabla 22.....	59
Tabla 23.....	60
Tabla 24.....	61
Tabla 25.....	61
Tabla 26.....	63
Tabla 27.....	63
Tabla 28.....	64
Tabla 29.....	65

Tabla 30.....	65
Tabla 31.....	67
Tabla 32.....	68
Tabla 33.....	68
Tabla 34.....	70
Tabla 35.....	71
Tabla 36.....	72
Tabla 37.....	72
Tabla 38.....	74
Tabla 39.....	77
Tabla 40.....	78
Tabla 41.....	79
Tabla 42.....	80
Tabla 43.....	81
Tabla 44.....	81
Tabla 45.....	82
Tabla 46.....	83
Tabla 47.....	83
Tabla 48.....	85
Tabla 49.....	85
Tabla 50.....	86
Tabla 51.....	87
Tabla 52.....	88
Tabla 53.....	89
Tabla 54.....	90
Tabla 55.....	91
Tabla 56.....	92
Tabla 57.....	93
Tabla 58.....	94
Tabla 59.....	94
Tabla 60.....	95

Tabla 61.....	96
Tabla 62.....	97
Tabla 63.....	97
Tabla 64.....	98
Tabla 65.....	98

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Inflación Anual	26
Figura 2 Inflación De Quito	26
Figura 3 Producto Interno Bruto	27
Figura 4 Tasa Activa	28
Figura 5 Tasa Pasiva	29
Figura 6 Riesgo País	30
Figura 7 Población Económicamente Activa.....	31
Figura 8 Desempleo	32
Figura 9 Canasta Básica.....	33
Figura 10 Sueldo Básico	34
Figura 11 Organigrama	40
Figura 12 Localización Óptima	43
Figura 13 Logotipo	43
Figura 14 Tarjeta de Presentación.....	44
Figura 15 Sobre.....	44
Figura 16 Carpeta.....	44
Figura 17 Hoja Membretada	45
Figura 18 Página de Facebook.....	45
Figura 19 ¿Conoce sobre los arreglos florales con ropa de bebé?	53
Figura 20 ¿Compraría usted un arreglo floral con ropa de bebé?	54
Figura 21 ¿Estaría usted de acuerdo que se incorpore una microempresa dedicada a la comercialización de arreglos florales con ropa de bebé?	55
Figura 22 ¿Qué tipo de obsequio prefiere usted?.....	56
Figura 23 ¿En dónde usted preferiría encontrar este producto?.....	57
figura 24 ¿cuándo usted va a comprar un producto que llama más su atención?	57
Figura 25 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un arreglo floral con ropa de bebé?	58
Figura 26 ¿Cómo le gustaría obtener información sobre los arreglos florales con ropa de bebé que ofrece la microempresa?	59
Figura 27 ¿Qué tamaño de arreglo floral prefiere?	60

Figura 28 ¿Si le ofrecen un arreglo floral con ropa de bebé de calidad a un costo económico lo adquiriera?	61
Figura 29 ¿Está usted de acuerdo con los arreglos florales que ofrece la competencia?	61
Figura 30 ¿con qué frecuencia compraría usted arreglos florales con ropa de bebé?	62
Figura 31 Macro-Localización.....	69
Figura 32 Micro-Localización	69
Figura 33 Matriz Triangular.....	72
Figura 34 Tabulación de la matriz	72
Figura 35 Área de administración.....	73
Figura 36 Área de maketing y ventas.....	73
Figura 37 Área Operativa.....	73
Figura 38 Baños	73
Figura 39 Parqueadero	74
Figura 40 Distribución de la microempresa.....	74
Figura 41 Proceso Productivo	76
Figura 42 Crusograma.....	77
Figura 43 Punto de equilibrio	96

INDICE DE ANEXOS

Anexos 1 Encuesta.....	103
Anexos 2 Ropa De Bebé.....	105
Anexos 3 Rosas.....	105
Anexos 4 Esponja	105
Anexos 5 Caja.....	106
Anexos 6 Arreglo Floral	106
Anexos 7 arreglo Floral Terminado.....	106

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto comprende el estudio de factibilidad para una microempresa que se dedicara a la elaboración y comercialización de arreglos florales con ropa de bebé, tiene como finalidad brindar una idea innovadora y de alta calidad, especializados en el diseño.

Así como el análisis de la organización elaboración del producto, a fin de establecer las estrategias necesarias para comercializar de un arreglo floral con ropa de bebé, definiendo las variables de precio, plaza, presentación y distribución, para su óptima aplicación y analizando los aspectos referentes al mercado y su entorno.

Los arreglos florales empezaron a confeccionarse con flores pequeñas variadas y coloridas, se lo armaban en urnas, además se utilizaban frutas y se los adornaba con cintas. Los arreglos florales llegaron desde Asia a Europa donde comenzaron a incorporar la moda y estilo en crearlos experimentando con nuevas plantas.

La llegada de un bebé a la familia es un gran acontecimiento, las prioridades cambian y se origina una avalancha de sentimientos, alegría e ilusión y que mejor que regalar un arreglo floral al nuevo integrante de la familia.

El objetivo es ser una microempresa reconocida dentro del sector, al ofrecer un producto nuevo en el mercado, con valores que hacen únicos al producto brindando innovación, calidad y diseño en cada arreglo.

A futuro la microempresa desea distribuir los arreglos florales con ropa de bebé en tamaño pequeño, mediano y grande para un mejor control dentro de la microempresa, además se planea abrir plazas dentro de la ciudad de Quito y de ser posible a nivel nacional para que el producto sea más reconocido en el país, y así ayudar a que extranjeros que visiten el país observen que con las flores Ecuatorianas se realizan diversas cosas hecho con manos Ecuatorianas.

ABSTRACT

The present project includes the feasibility study for a microenterprise that will be dedicated to the elaboration and commercialization of flower arrangements with baby clothes. Its purpose is to provide an innovative and high quality idea, specialized in design.

As well as the analysis of the organization of the product, in order to establish the strategies necessary to market a floral arrangement with baby clothes, defining the variables of price, place, presentation and distribution, for their optimal application and analyzing the aspects related to the market and its environment.

The goal is to be a recognized microenterprise within the sector, offering a new product in the market, with values that make the product unique, providing innovation, quality and design in each arrangement.

The floral arrangements began to be made with small varied and colorful flowers, were put into urns, also used fruits and decorated with ribbons. The floral arrangements arrived from Asia to Europe where they began to incorporate the fashion and style in creating them experimenting with new plants.

The arrival of a baby to the family is a great event, the priorities change and an avalanche of feelings, joy and illusion originates and that rather than giving a flower arrangement to the new member of the family.

In the future the microenterprise wants to distribute the floral arrangements with baby clothes in small, medium and big size for a better control within the microenterprise, in addition plans are planned to open squares within the city of Quito and if possible at national level so that the product is more recognized in the country, and thus help foreigners who visit the country to observe that with Ecuadorian flowers are made various things done with Ecuadorian hands.

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se basa en la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de arreglos florales realizados con de ropa bebé, con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores brindando productos de calidad.

El estudio de factibilidad conoce de manera directa los aspectos de comercialización de este producto, describiendo la problemática que impulso esta investigación e incluyendo las justificaciones y los objetivos trazados para el desarrollo del mismo, sustentada en las debidas fuentes teóricas, a través de la conceptualizando de los aspectos más relevantes del estudio, así como el análisis de la organización elaboradora del producto, a fin de establecer las estrategias necesarias para comercializar un arreglo floral con ropa de bebé, definiendo las variables de precio, plaza, presentación y distribución, para su óptima aplicación y analizando los aspectos referentes al mercado, su entorno y sus elementos. Así como la oferta de productos con mayor demanda que compiten de manera directa.

1.1 Justificación

La presente investigación se basado en un estudio de factibilidad que permita la orientación para la toma de decisión en la puesta en marcha de una micro-empresa que elabore y comercialice arreglos florales realizados con complementos de bebe, mostrando los niveles de inversión, identificando las fuentes de financiamiento.

El presente proyecto tiene como finalidad brindar una idea innovadora, los arreglos serán una perfecta imitación de arreglos florales, pero el material principal será la ropa de bebé, podrán ser utilizados como centros de mesa para baby shower.

La innovación, diseño y creatividad es necesario para establecer diferentes maneras de atracción dirigidas a mujeres embarazadas, Las flores son sinónimo de creatividad y armonía que genera un estado positivo.

1.2 Antecedentes

Antiguamente la costumbre de dar regalos apareció en varios pueblos griegos y romanos, era costumbre entregar monedas como símbolo de riqueza, existían otras ocasiones para dar regalos como el aniversario del nacimiento o cumpleaños; donde se regalaban a los niños sortijas, amuletos y ramilletes de flores. Tenían una fuerte pasión por las flores, pero no usaban floreros o macetas más bien las hacían guirnaldas o coronas con flores de su preferencia.

Los arreglos florales empezaron a confeccionarse con flores pequeñas variadas y coloridas, se lo armaban en urnas, además se utilizaban frutas y se los adornaba con cintas. Los arreglos florales llegaron desde hacía a Europa donde comenzaron a incorporar la moda y estilo en crearlos experimentando con nuevas plantas.

Según Parker (2007), determino que:

Regalar ha sido durante mucho tiempo tema de estudios acerca de la conducta humana, y participan en ellos psicólogos, antropólogos, economistas y comerciantes. Ellos descubrieron que dar regalos es una parte

sorprendentemente compleja e importante de la interacción humana que ayuda a definir las relaciones y fortalece los lazos con la familia y amigos. (Pág.3)

“La ropa de bebés, es uno de los regalos que más habitualmente se entregan. Es cierto que todo niño requiere de abundante cantidad de ropa, pero al elegir los equipos para regalar, existen una serie de detalles a tener presentes”. (Sin autor, 2011)

Otra buena idea es, en caso de querer comprar ropa de recién nacido, hacerlo unos meses antes de que el bebé nazca. Para ello, se deberá pensar en el color, ya que si no se sabe con seguridad el sexo, se deberá apuntar a un tono neutro.

La llegada de un bebé a la familia es un gran acontecimiento, las prioridades cambian y se origina una avalancha de sentimientos, alegría e ilusión y que mejor que regalar un arreglo floral al nuevo integrante de la familia.

CAPITULO II 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”.

(Salgado, 2007, pág. 15)

1.2 AMBIENTE EXTERNO

“El ambiente externo está formado por un conjunto de fuerzas y condiciones que existen fuera de la organización y que potencialmente influyen en su desempeño”. (Hitt, 2006, pág. 77).

1.2.1 Factor Económico

“Condiciones económicas tasa de interés, inflación, cambio en el ingreso disponible oscilaciones de la bolsa de valores y el estado general del ciclo comercial son algunos de los factores gerenciales de la organización”. (Robbins, 2005, pág. 66).

2.1.1.1 Inflación

“La inflación es el aumento generalizado y continuo de los precios de los bienes y servicios de una economía”. (Legna, 2010, pág. 137).

Tabla 1
Inflación Anual

Años	Porcentaje
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,05%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

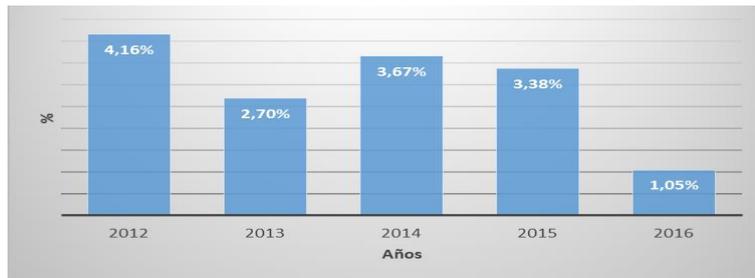


Figura 1 Inflación Anual

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Para el 2016 la inflación cerró con un 1,05% mientras que para el 2015 se colocó en un rango de 3,38% aparentemente nos da a notar una oportunidad para el proyecto ya que demuestra una estabilidad en los precios.

1.2.1.1.1 Inflación ciudad de Quito

Tabla 2

Inflación de Quito

Años	Porcentaje
2012	0,26%
2013	-0,07%
2014	0,37%
2015	0,91%
2016	0,27%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

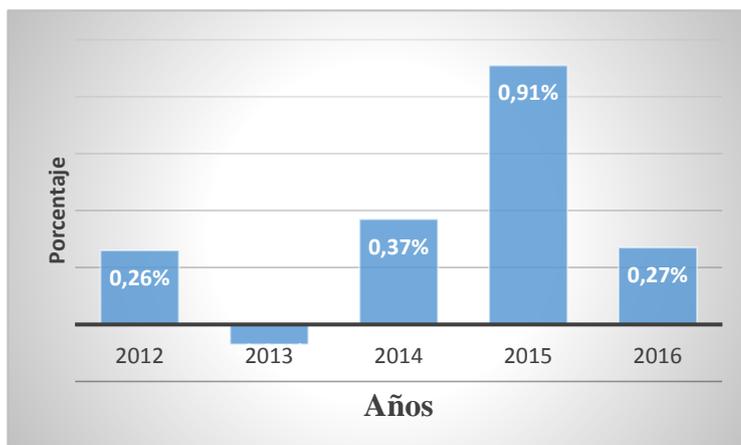


Figura 2 Inflación de Quito

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

2.1.1.2 Producto Interno Bruto

“Se define como el valor de la producción anual de bienes y servicios finales a precios de mercado, producidos por los factores de la producción dentro de las fronteras de un país, con independencia de su nacionalidad”. (Soto, 2004, pág. 120).

Tabla 3
Producto Interno Bruto

Años	Porcentaje
2012	5,10%
2013	4,50%
2014	4,05%
2015	3,70%
2016	-1,70%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Katherine Jami

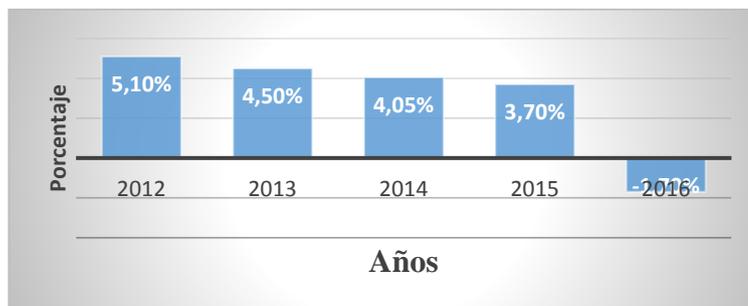


Figura 3 Producto Interno Bruto
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

El PIB es una amenaza, esto por la caída del precio del petróleo lo que significa una disminución en la actividad económica del país o región ya que es el desarrollo de bienes y crecimiento ya que su objetivo es generar mayor actividad económica.

2.1.1.3 Tasa de interés

“Se determina por la oferta y la demanda de dinero en el mercado monetario de cada país”. (Parkin, 2004, pág. 693).

2.1.1.3.1 Tasa de Interés Activa

Según Hernández (2006), Establece que:

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del BANCO CENTRAL, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca. (Pag.322)

Tabla 4
Tasa Activa

Años	Porcentaje
2012	11,20%
2013	11,19%
2014	10,28%
2015	11,15%
2016	11,53%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

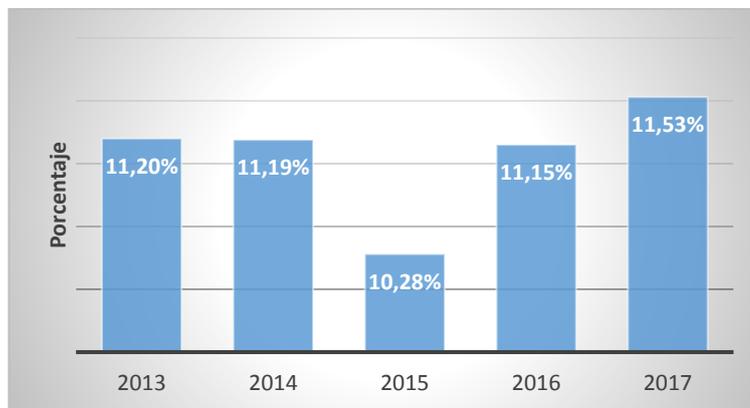


Figura 4 Tasa Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Se considera una amenaza ya que varía dependiendo la tasa de interés, observando el grafico en el año 2016 fue de 11,15% mientras que en el año 2015 es de 10,28% esto quiere decir que la tasa de interés aumento, por lo que los bancos dan créditos con un interés mayor por la crisis del país.

2.1.1.3.2 Tasa Pasiva

“Tasa pasiva de interés es la que representa el rendimiento que el intermediario paga a los propietarios del capital o fondos que se están prestando”. (Ortiz O. , 2001, pág. 127).

Tabla 5
Tasa Pasiva

Años	Porcentaje
2012	4,53%
2013	4,53%
2014	5,18%
2015	5,14%
2016	5,12%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

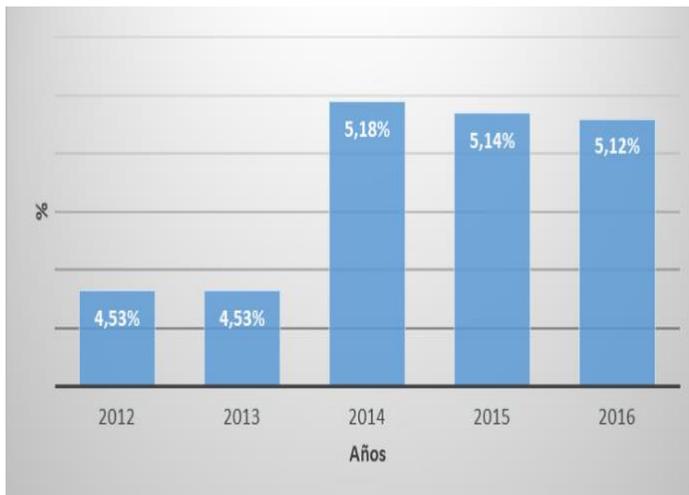


Figura 5 Tasa Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

La tasa de interés pasiva del año 2015 se colocó en un 5,14% y en el año 2016 en un 5,12% lo que refleja menos dinero depositado en instituciones financieras.

2.1.1.4 Riesgo País

“El riesgo país es una medida del riesgo de un Estado para conseguir divisas que le permita hacer frente a sus deudas contraídas con residentes o no residentes en moneda extranjera”. (Gómez, 2002, pág. 103).

Tabla 6
Riesgo País

Años	Puntos
2012	826
2013	532
2014	883
2015	1259
2016	662

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

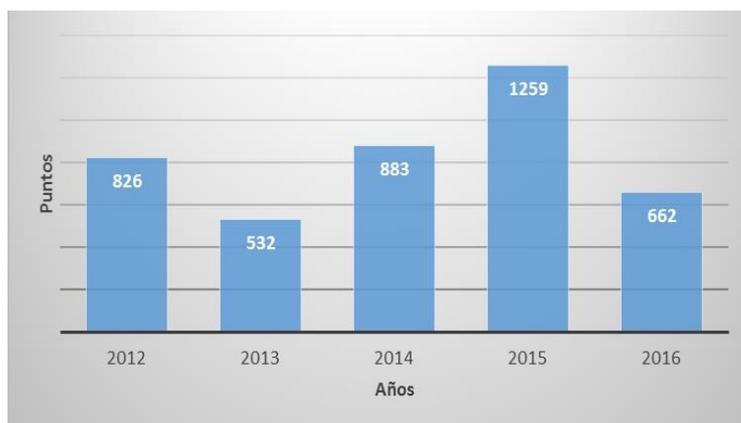


Figura 6 Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Según datos obtenidos del BANCO CENTRAL DEL ECUADOR se puede observar que existió variación en el año 2016 y 2015 lo que representa una amenaza ya que tener un porcentaje elevado los extranjeros no invierte en el país.

2.1.2 Factor social

“Los factores socio-económicos son las experiencias sociales y económicas y las realidades que te ayudan a moldear la personalidad, las actitudes y la forma de

vida. También pueden estar definidos por las regiones y los vecindarios". (Chase, 2015)

2.1.2.1 Población Económicamente Activa (PEA)

“La población económicamente activa comprende a las personas de 12 años y más de edad, que producen bienes o servicios”. (Sánchez M. , 2005, pág. 37).

Tabla 7
Población Económicamente Activa

Años	Personas	Porcentaje
2012	6870842	19%
2013	6999745	19,35%
2014	6967747	19,26%
2015	7498528	20,73%
2016	7831981	21,65%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Katherine Jami

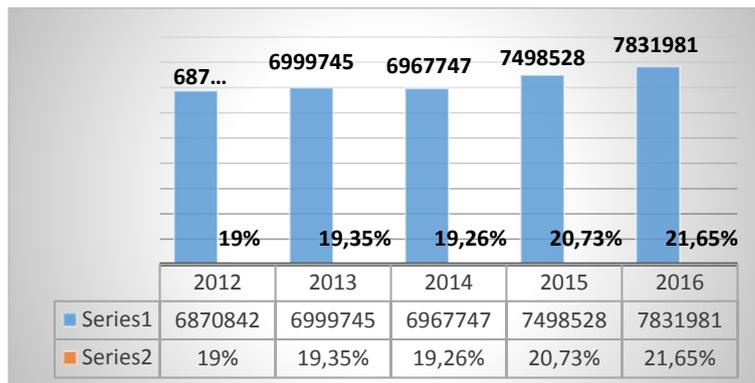


Figura 7 Población Económicamente Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Observando el grafico podemos ver que el año 2015 fue de 20,73% y en el año 2016 es de 21,65% lo que es una oportunidad por ser posibles clientes.

2.1.2.2 Desempleo

“La tasa de desempleo es el porcentaje de personas a las que les gustaría trabajar pero no tienen empleo. Las oficinas estadísticas nacionales calculan periódicamente

esta cifra basándose en una encuesta realizada a miles de hogares”. (Mankiw, 2009, pág. 437).

Tabla 8
Desempleo

Años	Porcentaje
2012	4,10%
2013	3,90%
2014	4,70%
2015	4,80%
2016	5,30%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

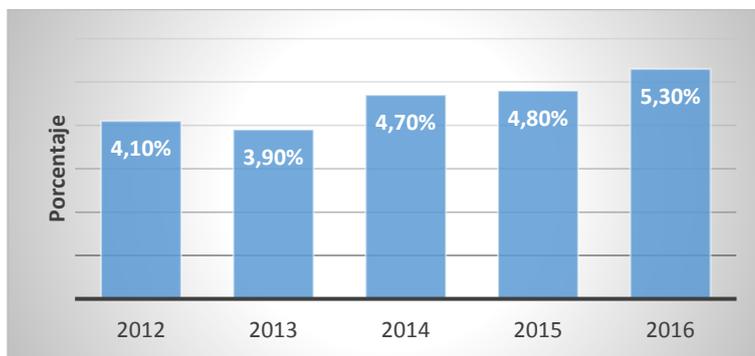


Figura 8 Desempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

El indicador del desempleo es una amenaza ya que en el año 2016 fue de 5,30% por lo que por lo que posibles clientes no adquieran nuestro producto.

2.1.2.3 Canasta Básica

La Canasta Básica es un conjunto de alimentos que fueron seleccionados de acuerdo a su aporte calórico y a su frecuencia de consumo; expresados en cantidades que permiten satisfacer, por lo menos, las necesidades de calorías de un individuo promedio de una población de referencia. Es un indicador cuyo objetivo inicial de su elaboración, es para la medición de la pobreza

mediante la aplicación del método de Línea de Pobreza. (Instituto de Estadística y Censos, 2015, pág. 2)

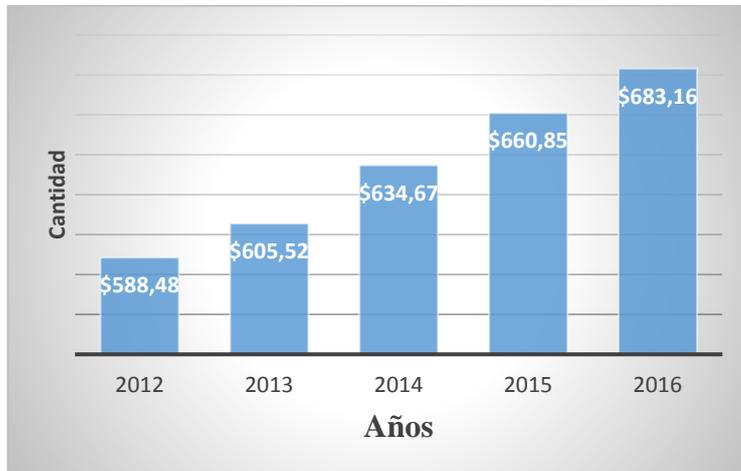


Figura 9 Canasta Básica

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

Tabla 9

Canasta Básica

Años	Cantidad
2012	588,48
2013	605,52
2014	634,67
2015	660,85
2016	683,16

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

En este indicador podemos observar que el artículo no es un producto de primera necesidad lo cual no nos afecta.

2.1.2.4 Sueldo Básico

“El salario se puede definir como la compensación obtenida por la prestación de un esfuerzo o la realización de una tarea, por cuenta y bajo dependencia ajena.”

(Tocto, 2010, pág. 1).

Tabla 10
Sueldo Básico

Años	Cantidad
2012	\$ 292,00
2013	\$ 318,00
2014	\$ 340,00
2015	\$ 354,00
2016	\$ 366,00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami



Figura 10 Sueldo Básico

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Este factor en el transcurso de los 5 años ha ido incrementando, lo que significa una oportunidad ya que tienen más ingresos y pueden adquirir nuestro producto.

2.1.3 Factor Legal

Reyes (2013) Establece que:

El factor legal para todo negocio u actividad económica es trascendental ya que visualiza el correcto cumplimiento de las normas establecidas en la constitución y permite establecer los lineamientos de trabajo y más aún tener la plena confianza de invertir y estar protegido y amparado por la seguridad jurídica que debe brindar un gobierno.(Pág.41)

2.1.3.2 RUC (Requisitos)

- ❖ Original y copia de la cédula de identidad o pasaporte
- ❖ Certificado de votación último proceso electoral
- ❖ Copia de domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo. (Servicio de Rentas Internas, 2016)

2.1.3.3 Patente Municipal

- ❖ Formulario de inscripción en el registro de patentes municipales.
- ❖ Original y copia de cédula de ciudadanía del contribuyente.
- ❖ Original y copia legible del RUC actualizado (Forosecuador.ec , 2016)

2.1.3.4 Permiso de Bomberos

- ❖ Solicitud de inspección del local;
- ❖ Informe favorable de la inspección;
- ❖ Copia del RUC
- ❖ Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados) (Alcaldía de Distrito Metropolitano de Quito, 2016).

2.1.3.5 LUAE

- ❖ Formulario único de solicitud de LUAE
- ❖ Copia de RUC
- ❖ Copia de Cédula de Identidad o Ciudadanía del Representante Legal
- ❖ Copia de Papeleta de Votación del representante legal de las últimas elecciones.
- ❖ Copia del nombramiento del representante legal
- ❖ Calificación Artesanal de la Junta Nacional de la Defensa de Artesanos o MIPRO.
- ❖ En caso de ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar rótulo.

- ❖ En caso de propiedad horizontal: Autorización de la Asamblea de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
- ❖ En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de la fachada del local.
- ❖ En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo. (Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito, 2016)

2.1.4 Factor Tecnológico

“El entorno tecnológico busca identificar las tendencias de innovación tecnológica en los procesos de producción y apoyo a la administración y el grado de adopción que de ella hagan los competidores”. (Chaín, 2007, pág. 22).

2.2 ENTORNO LOCAL

Un entorno local contiene, por último, procesos de aprendizaje colectivo que le permitan responder a los cambios del entorno a través de la movilidad del trabajo en el mercado local, los intercambios de tecnologías de producto, procesos, organización y comercialización (Vázquez, 2013, pág. 86).

2.2.1 Clientes

“Es cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a solicitar y utilizar los servicios brindados por una empresa o persona que ofrece dichos servicios”. (Sin Autor, 2013, pág. 12).

2.2.1.1 Clientes Interno

“El cliente Interno ha producido profundos cambios en cuanto a las relaciones inter-departamentales y todo lo relacionado con el concepto de servicio”. (Londoño, 2004, pág. 313).

2.2.1.1 Cliente Externo

“Son las personas o empresas que compran el producto o servicio. En este sentido, toda la compañía es una sola unidad que debe esforzarse al máximo para satisfacer a sus clientes externos”. (Krajewki, 2000, pág. 217).

2.2.2 Proveedores

Según Vega (2014), señalo que:

Proveedor es la persona que surte a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad. Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

Tabla 11
Proveedores

	Dirección	Producto
Distribuidora valentina	La magdalena	Flores
	El pintado	Ropa de bebé
Muebles rosita	La Ajaví	Suministros de oficina
Muebles rosita	La Ajaví	Muebles y enseres

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Los proveedores es una parte importante para poner en marcha el negocio y adquirir productos para la producción por lo que es una oportunidad.

2.2.3 Competencia

“Son aquellos conjuntos de empresas que ofrecen productos iguales y comercializan los mismos que una determinada empresa”. (Aries, 2010).

2.3 ANALISIS INTERNO

“Consiste en el estudio o análisis de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de un proyecto o empresa, con el fin de evaluar los recursos con que cuenta una empresa para, de ese modo, conocer su situación y capacidades”.
(Sin autor, 2012).

2.3.1. Propuesta Estratégica

Ser una empresa que ofrece productos de calidad innovadores y al no tener competencia directa da a establecer propuestas nuevas en el mercado.

- ❖ Ofrecer diseños innovadores.
- ❖ La combinación de 2 detalles que impactan a la mujer como es las flores y la ropa de bebé para el nuevo miembro de la familia.
- ❖ Implementar promociones que incentive la fidelidad del cliente.

2.3.1.1 Misión

- ❖ Ser una empresa que ofrece a sus clientes productos innovadores y de alta calidad, especializados en el diseño de arreglos florales con ropa de bebé, con flores que transmitan los mejores sentimientos.

2.3.1.2 Visión

- ❖ En el 2022 ser una empresa reconocida por el diseño y decoración de los arreglos, teniendo como objetivo la satisfacción de los clientes.

2.3.1.3 Objetivos

2.3.1.3.1 Objetivo General

El objetivo es ser una microempresa reconocida dentro del sector, al ofrecer un producto nuevo en el mercado, con valores que hacen únicos al producto brindando innovación, calidad y diseño en cada arreglo.

2.3.1.3.2 Objetivo Especifico

- ❖ Brindar Productos de calidad.
- ❖ Lograr posicionamiento en el mercado.
- ❖ Determinar la estructura Organizacional que cuenta la microempresa.

2.3.1.4 Principios y Valores

2.3.1.4.1 Principios

- ❖ **Cuidado con el medio ambiente**
- ❖ **Trabajo en Equipo:** Los empleados podrán opinar y dar soluciones a problemas q se presente en la empresa.
- ❖ **Satisfacción al cliente:** Darse a conocer por los servicios de calidad y variedad que ofreceremos a nuestros clientes.

2.3.1.4.2 Valores

- ❖ **Respeto:** Ser justo y valorar los derechos de nuestros semejantes y de uno mismo.
- ❖ **Puntualidad:** Define nuestra personalidad por lo que debemos cumplir con las obligaciones en el tiempo acordado.
- ❖ **Honestidad:** Demostrar transparencia para cumplir con las tareas designadas.
- ❖ **Respeto:** Implementar una conducta justa.

2.3.2 Gestión Administrativa

“La gestión Administrativa se desarrolla en una empresa de restauración. En una primera parte se tratan las cuestiones relativas a la gestión empresarial, desde la planificación, la gestión de stocks y costes hasta finalizar con el control de presupuestos”. (Díaz, 2014, pág. 9).

2.3.2.1 Organigrama

“El organigrama representa la estructura de una organización; estructura significa la disposición u orden de los órganos o cargos que componen una empresa”.

(Hernández , 2007, pág. 87)

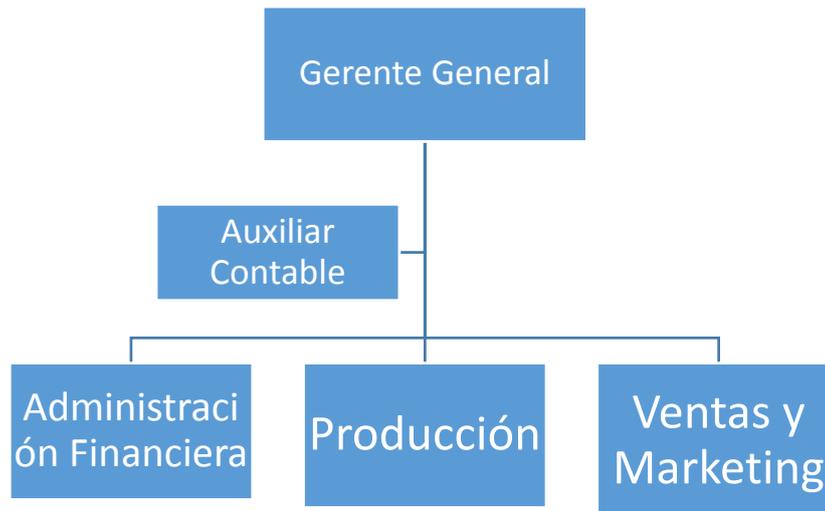


Figura 11 Organigrama

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Katherine Jami

2.3.2.2 Manual de Funciones

El Gerente General en la microempresa es el propietario de la misma se encargara de planear, dirigir y controlar las actividades administrativas, financieras y operativas el cual tendrá un sueldo de \$380,00.

2.3.2.2.1 Auxiliar Contable

La auxiliar contable llevara el registro y control de los libros contables de la microempresa de acuerdo a lo establecido con las leyes y políticas que rigen, así como recibir la documentación contable que sirva de soporte a las operaciones y transacciones de la entidad.

2.3.2.2.2 Administrador Financiero

El administrador Financiero es responsable en la maximización del patrimonio, el cual tendrá un sueldo básico unificado.

2.3.2.2.3 Vendedor y Marketing

El vendedor es el encargado que pone a disposición del comprador productos para su consumo a cambio de un valor establecido por la microempresa.

2.3.2.2.5 Operario

El operario es el encargado de elaborar los arreglos florales y de elaborar diseños exclusivos para los clientes, el cual tendrá un sueldo básico unificado.

Éste hará un seguimiento de la producción y de su progreso, asegurando de que todo esté funcionando sin problemas y eficientemente. Ellos tomarán los datos y mantendrán registros de la velocidad, la eficiencia y los resultados de la producción. Con esta información, sugerirán cambios que puedan mejorar el proceso.

2.3.3 Gestión Operativa

Según Sánchez (2011), Señalo que:

Esta técnica para la Gestión Operativa de Proyectos consiste en desarrollar gráficamente el desarrollo de la gestión para la ejecución de un proyecto o actividad. Con la utilización de esta técnica se tiene de una forma resumida todos y cada uno de los pasos que es necesario dar para llevar a cabo la ejecución de los programas y proyectos que se insertan en el Plan Estratégico; el reparto de tareas, la temporalización de cada acción, la distribución de los recursos (Pág.2).

2.3.3.1 Cadena de valor



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Katherine Jami

2.3.4 Gestión Comercial

“Función comercial comprende las actividades relacionadas con la venta de los productos que fabrica o comercializa, tales como el estudio de mercado, distribución del producto, publicidad, promociones” (Escudero, 2011, pág. 2).

2.3.4.1 Producto

“El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos”. (Bonta, 2005)

2.3.4.2 Precio

“Es el valor que se le aplica a un bien o servicio por la utilidad percibida por el usuario y el esfuerzo que tiene que hacer, en términos de dinero, para adquirirlo. (Pérez, 2006, pág. 4)

2.3.4.3 Plaza

La plaza son los puntos de venta, en las que intervienen los canales de distribución y tiempos de entrega.

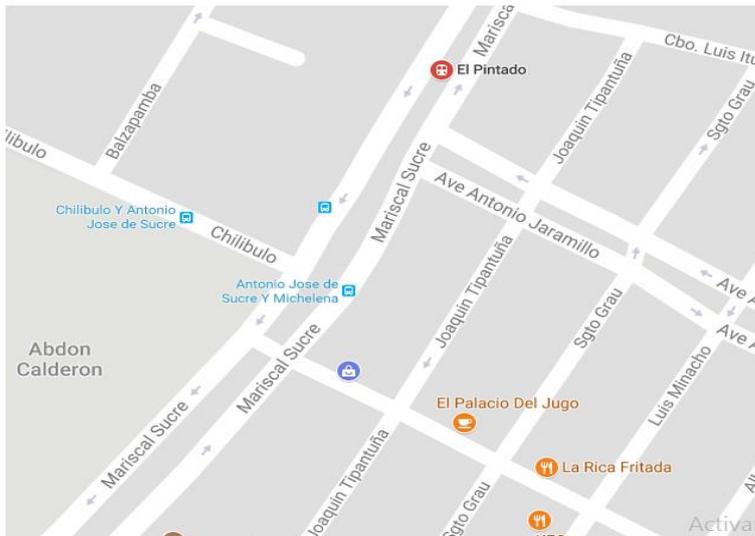


Figura 12 Localización Óptima

Fuente: Google maps

Elaborado por: Katherine Jami

La empresa estará ubicada en las calles Av. Mariscal Sucre y Michelena.

2.3.4.4 Promoción

“La promoción es un Plan Integral de Marketing, dado que su preparación implica tomar decisiones sobre todos los aspectos de la mezcla de mercadeo”.

(Alfaro, 2017, pág. 2)

2.3.4.4.1 Logotipo



Figura 13 Logotipo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Katherine Jami

2.3.4.4.2 Slogan

“REGALA SENTIMIENTOS AL NUEVO SER”

2.3.4.4. Diseño Publicitario

Anverso



Reverso



Figura 14 Tarjeta de presentación

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Katherine Jami



Figura 15 Sobre

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Katherine Jami

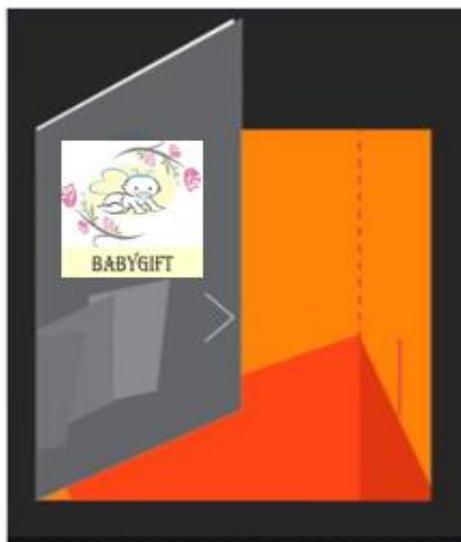


Figura 16 Carpeta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Katherine Jami

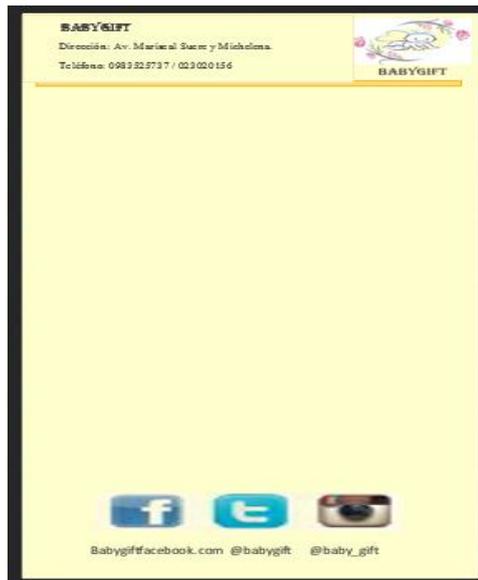


Figura 17 Hoja Membretada
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Katherine Jami



Figura 18 Página de Facebook
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Katherine Jami

2.4 ANÁLISIS FODA

“La técnica FODA se orienta principalmente al análisis y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las Fortalezas y Debilidades de la organización, así como las Oportunidades y Amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo.” (García T. &., 2013, pág. 89)

Tabla 12
Matriz FODA

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
Ser un producto nuevo en el mercado		Mayor demanda	
Innovación, calidad y diseño		Celebraciones especiales	
La variedad en los productos		Alto índice de natalidad	
La buena atención		Contar con materiales necesarios para realizar el producto	
DEBILIDADES		AMENAZAS	
No ser un producto reconocido		Nuevos competidores en el mercado con productos similares	
Falta de experiencia		El clima	
No poder almacenarlos por mucho tiempo, ya que las flores se deteriorarían		Situación de crisis que atraviesa el País	
No satisfacer las expectativas del cliente		Al no ser un producto de primera necesidad, es opcional adquirirlo.	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Katherine Jami

Análisis F.O.

- ❖ Al ser un producto nuevo en el mercado nos representa una fortaleza porque existiría una mayor demanda.
- ❖ La innovación, la calidad y el diseño hará que el posible cliente adquiera el arreglo para una ocasión especial.

- ❖ El alto índice de natalidad en el país ayudara para que la microempresa tenga variedad en los productos a ofrecer al cliente.
- ❖ Contar con los materiales necesarios ayudara a brindar una buena atención y satisfacer a los clientes.

Análisis D.A.

- ❖ Los competidores con productos similares representa una amenaza ya que al no ser un producto conocido no podrían adquirirlo.
- ❖ La falta de experiencia afectaría a la microempresa, ya que el clima cambia constantemente.
- ❖ La crisis del país afecta a la microempresa ya que por no ser un producto de primera necesidad no podrían comprarlo y como son elaborados con flores se deteriorarían y sería una perdida

CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Análisis del consumidor

Ser consumidores implican que formamos una parte importante de la estructura económica, domestica e internacional. Nuestras decisiones afectan la demanda de materias primas, accesorios, componentes, maquinaria, equipo y servicios que pueden llevar a las organizaciones al éxito o al fracaso.

(Cárdenas, 2016, pág. 2)

3.1.1 Segmentación del mercado

“Se define como el procedimiento de dividir un mercado en distintos subconjuntos de consumidores que tienen necesidades o características comunes, y de seleccionar uno o varios segmentos para llegar a ellos mediante una mezcla de maketing específica”. (Schiffman, 2005, pág. 50)

Tabla 13
Tamaño del Universo

Universo	Nro.
Provincia: Pichincha	1.984.667
Ciudad: Quito	2644145
Parroquia: Chilibulo	48729

Fuente: INEC

Elaborado por: Katherine Jami

3.1.2 Determinación de la población y muestra

3.1.2.1 Población

“Se designa con este término a cualquier conjunto de elementos que tienen unas características comunes. Cada uno de los elementos que integran tal conjunto recibe el nombre de individuo.” (Martel, 2010, pág. 95)

3.1.2.1 Muestra

“La muestra es un subconjunto de individuos pertenecientes a una población. Y representativos de la misma.” (Martel, 2010, pág. 95).

Nomenclatura

n = Tamaño de la muestra.

N= Población o universo.

P= Posibilidad de éxito (50%)

Q= Posibilidad de fracaso (50%)

E2= Margen de error (5%)

Z2= Nivel de confianza (1.95)²

3.1.2.2 Fórmula de la muestra

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

$$n = \frac{(48729) \cdot (0.50) \cdot (0.50) \cdot (1.95)^2}{(48729 - 1) \cdot (0.50) + (0.50) \cdot (0.50) \cdot (1.95)^2}$$

n= 380

3.1.2.3 Técnicas de obtención de la información

“La dimensión de las técnicas de recolección de información confronta al investigador a un proceso de toma de decisiones para optar por aquellas técnicas que sean más apropiadas a los fines de investigación”. (Yuni, 2006, pág. 27)

3.1.2.3.1. La Observación

“La observación es una técnica de investigación que permite evaluar y mejorar el nivel de servicio que ofrecen las empresas a sus clientes comparando el ofreciendo en la realidad con objetivos que se proponen y con los niveles de la competencia”. (Fernández, 2004, pág. 89)

3.1.2.3.2. La Entrevista

“Es una conversación entre dos personas, un entrevistador y un informante, dirigida y registrada por el entrevistador con el propósito de favorecer la producción de un discurso conversacional, continuo y con una cierta línea argumental –no fragmentado, segmentado y cerrado por un cuestionario previo del entrevistado sobre un tema definido en el marco de una investigación” (Añón, 2011).

3.1.2.3.3 La Encuesta

“La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas”. (Vidal, 2009, pág. 13)

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ENCUESTA

Buenos (as) días / tardes / noches, agradecemos su colaboración y por prestarnos unos minutos de su tiempo para llenar la siguiente encuesta

Objetivo. - Conocer la aceptación del producto de arreglos florales con ropa de bebé en la ciudad de Quito.

Descripción del producto- Nuestro producto es un arreglo floral elaborado con ropa de bebé, es un regalo espectacular y único perfecto para lucir en un centro de mesa para baby shower, como regalo para llevar al hospital o simplemente como un detalle especial para una nueva mamá.

Instrucción. - Marcar con una X la respuesta acorde a su criterio.

1) ¿Conoce sobre los arreglos Florales con ropa de bebé?

a) Si

b) No

2) ¿Compraría usted un arreglo floral con ropa de bebé?

a) Si

b) No

3) ¿Estaría usted de acuerdo que se incorpore una microempresa dedicada a la comercialización de arreglos florales con ropa de bebé?

a) SI

b) NO

4) ¿Qué tipo de obsequio prefiere usted?

a) Arreglos Frutales

b) Arreglos florales

c) Osos de peluches

5) ¿En dónde usted preferiría encontrar este producto?

- a) Centro comercial
- b) Tiendas
- c) Hospitales

6) ¿Cuándo usted va a comprar un producto que llama más su atención?

- a) La presentación
- b) La calidad
- c) El precio

7) ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un arreglo floral con ropa de bebé?

- a) De 15 a 20 dólar
- b) De 21 a 25 dólares
- c) De 26 a 30 dólares

8) Como le gustaría obtener información sobre los arreglos florales con ropa de bebé que ofrece la microempresa?

- a) Página web
- b) Redes Sociales
- c) Revistas

9) ¿Qué tamaño de arreglo floral prefiere?

- a) Grande
- b) Mediano
- c) Pequeño

10) ¿Si le ofrecen un arreglo floral de calidad a un costo económico lo adquiriera?

- a) Si
- b) No

1) ¿Está usted de acuerdo con los arreglos florales que ofrece la competencia?

- a) Si
- b) NO

12. ¿Con qué frecuencia compraría usted los arreglos florales con ropa de bebé?

- a) Trimestral
- b) Semestral

c) Cuatrimestral

Agradecemos por la atención brindada a la presente encuesta. Está encuesta es netamente con fines académicos, los datos que se requiere a continuación son con la finalidad de validar datos, gracias por su comprensión.

3.1.3 Análisis de la información

3.1.3.1 Resultado de la encuesta

De acuerdo a las encuestas realizadas en Quito se realizó la tabulación de cada una de las preguntas, y determinar los resultados que obtuvimos.

Preguntas

Tabla 14

¿Conoce sobre los arreglos Florales con ropa de bebé?

DETALLE FRECUENCIA PORCENTAJE		
SI	94	25%
NO	286	75%
TOTAL	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

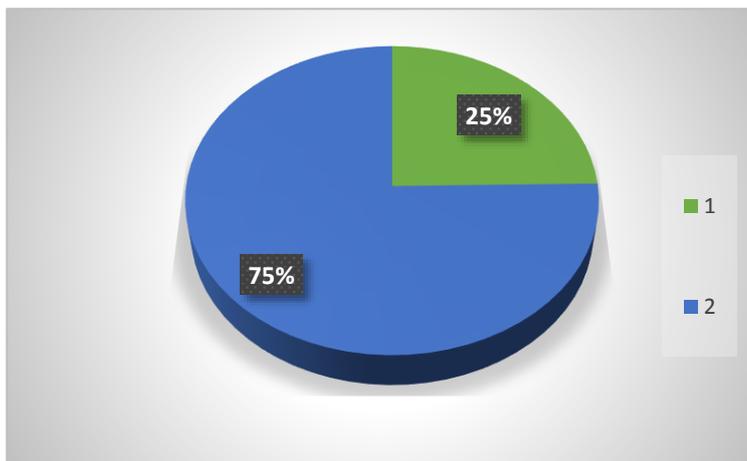


Figura 19 ¿Conoce sobre los arreglos florales con ropa de bebé?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Con respecto a la pregunta que si conoce sobre los arreglos florales hecho con ropa de bebé el 25% contesto que si conocen pero el otro 75% no conocían, esto es por lo que es un producto nuevo en el mercado.

Tabla 15

¿Compraría usted un arreglo floral con ropa de bebé?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	327	92%
NO	27	8%
TOTAL	354	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

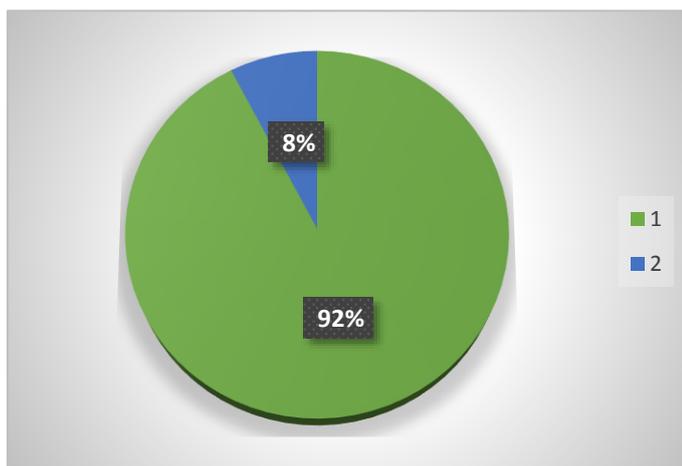


Figura 20 ¿Compraría usted un arreglo floral con ropa de bebé?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis

Con respecto a la pregunta 2 que si ¿Compraría usted un arreglo floral con ropa de bebé? El 8% respondió que NO porque no sabía si sería un buen regalo y el 92% respondió que SI por ser un producto innovador y único en el país.

Tabla 16

¿Estaría usted de acuerdo que se incorpore una microempresa dedicada a la comercialización de arreglos florales con ropa de bebé?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	313	82%
NO	67	18%
TOTAL	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

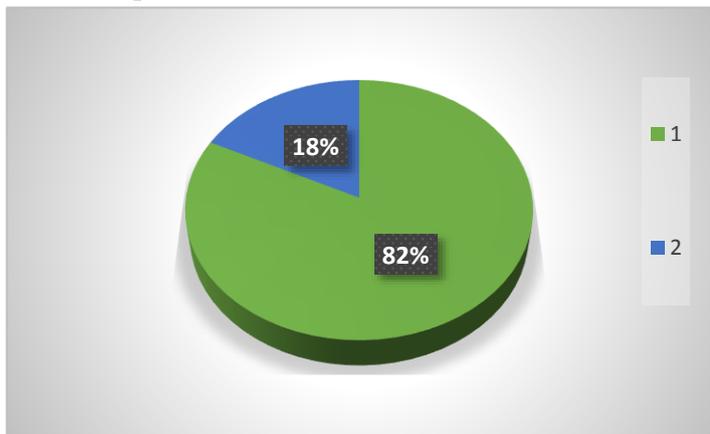


Figura 21 ¿Estaría usted de acuerdo que se incorpore una microempresa dedicada a la comercialización de arreglos florales con ropa de bebé?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

En la pregunta 3 se refería si estaba de acuerdo en que se incorpore una microempresa dedicada a la comercialización de arreglos florales con ropa de bebé el 82 % dijo que si está de acuerdo mientras que el 18% No está de acuerdo.

Tabla 17

¿Qué tipo de obsequio prefiere usted?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Arreglo frutales	97	26%
Arreglo florales	197	52%
Osos de peluche	86	23%
TOTAL	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

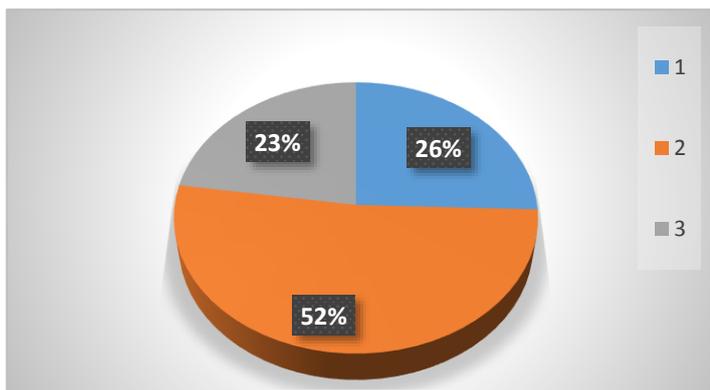


Figura 22 ¿Qué tipo de obsequio prefiere usted?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Observando el gráfico de la pregunta 4 podemos darnos cuenta que más preferencia al momento de adquirir un obsequio es por los arreglos florales lo que es favorable para la microempresa.

Tabla 18

¿En dónde usted preferiría encontrar este producto?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centro comercial	187	49%
Hospitales	132	35%
Tiendas	61	16%
TOTAL	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

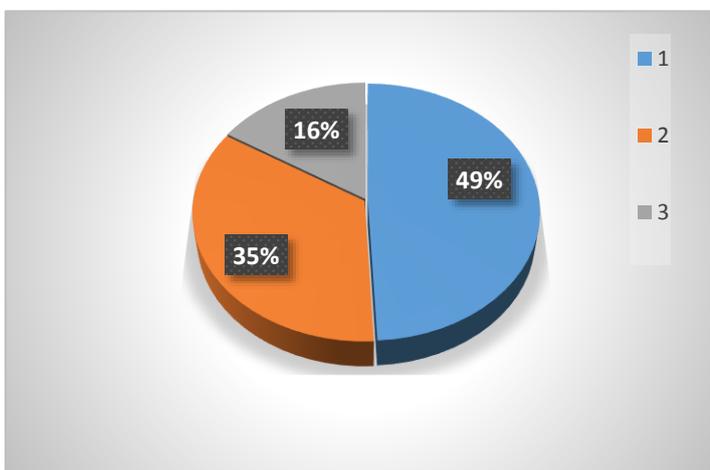


Figura 23 ¿En dónde usted preferiría encontrar este producto?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Con respecto a que en donde preferiría encontrar el producto un 49% prefirió en centros comerciales, seguido de un 35% en hospitales y el menor porcentaje en tiendas con un 16%.

Tabla 19

¿Cuándo usted va a comprar un producto que llama más su atención?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Presentación	89	23%
Calidad	194	51%
Precio	97	26%
TOTAL	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

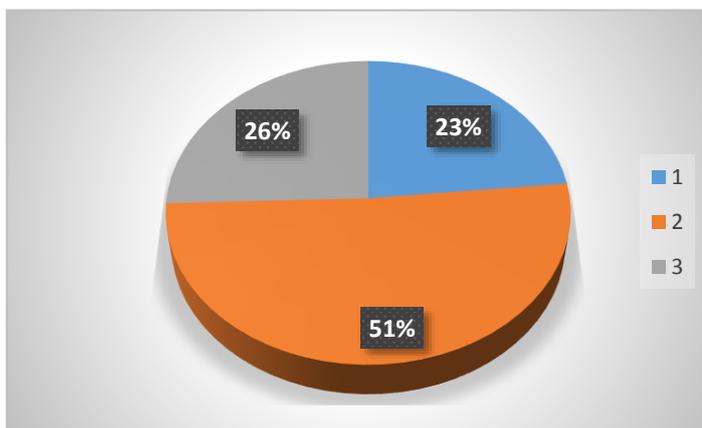


Figura 24 ¿Cuándo usted va a comprar un producto que llama más su atención?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

En el gráfico 6 sobre la pregunta de cuándo se compra que llama la atención con un mayor porcentaje de 51% es la calidad del producto seguido del precio con un 26% ya que prefieren comprar un producto de calidad a un precio económico.

Tabla 20

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un arreglo floral con ropa de bebé?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$15 a \$20	112	29%
\$21 a \$25	175	46%
\$26 a \$30	93	24%
TOTAL	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

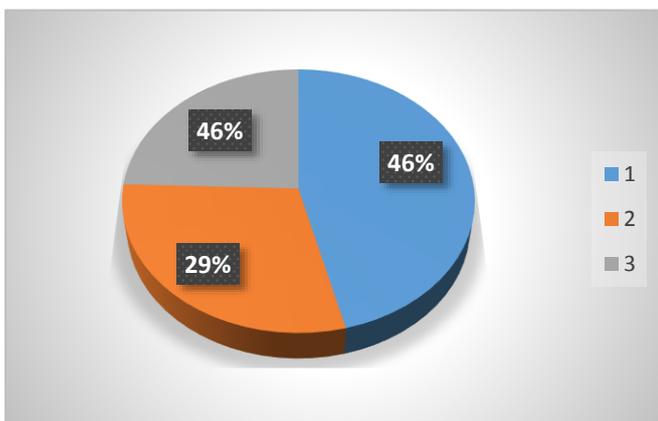


Figura 25 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un arreglo floral con ropa de bebé?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Con respecto a la pregunta se determinó que el 46% pagara entre \$21,00 a \$25,00 seguido del 29% que pagara de \$15 a \$20 y con un porcentaje de 24% de \$26 a \$30.

Tabla 21

¿Cómo le gustaría obtener información sobre los arreglos florales con ropa de bebé que ofrece microempresa?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Página web	76	20%

Redes Sociales	287	76%
Revistas	17	4%
TOTAL	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

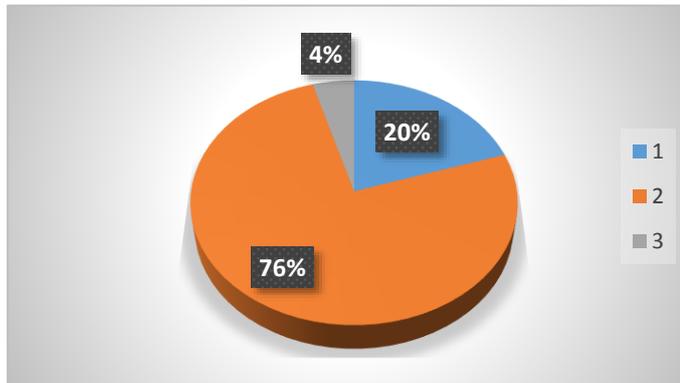


Figura 26 ¿Cómo le gustaría obtener información sobre los arreglos florales con ropa de bebé que ofrece la microempresa?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

En la pregunta 8 con respecto a que por que medio le gustaría conocer el producto el 76% respondió que por medio de las redes sociales ya que hoy en día la tecnología la tenemos a la mano y es más fácil conocer sobre productos que salen al mercado

Tabla 22

¿Qué tamaño de arreglo floral prefiere?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Grande	131	35%
Mediano	165	43%
Pequeño	84	22%
TOTAL	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

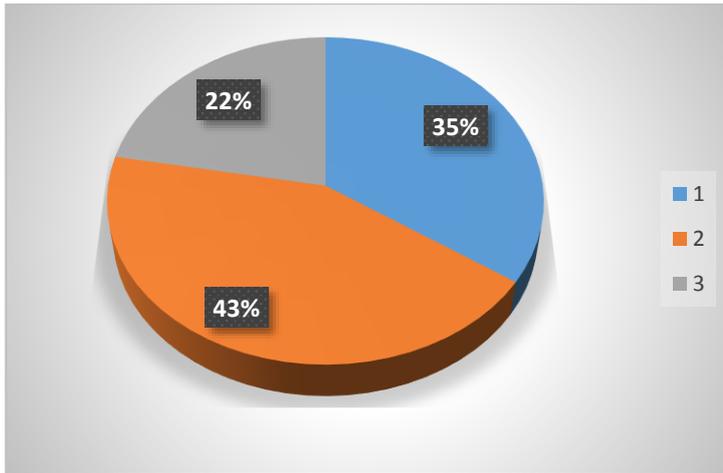


Figura 27 ¿Qué tamaño de arreglo floral prefiere?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Con respecto a la pregunta 9 de que a qué tamaño de arreglo floral con ropa de bebe prefiere con un 43% a un arreglo mediano seguido de un con 35% que prefieren un arreglo grande.

Tabla 23

¿Si le ofrecen un arreglo floral de calidad a un costo económico lo adquiriera?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	346	91%
NO	34	9%
TOTAL	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

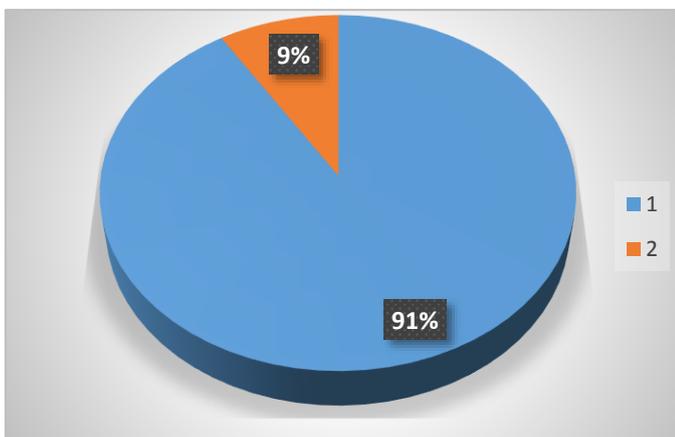


Figura 28 ¿Si le ofrecen un arreglo floral con ropa de bebé de calidad a un costo económico lo adquiriría?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Con respecto a la pregunta 10 de que si le ofrecen un arreglo floral con ropa de bebé de calidad adquiriría un 91% respondió que Si por ser un producto innovador.

Tabla 24

¿Está usted de acuerdo con los arreglos florales que ofrece la competencia?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	228	60%
NO	152	40%
TOTAL	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

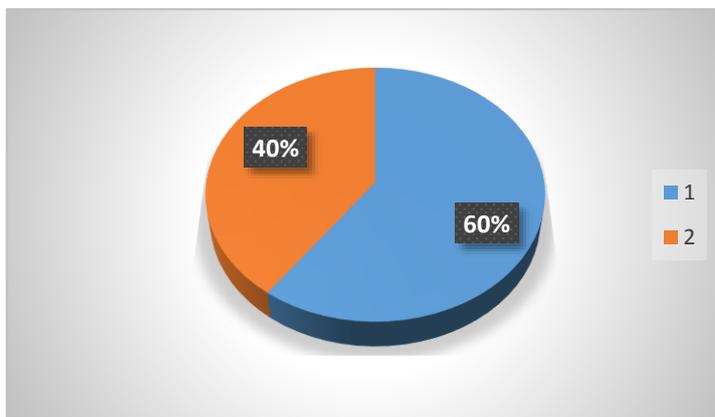


Figura 29 ¿Está usted de acuerdo con los arreglos florales que ofrece la competencia?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Con respecto a la pregunta 11 si está de acuerdo con los arreglos florales que ofrece la competencia un 60% respondió que SI ya que tiene florerías de preferencia.

Tabla 25

¿Con qué frecuencia compraría usted arreglos florales con ropa de bebé?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trimestral	139	37%
Semestral	152	40%
Cuatrimestral	89	23%
TOTAL	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

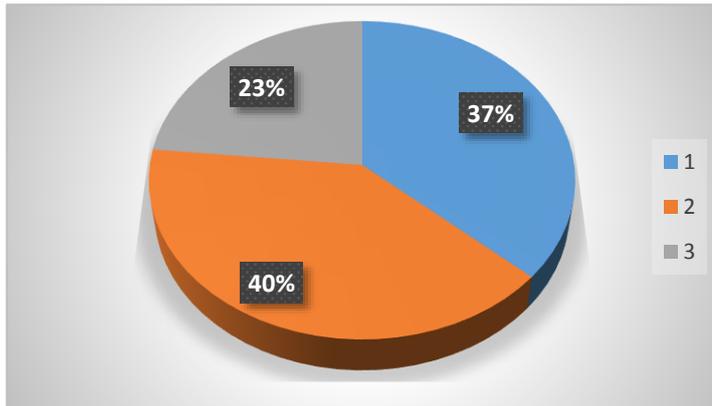


Figura 30 ¿Con qué frecuencia compararía usted arreglos florales con ropa de bebé?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Con respecto a la pregunta 12 que se refiere a que con qué frecuencia compraría un arreglo floral con ropa de bebé con un 40% es semestralmente y con un 37% es trimestralmente.

3.2 Oferta

“Cantidades de un bien o servicio que la gente está dispuesta a vender a diferentes precios, cuando otros factores distintos del precio se mantienen constantes”. (Keat, 2004, pág. 103).

3.2.1. Oferta Histórica

En el proyecto no existe una oferta histórica, ya que es un producto nuevo en el mercado, y se procede a determinar la oferta actual.

3.2.2. Oferta Actual

“La oferta es la cantidad del bien o servicio provista en el área de influencia. Para su estimación se deben considerar aspectos tales como: Capacidad de la infraestructura existente, Equipos y personal capacitado disponible, Cumplimiento de normas de calidad del servicio”. (Sin autor, Apuntes, evaluación de proyectos, 2010)

Tabla 26
Oferta Actual

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	% ACEPTACION	OFERTA ACTUAL
2017	4.411.338,91	0,40	1.764.535,56

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

3.2.3. Oferta Proyectada

“Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección. El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes”. (Mailxmail, 2012)

Tabla 27
Oferta Proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	% ACEPTACION	OFERTA PROYECTADA
2017	4.411.338,91	0,40	1.764.535,56
2018	1.764.535,56	0,40	705.814,23

2019	705.814,23	0,40	282.325,69
2020	282.325,69	0,40	112.930,28
2021	112.930,28	0,40	45.172,11
2022	45.172,11	0,40	18.068,84

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

3.3 Demanda

“Es como el volumen total que sería adquirido de dicho producto por un grupo de componentes determinado, en un periodo de tiempo fijado y a partir de unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinados.” (Casado & Sellers, 2010, pág. 102)

3.3.1. Demanda Actual

“Determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir, en la medición de la demanda actual esta las unidades físicas, los valores monetarios y los términos de partición de mercado”. (Carreño, 2014)

Tabla 28
Demanda Actual

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	4.411.338,91	1.764.535,56	2.646.803,35

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

3.3.3 Demanda Proyectada

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2017	4.411.338,91	1,000	4.411.338,91
2018	4.411.338,91	1,030	4.543.679,08
2019	4.543.679,08	1,030	4.679.989,45
2020	4.679.989,45	1,030	4.820.389,14
2021	4.820.389,14	1,030	4.965.000,81

2022	4.965.000,81	1,030	5.113.950,83
------	--------------	-------	--------------

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

3.4. Balance Oferta-Demanda

Permite conocer si existe un déficit que debe ser cubierto por el proyecto o si este déficit puede ser cubierto progresivamente sin recurrir al proyecto, la magnitud de la cobertura del déficit ya depende de los recursos que posea la entidad ejecutora o de su programación anual de inversiones, no necesariamente se debe cubrir el déficit ya que ello depende de las estrategias de cobertura con los grupos de usuarios. (Sin autor, 2007)

3.4.1. Balance Actual

3.4.2 Balance Proyectado

Tabla 29

Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	4.411.338,91	1.764.535,56	2.646.803,35

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

Tabla 30

Balance Proyectado

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	4.411.338,91	1.764.535,56	2.646.803,35
2018	4.543.679,08	705.814,23	3.837.864,85
2019	4.679.989,45	282.325,69	4.397.663,76
2020	4.820.389,14	112.930,28	4.707.458,86
2021	4.965.000,81	45.172,11	4.919.828,70
2022	5.113.950,83	18.068,84	5.095.881,99

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Katherine Jami

CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO

“Se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero, es decir, calcula los costos, inversión y beneficios derivados de los aspectos técnicos del proyecto.” (Castillo, 2007, pág. 95)

4.1 Tamaño del proyecto

“El tamaño del proyecto depende de la magnitud, la naturaleza y el tipo de proyecto que este formulando, pues cada proyecto tiene características particulares que, al final, limitaran su tamaño”. (Rosales, 2007, pág. 117)

4.1.1. Capacidad instalada

“Se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que se puede suministrarse”. (Mejía C. , 2013, pág. 1).

Tabla 31
Capacidad Instalada

Meses	Cantidad	Minutos
Enero	120	90
Febrero	120	90
Marzo	120	90
Abril	120	90
Mayo	120	90
Junio	120	90
Julio	120	90
Agosto	120	90
Septiembre	120	90
Octubre	120	90
Noviembre	120	90
Diciembre	120	90
Total	1440	

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Por cada día se elabora 5 arreglos florales por los 6 días de la semana de lunes a sábados y todo esto por las 4 semanas de un mes nos da 120 y multiplicado por los 12 meses del año nos da un valor de 1440 arreglos florales con ropa de bebé al años ($5*6*4=120*12= 1440$).

4.1.2. Capacidad Óptima

Es el espacio físico, con el que la empresa va a contar para el desarrollo del producto.

Tabla 32
Capacidad Óptima

Áreas	Dimensión	Total
Área de administración	6m2*4m2	24m2
Área de Marketing y Ventas	8m2*6m2	48m2
Área Operativa	8m2*8m2	64m2
Baños	4m2*3,5m2	12,25m2
Parqueadero	10m2*5m2	50m2
Total		200m2

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

4.2 Localización

“Es un condicionante del tamaño, en especial en cuanto tiene que ver con el costo de transporte de materia prima, la disponibilidad de servicios y la mano de obra.” (Pezo, 2005, pág. 80)

4.2.1 Macro-localización

” Se selecciona el aérea general (país, estado) en que se ubicara el proyecto, a través del análisis de sus condiciones generales tanto de infraestructura, económicas, su población, e indicadores y características económicas y sociales más importantes”. (Valbuena, 2000, pág. 257)

Tabla 33
Macro-Localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Sector	Sur del Distrito Metropolitano de Quito
Parroquia	Chilibulo

Dirección Av. Mariscal Sucre y Michelena

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami



Figura 31 Macro-localización

Fuente: Google maps

Elaborado por: Katherine Jami

4.2.2. Micro-localización

“Define la ubicación precisa que tendrá el proyecto, en ella identificaremos claramente el lugar, medidas del terreno, domicilio, vías de acceso, etc.”

(Valbuena, 2000, pág. 257).



Figura 32 Micro-localización

Fuente: Google maps

Elaborado por: Katherine Jami

4.2.3 Localización Óptima

La localización óptima es donde exactamente será establecida la microempresa, es en la Av. Mariscal Sucre y Michelena sector el Pintado.

Tabla 34
Localización óptima

Factores Relevantes	Ponderación	El Pintado		La Magdalena		La Mascota	
		Cal.	Pond.	cal.	Pond.	cal.	Pond.
Cercanía con el cliente	0,25	8	2	7	1,75	6	1,5
Cercanía con el Proveedor	0,20	5	1	5	1	4	0,8
Mano de Obra	0,25	8	2	7	1,75	6	1,5
Servicios Básicos	0,15	9	1,35	8	1,2	8	1,2
Servicios de Transporte	0,15	9	1,35	8	1,2	8	1,2
	1		7,7		6,9		6,2

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

La localización óptima se realiza en 3 sectores de comparación, considerando los factores más relevantes como la cercanía a los clientes, la cercanía con proveedores, la mano de obra siendo el más óptimo el Pintado con un 7,7.

4.3 Ingeniería del Proyecto

Es resolver toda la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Vázquez, 2013)

4.3.1. Definición de bienes y servicios

“Un servicio es la realización de una actividad por parte de un prestador (de servicios). A diferencia de un bien, los servicios son intangibles”. (Sin autor, 2017).

4.3.1.2. Bienes y Servicios

Son mercancías u objetos y pueden clasificarse de varias maneras. Vamos a enumerar algunas de las posibles clasificaciones de los bienes en mercancías u objetos y pueden clasificarse de varias maneras. Vamos a enumerar algunas de las posibles clasificaciones de los bienes la mayoría de los autores normalmente mencionarán muchas otras. (Sin autor, 2017)

4.3.2. Distribución de Planta

“Consiste en la ordenación física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso de productivo de la empresa, en la distribución del área, en la determinación de las figuras, formas relativas y ubicación de los distintos departamentos”. (García, 2005)

Tabla 35
Capacidad Instalada del Proyecto

Áreas	Dimensión	Total
Área de administración	6m2*4m2	24m2
Área de Marketing y Ventas	8m2*6m2	48m2
Área Operativa	8m2*8m2	64m2
Baños	4m2*3,5m2	12,25m2
Parqueadero	10m2*5m2	50m2
Total		200m2

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Tabla 36

Razones de Cercanía

RAZONES DE CERCANIA

- A Absolutamente necesario que este cerca
- E Especialmente necesario que este cerca
- I Importante que este cerca
- O Cercanía Ordinaria
- U Cercanía Indiferente
- X Cercanía Indeseable

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Tabla 37

Código de Cercanía

CÓDIGO DE CERCANIA

- 1 Por Control
- 2 Por Proceso
- 3 Por Conveniencia
- 4 Higiene
- 5 Seguridad

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

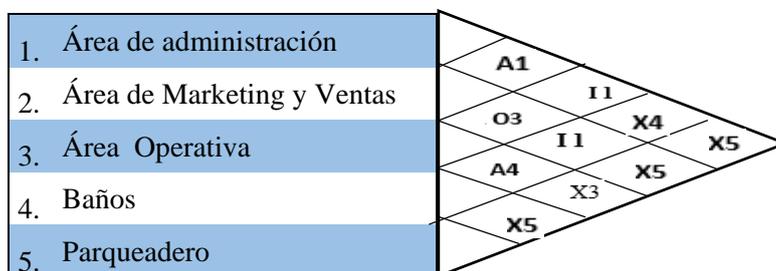


Figura 33 Matriz Triangular

Fuente: Estudio Técnico

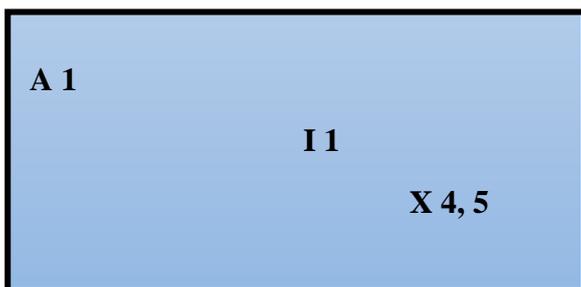
Elaborado por: Katherine Jami

A		E
	I	
O		U
	X	

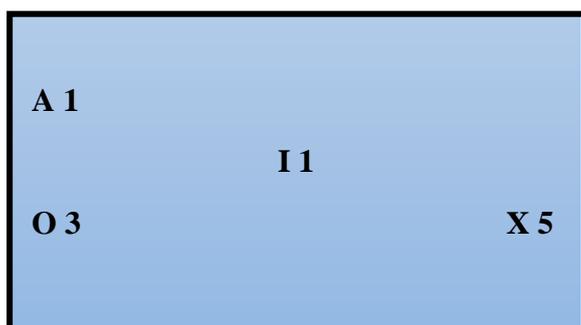
Figura 34 Tabulación de la matriz

Fuente: Estudio Técnico

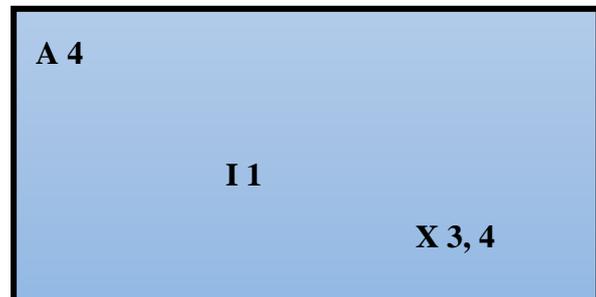
Elaborado por: Katherine Jami



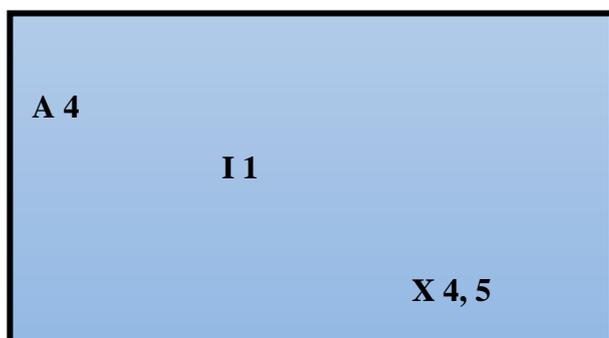
Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Katherine Jami



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Katherine Jami



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Katherine Jami



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Katherine Jami

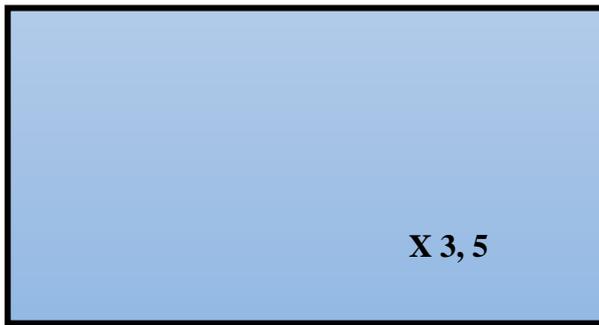


Figura 39 Parqueadero

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

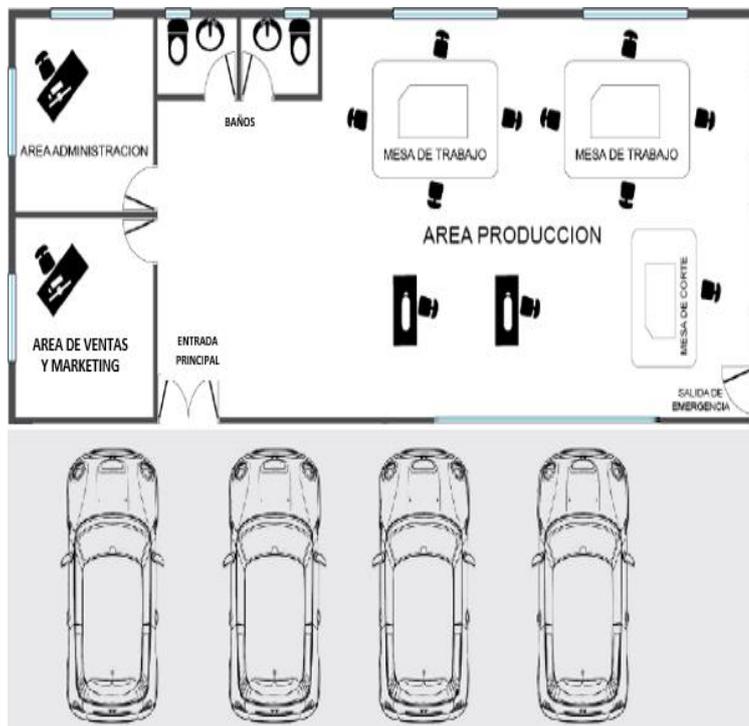


Figura 40 Distribución de la microempresa

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

4.3.3. Proceso Productivo

Tabla 38

Simbología ANSI

SIMBOLO	REPRESENTACIÓN
---------	----------------



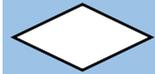
Inicio o termino. Indica el principio o el fin del Flujo, puede ser acción o lugar, además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.



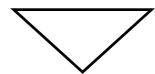
Actividad. Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.



Documento. Representa un documento en general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.



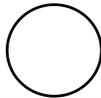
Decisión o alternativa. Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar entre dos o más alternativas.



Archivo. Indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.



Conector de página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.



Conector. Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

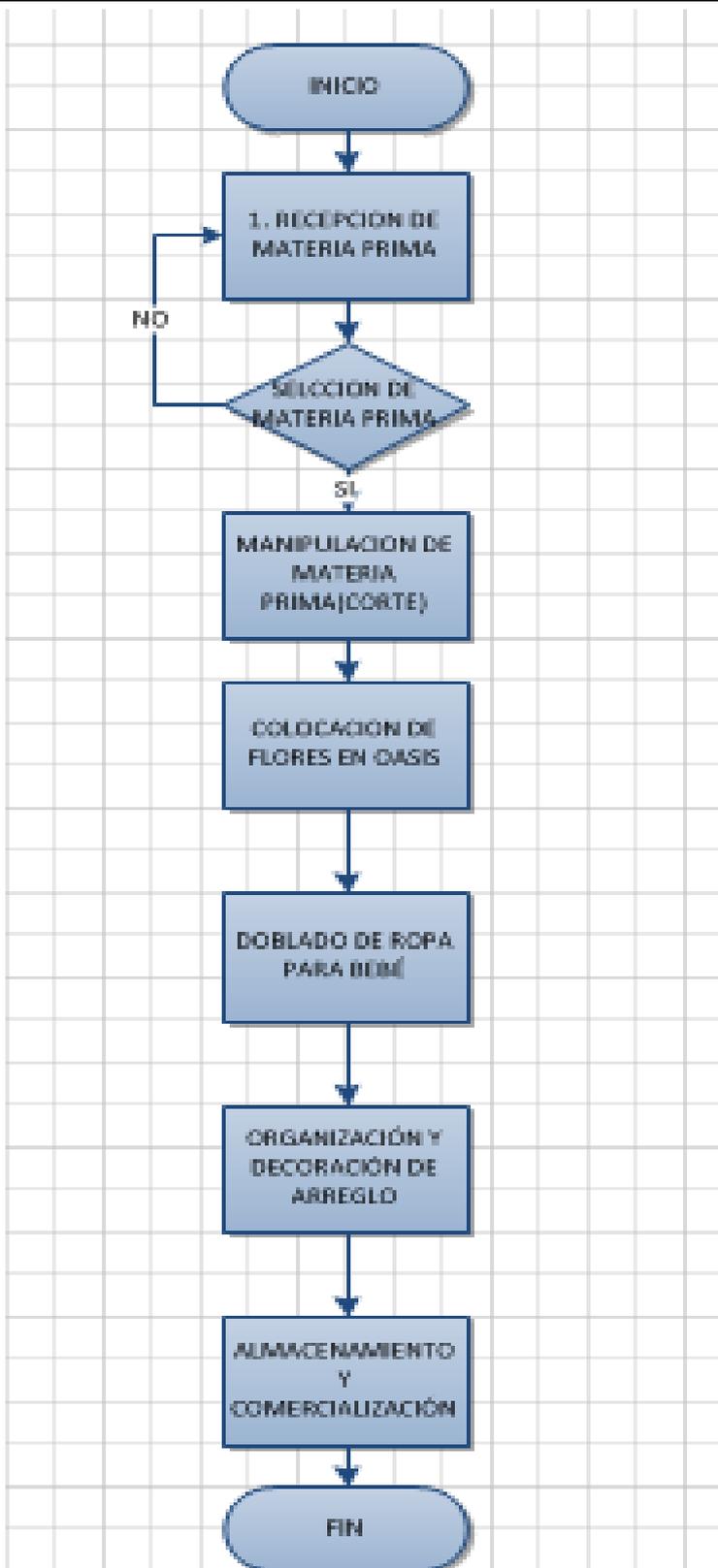


Figura 41 Proceso Productivo

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Microempresa:							Procedimiento								
N°	□	□	◇	▽	□	○	Descripción	□	□	◇	▽	□	○	Tiempo	
														TIEMPO	
1	●						Inicio	1							0
2		●					Recepción de materia Prima		1						20
3			●				Selección de materia Prima			1					30
4		●					Manipulación de materia Prima		1						10
5		●					Colocación Oasis		1						30
6		●					Doblado de ropa de bebé		1						15
7		●					Organización y decoración		1						30
8		●					Almacenamiento y comercialización		1						20
9	●						Fin	1							0
TOTAL								2	6	0	1	0	0	0	155

Figura 42 Crusograma

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

4.3.4 Maquinaria Y Equipos

“Se clasificarán en este rubro todos los activos fijos que representen el equipamiento básico para la producción y el transporte”. (Irrázabal, 2010, pág. 65)

Tabla 39

Maquinaria y Equipo

Detalle	cantidad	unidades	V/U	valor total
Tijeras de floristería	4	unidad	8,00	32,00
Podadora	4	unidad	14,00	56,00
corta alambre	3	unidad	12,00	36,00
cuchillos	3	unidad	5,00	15,00
TOTAL				139,00
Muebles y enseres				
Mesa de Producción	2	unidades	130,00	260,00
Estanterías Metálicas	3	unidades	100,00	300,00
Silla	1	unidades	150,00	150,00
TOTAL				710,00
Equipos de Oficina				
Teléfonos	1	Unidades	45,00	45,00
teléfonos celulares	1	Unidades	200,00	200,00
Calculadora	1	Unidades	18,00	18,00
TOTAL				263,00
Equipo de computo				
computador de escritorio	1	unidades	650,00	650,00
Impresora Multifunción	1	unidades	300,00	300,00
TOTAL				950,00
TOTAL ACTIVOS				2.062,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

CAPITULO V ESTUDIO FINANCIERO

“Estudia las diferentes cuentas que conforman los balances y estados financieros de diversas dependencias, revisando y analizando la información, a fin de determinar la correcta procedencia de los movimientos efectuados y levantar informes correspondientes”. (Córdoba, Análisis Financiero, 2014, pág. 43)

5.1 Ingresos operacionales

“Ingresos Operacionales, son aquellos que están directamente asociados a la razón de ser del negocio. Se originan por el objetivo social para el que fue creada la empresa”. (Guzmán, 2005, pág. 111)

5.2 Ingresos no operacionales

“Ingresos no Operacionales, son aquellos que no están relacionados con el objeto social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero no están relacionadas con la razón de ser de la misma”. (Guzmán, 2005, pág. 112)

Tabla 40
Calculo de los ingresos operacionales

Ingresos operacionales	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5			
	Productos	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso
Arreglo Floral con ropa de bebé	1440	30	43.200,00	1460	30,32	44259,90	1481	30,63	45367,93	1502	30,95	46494,35	1523	31,28	47639,42	
TOTALES	1440	30	43200,00	1460	30,32	44259,90	1481	30,63	45367,93	1502	30,95	46494,35	1523	31,28	47639,42	

DATOS	
Crecimiento	1,42
Inflación	1,05

Productos totales 1440

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARREGLOS FLORALES CON ROPA DE BEBÉ, UBICADA EN LA CIUDAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

Análisis:

Para determinar los ingresos operacionales se calculó la mano de obra, materia prima y los costos indirectos de fabricación con el 1,10% de inflación y el 1,42% del crecimiento poblacional para la proyección de los 5 años, para cubrir los gastos y los costos que tiene la microempresa, al año se realizará 1440 arreglos florales con ropa de bebé a un valor de 30 dólares lo que da en el primer año un ingreso de \$43200.

5.2 COSTOS

“Los costos representan cargos asociados clara y directamente con la adquisición o la producción de los bienes o la prestación de los servicios, de los cuales un ente económico obtendrá sus ingresos”. (Rojas, 2014, pág. 1)

5.2.1 Costo Directo

“Se entiende por costos directos, a todos los costos que se vinculen directamente con el proyecto y la realización de la obra en estudio, sin estos costos no podrá haber obra”. (Macchia, 2007, pág. 136)

Tabla 41
Costo Directo

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima	728,33	8.740,00
Materiales Directos	54,67	656,00
Mano de obra Directa	375,00	4.500,00
Total		13.896,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Para calcular los costos directos del proyecto se debe tomar la materia prima que en un valor mensual es de \$ 728,33 y anualmente es de \$ 8740,00 y está consta

de la ropa de bebé y las rosas, los materiales directos que al año es de \$ 656,00 y la mano de obra directa que al año es de \$4500,000 en donde contamos con un operario que al mes es su remuneración un sueldo básico de \$375,00.

5.2.1.1 Materia Prima Directa

“Es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final”. (Gonzalez, 2013)

Tabla 42
Materia Prima

Detalle	Cantidad	Unidades	V/U	valor total
Ropa de Bebé	1440	conjuntos	6,00	8.640,00
Rosas	100	docenas	1,00	100,00
TOTAL				8.740,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Para la microempresa en almacenamiento existirá la materia prima que es la ropa de bebé, mientras las rosas se comprara de manera semanal ya que por sé un producto que no se puede dejar en stock porque se deteriora al primer año tendremos un gasto de \$8740,00.

5.2.1.2 Mano de Obra Directa (MOD)

“Es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto. Los costos de mano de obra pueden dividirse en mano de obra directa y mano de obra indirecta”. (Duarte, 2010)

Tabla 43

Mano de Obra Directa

Detalle	Descripción	Cantidad	valor mensual	valor total
Salario	Operario	1	375,00	375,00
Total				375,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

En la mano de obra directa contaremos con un operario ya que por ser una microempresa que cuenta con un solo producto de arreglos florales con la ropa de bebé y por ser un producto más que se elabora al instante y manualmente no se requiere de más operarios.

5.2.2 Costos Indirectos

“Son aquellos comunes a muchos artículos y por tanto no son directamente asociables a ningún artículo o área. Usualmente, los costos indirectos se cargan a los artículos o áreas con base en técnicas de asignación (Gutiérrez, 2007, pág. 11)”.

“Comprenden los bienes naturales, semielaborados o elaborados de carácter complementario, así como servicios personales, públicos y generales y otros insumos indispensables para la terminación adecuada del producto final”. (Solis, 2014)

Tabla 44

Costos Indirectos

Detalle	Valor mensual	valor anual
Servicios Básicos	75,25	903,00
Útiles de aseo	1,92	23,00
Útiles de oficina	2,44	29,25
Depreciación de Maquinaria		13,90
Total		969,15

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

En los costos indirectos intervienen los todos los gastos durante todo el periodo que requiere el proyectos entre los servicios básicos, los útiles de aseo, de oficina y las depreciaciones.

5.2.3 Gastos Administrativos

“Esta sección comprende los gastos relacionados con todas las demás actividades del negocio más complejo además de las actividades de fábrica y de venta”. (Brock, 1987, pág. 337)

Tabla 45
Gasto Administrativo

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldos	375,00	4.500,00
Prestaciones Sociales	154,93	1.859,10
Servicios básicos	14,25	171,00
Útiles de Aseo	1,54	18,50
Útiles de Oficina	21,92	263,00
Arriendo	200,00	2.400,00
Depreciación equipo de computo	-	316,67
Depreciación de Equipo de Oficina	-	59,00
Depreciación muebles y encerados	-	71,00
Depreciación vehículo	-	2.800,00
TOTAL		12.458,27

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Para los gastos administrativos son todos aquellos gastos utilizados en el área administrativa de la empresa como es los sueldos, este consta de un gerente general el mismo que es el propietario y encargado de toda la parte administrativa.

5.2.4 Costo de Ventas

“El costo de ventas es la suma del costo de producción más las existencias iniciales de productos elaborados o terminados y menos las existencias finales de productos terminados”. (Irrarázabal, 2010, pág. 235)

Tabla 46
Costo de Venta

Nomina	CARGO	TOTAL		TOTAL		IESS		DECIMO		FONDOS		TOTAL		TOTAL	
		INGRESOS	IEES	DEDUC	RECIBIR	PATR	PAGAR	SUELDO	CUARTO	RESERVA	VACAC	MENSUAL	ANUAL	PROVIS	ANUAL
Jason															
Toapanta	Vendedor	375,00	35,44	35,44	339,56	45,56	81,00	31,25	31,25	31,24	15,63	529,93	6.359,10	154,93	1.859,10
		375,00	35,44	35,44	339,56	45,56	81,00	31,25	31,25	31,24	15,63	529,93	6.359,10	154,93	1.859,10

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

El costo de venta se calcula del sueldo del vendedor, en el que contamos con un vendedor y el sueldo será de \$375,00 más los beneficios de ley y es un valor al año de \$ 1859,10.

Tabla 47
Publicidad

Detalle	cantidad	unidades	valor unitario	valor total
Tarjetas de presentación	800	unidades	0,08	64,00
Página web	1	unidades	85,00	85,00
Volantes	800	unidades	0,08	64,00
TOTAL				213,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

En la publicidad la microempresa deberá estar en constante desarrollo ya que por ser un producto nuevo debe darse a conocer, y para esto contaremos con tarjetas de presentación, página web y volante, y todo esto suma un valor de \$213,00.

5.2.5 Costos Financieros

Los costos financieros no son más que los intereses que se pagan por la utilización de un préstamo en el proyecto, por tanto para registrar esta clase de costos en el presupuesto primero tenemos que saber si hay pasivo u obligaciones con terceros. (Mejía T. , 2005, pág. 81).

5.2.6 Costos Fijos

“Son independientes, para un cierto rango de actividad, del volumen o nivel de actividad”. (Irrarázabal, 2010, pág. 240)

5.2.7 Costos Variables

“Son aquellos que varían en proporción directa a cambios en el volumen o nivel de actividad”. (Irrarázabal, 2010, pág. 240)

5.3 INVERSIONES

“Las inversiones son valorizadas al costo, menos las provisiones consideradas necesarias cuando su posible valor de realización es inferior”. (Ortiz A. , 2011, pág. 17)

5.3.1 Inversión Fija

“Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un años y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades”. (Bautista, 2011)

5.3.1.1 Activos Fijos

“Los activos fijos son valorizados al costo, que en el caso de activos adquiridos con financiación en moneda extranjera incluye los ajustes anuales por las

diferencias de cambio sobre los saldos originados en la adquisición de los activos pendientes de pago". (Ortiz A. , 2011, pág. 17)

Tabla 48
Activos fijos

	Valor
Maquinaria y Equipo	139,00
Muebles y Enseres	710,00
Equipo de Computo	950,00
Equipo de oficina	263,00
Infraestructura	0,00
Vehículo	14.000,00
TOTAL	16.062,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Los activos fijos comprenden la maquinaria y equipo, los muebles y ensere, el equipo de computación, equipo de oficina, la infraestructura y el vehículo.

5.3.1.2 Activos Nominales (diferidos)

“Los activos diferidos hacen parte de los activos fijos para determinar la eficiencia en el manejo de los recursos”. (Fierro, 2009, pág. 248)

Tabla 49
Activos Nominales

Activos Nominales	Valor
Gastos de Organización	600
Gastos de Instalación	
Capacitación de Personal	
TOTAL	600

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

En los activos nominales contaremos con los gastos de organización que es un valor de \$600,00. El que será utilizado para los trámites de organización.

5.3.2 Capital de Trabajo

“El capital de trabajo como el efectivo que una empresa debe mantener para seguir produciendo, mientras cobra lo vendido. Está compuesta por inversiones en Activos Corrientes que permiten financiar el Ciclo Productivo del negocio”. (Lira, 2016, pág. 33)

Tabla 50
Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Materia Prima Existente	726,67	726,67	726,67
Servicios Básicos	75,25	75,25	75,25
Mano de obra directa	375,00	375,00	375,00
Caja Bancos	2.000,00	2.000,00	2.000,00
TOTAL	3.176,92	3.176,92	3.176,92

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

El capital de trabajo se encuentra la materia prima, los servicios básicos, mano de obra y caja bancos que contara con un valor de \$2000,00 dólares en bancos más la suma de los anteriores será un valor de \$3176,92.

5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

“El estado fuentes y usos se ha convertido en una gran herramienta para el financiero debido a que da luces sobre las empresas rentables y autofinanciadas, al

igual que da información sobre la obtención de los recursos necesarios para el crecimiento de los activos". (Antonio, 2012, pág. 1)

Tabla 51
Fuentes de financiamiento

	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO
INVERSIONES FIJAS	16.062,00	0,00	16.062,00
Maquinaria y Equipo	139,00		139,00
Muebles y Enseres	710,00		710,00
Equipo de Computo	950,00		950,00
Equipo de oficina	263,00		263,00
Infraestructura	0,00	0,00	
Vehículo	14.000,00		14.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	600,00	0,00	600,00
Gastos de Organización	600,00		600,00
Gastos de Instalación	0,00		
Capacitación de Personal	0,00		0,00
CAPITAL DE TRABAJO	3.056,92	2.000,00	1.056,92
Materia Prima Existente	726,67		726,67
Servicios Básicos	75,25		75,25
Mano de obra directa	375,00		375,00
Caja Bancos	2.000,00	2.000,00	
TOTAL	19.838,92	2.000,00	17.838,92
	100%	10%	90%

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

5.3.4 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

“Amortizar es el proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes”. (Córdoba, 2012, pág. 44)

Tabla 52
Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Inversión	100%	5.838,92			
Cap. Propio	10%	2.000,00			
Financiamiento	90%	17.838,92			
Plazo		5	años		
Interés		11%	2,20%		
Pagos		3.806,67	anual		
Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	17.838,92	0,00	0,00	0,00	17.838,92
1	17.838,92	392,46	3.806,67	3.414,22	14.424,70
2	14.424,70	317,34	3.806,67	3.489,33	10.935,37
3	10.935,37	240,58	3.806,67	3.566,09	7.369,28
4	7.369,28	162,12	3.806,67	3.644,55	3.724,73
5	3.724,73	81,94	3.806,67	3.724,73	0,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

En la tabla de amortización la realizamos para un periodo de 5 años el cual dura el proyecto en el que la cuota fija a pagar en los primeros años es de \$3806,67 y mensualmente es de \$317,22. Con un interés del 11%.

5.3.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)

“Se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede

derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez". (Heylin, 2015, pág. 1)

Tabla 53
Depreciaciones

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS							
DESCRIPCION	VALOR	VI D A U T I L	año1	año2	año3	año4	año5
Maquinaria	139,00	10	13,90	13,90	13,90	13,90	13,90
Muebles y Enseres	710,00	10	71,00	71,00	71,00	71,00	71,00
Equipo de oficina	590,00	10	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00
Equipo de Computación	950,00	3	316,67	316,67	316,67	-	-
Vehículo	14.000,00	5	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00
TOTAL			3.260,57	3.260,57	3.260,57	2.943,90	2.943,90

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

En las depreciaciones de maquinaria, muebles y enseres, equipo de oficina, equipó de computación y el vehículo hasta los 3 años es de \$3260,57 ya que el equipo de computación solo se deprecia a 3 años mientras que para los 2 años últimos es un valor de \$2943,90.

5.3.6 Estado de Situación Inicial

“Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado”. (Javier, 2012)

Tabla 54
Balance General

EMPRESA "BABYGIFT"			
Balance General			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Bancos	<u>2.000,00</u>	Cuentas por pagar	-
		Total Pasivo Corriente	-
ACTIVOS NO CORRIENTE			
Propiedad planta y equipo	16.062,00	PASIVO LARGO / PLAZO	17.838,92
Equipo de Oficina	263,00	Préstamo L/P	<u>17.838,92</u>
Maquinaria o Equipos	139,00	TOTAL DE PASIVO	<u>17.838,92</u>
Infraestructura	0,00		
Vehículo	14.000,00	PATRIMONIO	823,08
Equipo de Computo	950,00	Capital	823,08
Muebles y Enseres	710,00		
OTROS ACTIVOS			
Gastos d Organización	600,00		
Gastos de Instalación	0,00		
Gastos de Publicidad	0,00		
Capacitación personal	0,00		
TOTAL DE ACTIVOS	<u>18.562,00</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>18.662,00</u>
	<u>FIRMA GERENTE</u>		<u>FIRMA CONTADOR</u>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

En el estado de resultados muestra la situación en que se encuentra el micro empresa dando a conocer que posee un activo de \$18662,00 y un pasivo de \$17718,92 y un patrimonio de \$ 943,08 y la suma de este es de \$ 18662,00.

5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

“Es un estado contable que permite conocer cómo se ha generado el resultado de una organización durante un cierto período o ejercicio”. (Irrázabal, 2010, pág.

71)

Tabla 55
Estado de Resultados

EMPRESA "BABYGIFT"
ESTADO DE RESULTADOS
Al 31 DE DICIEMBRE 2017

DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	43.200,00	44.259,90	45.367,93	46.494,35	47.639,42
SERVICIOS TOTALES	43.200,00	44.259,90	45.367,93	46.494,35	47.639,42
INFLACIÓN: 1,05%					
	1	2	3	4	5
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	14.865,15	15.021,23	15.178,96	15.338,34	15.499,39
COSTO DIRECTO	13.896,00	14.041,91	14.189,35	14.338,34	14.488,89
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	969,15	979,33	989,61	1.000,00	1.010,50
GASTOS DE VENTAS	7.658,10	7.738,51	7.819,76	7.901,87	7.984,84
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	12.458,27	12.589,08	12.721,26	12.854,84	12.989,81
GASTOS FINANCIEROS	1.186,41	1.198,87	1.211,46	1.224,18	1.237,03
UTILIDAD BRUTA	7.032,07	7.712,21	8.436,49	9.175,12	9.928,34
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	1.054,81	1.156,83	1.265,47	1.376,27	1.489,25
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	5.977,26	6.555,38	7.171,01	7.798,86	8.439,09
IMPUESTO A LA RENTA					
UTILIDAD NETA	5.977,26	6.555,38	7.171,01	7.798,86	8.439,09

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

En el estado de resultados podemos ver cuáles son las ventas en un periodo de 5 años, en el que debemos proyectar con la inflación anual.

5.3.8 Flujo Caja

“Son los ingresos y egresos de dinero que ocurren en una empresa por su actividad económica en un período determinado. Estos flujos de caja pueden ser pagos seriados”. (García D. , 2011, pág. 9)

Tabla 56
Flujo de caja

DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	43.200,00	44.259,90	45.367,93	46.494,35	47.639,42
SERVICIOS TOTALES	43.200,00	44.259,90	45.367,93	46.494,35	47.639,42
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	14.865,15	15.021,23	15.178,96	15.338,34	15.499,39
COSTO DIRECTO	13.896,00	14.041,91	14.189,35	14.338,34	14.488,89
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	969,15	979,33	989,61	1.000,00	1.010,50
GASTOS DE VENTAS	7.658,10	7.738,51	7.819,76	7.901,87	7.984,84
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	12.458,27	12.589,08	12.721,26	12.854,84	12.989,81
GASTOS FINANCIEROS	1.186,41	1.198,87	1.211,46	1.224,18	1.237,03
UTILIDAD BRUTA	7.032,07	7.712,21	8.436,49	9.175,12	9.928,34
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	1.054,81	1.156,83	1.265,47	1.376,27	1.489,25
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	5.977,26	6.555,38	7.171,01	7.798,86	8.439,09
IMPUESTO A LA RENTA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD NETA	5.977,26	6.555,38	7.171,01	7.798,86	8.439,09
DEPRECIACIONES (+)	3.260,57	3.260,57	3.260,57	2.943,90	2.943,90
AMORTIZACIONES (+)	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
EXCEDENTE OPERACIONAL	9.357,83	9.935,94	10.551,58	10.862,76	11.502,99

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

5.4 EVALUACION

Las evaluaciones de proyectos se clasifican en dos grandes grupos. Uno corresponde a los flujos de caja para el proyecto. Esto es lo que llama al proyecto en sí, denominado proyecto sin financiación. El segundo corresponde a los flujos de caja del inversionista, denominado el proyecto con financiación. (Jaramillo, 2010, pág. 67)

5.4.1 Tasa de descuento

Es la tasa utilizada para descontar los flujos de efectivo por medio del valor presente.

Tabla 57
TMAR

CALCULO DE LA TMAR

$$\text{TMAR} = \text{TASA ACTIVA} + \text{TASA PASIVA}$$

Tasa Activa	11,53%
Tasa Pasiva	5,12%
TMAR	16,65%

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

5.4.2 VAN

Este método se basa en las técnicas de flujo de efectivo descontado, es un método para evaluar las propuestas de inversión de capital mediante la obtención del valor presente de los flujos netos de efectivo en el futuro, descontado al costo de capital de la empresa o a la tasa de rendimiento requerida. (Córdoba, 2012, pág. 263)

Tabla 58
Valor Actual Neto

VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	-19.838,92	+	9.351,00	+	9.929,04	+	9.594,61	+	10.855,71	+	11.495,87
			1,17		1,36		1,59		1,85		2,16
VAN =	-19.838,92	+	8.016,29	+	7.296,89	+	6.044,67	+	5.862,99	+	5.322,53
VAN =	- 19.838,92	+	32.543,37								
VAN = \$ 12.704,46											

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

El VAN en el proyecto es positivo en este se toma los flujos y así da un valor de \$ 12846,88 lo cual refleja que el producto es viable y se lo puede aplicar.

5.4.4 TIR

“La TIR es la tasa que garantiza que la inversión se recupera a través del tiempo. Es un índice que mide la rentabilidad de un proyecto de inversión”. (García D. , 2011, pág. 116)

Tabla 59

TIR

$$VAN = -19.838,92 + 8016,286772 + 7296,891819 + 6044,67482 + 5862,99055 + 5322,53015$$

TIR 21%

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

Para la (TIR) la tasa interna de rendimiento se calcula de la inversión y los flujos con un 21% lo que significa que es viable por ser mayor al TMAR de 16,65%.

5.4.5 PRI (Período de recuperación de la inversión)

“El periodo de recuperación de la inversión de un proyecto se encuentra contando el número de años que se requiere para que el flujo de caja acumulado proyectado sea igual a la inversión original”. (Morla, 2010, pág. 27)

Tabla 60
PRI

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CORRIENTES			PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	10.855,71	9.035,73	AÑO 1	5.862,99	1.518,94
1 mes	904,64	9.940,37	1 mes	488,58	2.007,52
2 mes	904,64	10.845,02	2 mes	488,58	2.496,10
3 mes	904,64	11.749,66	3 mes	488,58	2.984,68
4 mes	904,64	12.654,30	4 mes	488,58	3.473,27
5 mes	904,64	13.558,94	5 mes	488,58	3.961,85
6 mes	904,64	14.463,59	6 mes	488,58	4.450,43
7 mes	904,64	15.368,23	7 mes	488,58	4.939,01
8 mes	904,64	16.272,87	8 mes	488,58	5.427,60
9 mes	904,64	17.177,51	9 mes	488,58	5.916,18
10 mes	904,64	18.082,16	10 mes	488,58	6.404,76
11 mes	904,64	18.986,80	11 mes	488,58	6.893,34
12 mes	904,64	19.891,44	12 mes	488,58	7.381,93
PERIODO DE RECUPERACIÓN:		1 año y 3 meses	PRVC		

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

En el periodo de recuperación por ser un producto que se vende y se cobra al momento no existen deudas por cobrar lo que significa que el periodo de recuperación es en el mismo año, lo que es un factor favorable para la empresa. En el proyecto se recupera al año y 3 meses

5.4.6 RBC (Relación costo beneficio)

“Es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto entre el valor actualizado de los costos a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable”. (Sin Autor 2013)

Tabla 61
Relación Costo Beneficio

RBC = $\frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$					
C					
PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	ACTUALIZ	
1	43.200,00	43.200,00	14.865,15	14.865,15	
2	44.259,90	44.259,90	15.021,23	15.021,23	
3	45.367,93	45.367,93	14.189,35	14.189,35	
4	46.494,35	46.494,35	15.338,34	15.338,34	
5	47.639,42	47.639,42	15.499,39	15.499,39	
		226.961,59		74.913,46	
RBC =		3,03			

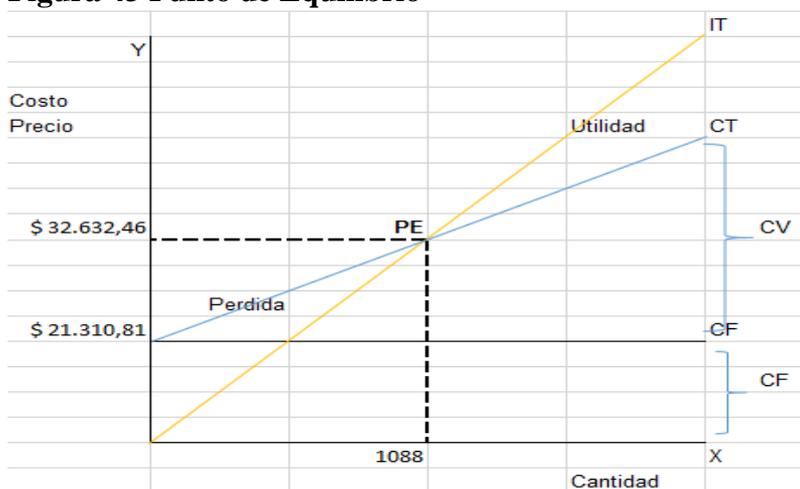
Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

5.4.6 Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio le sirve a la administración de la empresa para determinar el nivel de operación que cubra los costos operativos y evaluar la rentabilidad con diversos niveles de ventas”. (Córdoba, 2012, pág. 157)

Figura 43 Punto de Equilibrio



Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Tabla 62
Punto de equilibrio

P.E. =	CF
	p - Cvu
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	12.458,27
Gastos de Ventas	7.658,10
Gastos Financieros	1.194,45
TOTAL COSTOS FIJOS	21.310,81
Costo Variable unitario	10,41
Precio	30,00
PE =	CF
	p - Cvu
PE =	$\frac{21.310,81}{30,00 - 10,41}$
PE =	$\frac{21.310,81}{19,59} = 1088 \text{ U}$

DEMOSTRACION

VENTAS	32.632,46
(-) Costo Variable	11.321,65
(=) Margen Contribución	21.310,81
(-) Costo Fijos	21.310,81
(=) Utilidad Operacional	0,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

5.4.7 Análisis de índices financieros

5.4.7.1 Rendimiento sobre los activos (ROA)

Mide la efectividad total de utilidades con los activos disponibles.

Tabla 63

ROA	Utilidad Neta
R.O.A =	Activo Total
R.O.A =	$\frac{5.970,43}{16.062,00}$
R.O.A =	0,37

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

Análisis:

El rendimiento sobre los activos que se obtiene es de 0,37 lo que indica la efectividad total de la administración de la microempresa y opta por ser rentable.

5.4.7.2. Rendimiento sobre el patrimonio ROE

Mide la capacidad que tiene de capital para proporcionar rendimiento en la microempresa.

Tabla 64

ROE

R.O.E =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$
R.O.E =	$\frac{5.970,43}{2.000,00}$
R.O.E =	2,99

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

5.4.7.2 Retorno sobre la Inversión ROI

Mide en detalle cuanto ha ganado en venta cada centavo que hemos gastado en la campaña.

Tabla 65

ROI

ROI=	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{INVERSIÓN}}$
ROI=	$\frac{5.970,43}{19.838,92}$
ROI=	0,30

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Katherine Jami

La rentabilidad sobre la inversión es de 0,30 lo que indica que esta sobre el rango establecido por lo tanto el proyecto es viable.

CAPÍTULO VI ANALISIS DE IMPACTOS

6.1 Impacto Ambiental

El impacto ambiental en la microempresa será mínimo ya que por ser un producto que no utiliza maquinaria que contamine el medio ambiente, por lo que es más un proceso manual. Y para la producción no se necesitara productos tóxicos. Ya que la microempresa busca el bienestar del medio ambiente teniendo capacitaciones basadas en la concientización de conservar el medio ambiente además en el proyecto se quiere dar a conocer la variedad de rosas que se dan en nuestro país.

6.2 Impacto Económico

El impacto económico será favorable ya que ayudara que existan más fuentes de empleo y a sus empleados también ayudara a su economía, como el proyecto se realizara en la ciudad de QUITO en el sector del pintado es favorable ya que es un lugar muy concurrido por los habitantes del sur de la ciudad y además muy comercial lo que tendrá una gran acogida, también se busca la ampliación del mismo para tener un impacto más grande en toda la ciudad de QUITO con el propósito de darnos a conocer y seamos el principal exponente de este producto.

6.3 Impacto Productivo

El impacto productivo es llevar a cabo el producto con la optimización de costos y tiempo, por ser un producto manual no se necesita de maquinaria que afecte

a la salud de los empleados al igual que los materiales utilizados son la ropa de bebé y las flores, con esto ayudaremos a conocer la rosas que producen en el país y así animar a las personas adquirirlas también permitirá que el proceso sea original de quien lo hace, ya que así tendremos un acogida por la originalidad y variedad de diseños.

6.4 Impacto Social

En el impacto social, el fin del proyecto es que la sociedad ayude a que ideas innovadoras se puedan proyectar en microempresas nuevas y obtener más plazas de empleo, nuevas microempresa se apliquen dándole a los turistas una variedad amplia de productos innovadores que se destaquen internacionalmente y que cada vez sea ms conocido el país ECUADOR.

CAPÍTULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- ❖ El presente proyecto es factible aplicarlo ya que con la ayuda del estudio económico, técnico y financiero se determina la situación en el que se encuentra el país y lo que puede llegar afectar en el transcurso de la implementación de la microempresa.
- ❖ Se determinó el estudio de mercado donde interviene las encuestas las cuales nos ayuda a determinar el porcentaje de acogida que nuestro producto puede llegar a tener en el mercado, la localización donde va estar ubicado, el lugar óptimo adecuado para la comercialización del producto y sobre todo que tenga cercanía a los proveedores clientes entre otros.
- ❖ Concluimos que por ser un producto nuevo en el mercado existió gran acogida y según los estados financieros el producto es viable, lo que podemos poner en marca. Para que genere fuentes de empleo.
- ❖ Concluimos que en el proyecto el periodo de recuperación es inmediato ya que lo invertido se recupera al instante que se vende y no tiene periodos largos de recuperación por lo tanto no existe un riesgo ni endeudamiento.

7.2 Recomendaciones

- ❖ Recomendamos que para no tener ningún problema con las autoridades, es recomendable cumplir con las normativas dispuestas por la ley.

- ❖ Recomendamos capacitar al operario para obtener diseños exclusivos y satisfacer a los clientes, aplicando mejoras continuas y mantenernos constantemente en el área publicitaria para llegar a más clientes.
- ❖ Se recomienda analizar la idea de abrir sucursales dentro de la ciudad y así ser más reconocido el producto nuevo.
- ❖ Se recomienda a la microempresa realizar estudio de mercado permanente, y así mantenerse al día para que no exista competencia.

ANEXOS

Anexos 1 Encuesta

ESCUELA DE ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA

ENCUESTA

Buenos (as) días / tardes / noches, agradecemos su colaboración y por prestarnos unos minutos de su tiempo para llenar la siguiente encuesta

Objetivo. - Conocer la aceptación del producto de arreglos florales con ropa de bebé en la ciudad de Quito.

Descripción del producto- Nuestro producto es un arreglo floral elaborado con ropa de bebé, es un regalo espectacular y único perfecto para lucir en un centro de mesa para baby shower, como regalo para llevar al hospital o simplemente como un detalle especial para una nueva mamá.

Instrucción. - Marcar con una X la respuesta acorde a su criterio.

1) ¿Conoce sobre los arreglos Florales con ropa de bebé?

- a) Si
- b) No

2) ¿Compraría usted un arreglo floral con ropa de bebé?

- a) Si
- b) No

3) ¿Estaría usted de acuerdo que se incorpore una microempresa dedicada a la comercialización de arreglos florales con ropa de bebé?

- a) SI
- b) NO

4) ¿Qué tipo de obsequio prefiere usted?

- a) Arreglos Frutales
- b) Arreglos florales
- c) Osos de peluches

- 5) ¿En dónde usted preferiría encontrar este producto?
- a) Centro comercial
 - b) Tiendas
 - c) Hospitales
- 6) ¿Cuándo usted va a comprar un producto que llame más su atención?
- a) La presentación
 - b) La calidad
 - c) El precio
- 7) ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un arreglo floral con ropa de bebé?
- a) De 15 a 20 dólar
 - b) De 21 a 25 dólares
 - c) De 26 a 30 dólares
- 8) Como le gustaría obtener información sobre los arreglos florales con ropa de bebé que ofrece la microempresa?
- a) Página web
 - b) Redes Sociales
 - c) Revistas
- 9) ¿Qué tamaño de arreglo floral prefiere?
- a) Grande
 - b) Mediano
 - c) Pequeño
- 10) ¿Si le ofrecen un arreglo floral de calidad a un costo económico lo adquiriría?
- a) Si
 - b) No
- 11) ¿Está usted de acuerdo con los arreglos florales que ofrece la competencia?
- a) Si
 - b) NO
- 12) ¿Con qué frecuencia compraría usted los arreglos florales con ropa de bebé?
- a) Trimestral
 - b) Semestral
 - c) Cuatrimestral

Agradecemos por la atención brindada a la presente encuesta. Esta encuesta es netamente con fines académicos, los datos que se requiere a continuación son con la finalidad de validar datos, gracias por su comprensión.

Anexos 2 Ropa de Bebé



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Katherine Jami

Anexos 3 Rosas



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Katherine Jami

Anexos 4 Esponja



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Katherine Jami

Anexos 5 Caja



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Katherine Jami

Anexos 6 Arreglo Floral



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Katherine Jami

Anexos 7 Arreglo Floral Terminado



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Katherine Jami

Bibliografía

- Alcaldía de Distrito Metropolitano de Quito. (12 de Noviembre de 2016). Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/3224-permiso-de-bomberos>
- Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito. (19 de 02 de 2016). Obtenido de http://www.prensa.quito.gob.ec/index.php/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=17816&umt=Zona%20Norte%20dispone%20de%2010%20ventanillas%20para%20renovar%20LUAES
- Alfaro, E. (03 de 05 de 2017). Obtenido de http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia%20de%20productos%20de%20consumo/bloque06/lecturas%20PDF/2_La_promocion.pdf
- Antonio, M. (14 de 08 de 2012). *Programa: Administración Empresarial*. Obtenido de <https://cfsbusiness.files.wordpress.com/2012/08/sena-estado-de-fuentes-y-usos.pdf>
- Añón, A. L. (11 de 07 de 2011). Obtenido de <https://anonpera.wordpress.com/2011/07/11/la-entrevista-en-la-investigacion-de-mercados/>
- Argandoña, A. (29 de Enero de 2016). *La misión de la empresa y la responsabilidad social*. Obtenido de <http://www.iese.edu/Aplicaciones/upload/CuadernosdeLaCatedraok.pdf>
- Aries, J. (27 de Junio de 2010). *Mercadotecnia*. Obtenido de <http://jennyarias03.blogspot.com/2010/06/la-competencia.html>
- Bautista, I. (21 de 12 de 2011). Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones.pdf
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Pearson Educación.

- Bonta, P. &. (Diciembre de 2005). *PromonegocioS.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
- Brock, P. &. (1987). *Contabilidad Principios Y aplicaciones* . España: Reverté S.A.
- Caceres, G. (2005).
- Cárdenas, R. (2016). *Análisis del consumidor* . Digital UNID.
- Carreño, N. A. (03 de 03 de 2014). Obtenido de <https://prezi.com/fkmtpg1vzu2p/demanda-actual-y-futura/>
- Casado & Sellers. (2010). *Introducción al Marketing*. España: Club Universitario.
- Castillo, M. F. (2007). *Proyectos de innovación*. México: Pearson Educación.
- Castro Javier, S. M. (2011). *Evaluación de Impacto Ambiental* . Madrid, España: FC Editorial .
- Chaín, N. (2007). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. México: Pearson Educación.
- Chase, M. (2015). Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/definicion-factores-socioeconomicos-sobre_36174/
- Consumoteca. (10 de 05 de 2015). Obtenido de <http://www.consumoteca.com/familia-y-consumo/consumo-y-derecho/vendedor/>
- Córdoba, M. (2012). *Gestión Financiera*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Córdoba, M. (2014). *Análisis Financiero*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Corona, G. (2012). Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Comportamiento_del_consumidor.pdf
- Díaz, E. &. (2014). *Gestión Administrativa y Comercial en Restauración-*. Madrid : Paraninfo.

- Duarte, C. (19 de 04 de 2010). Obtenido de <https://zenempresarial.wordpress.com/2010/04/19/la-contabilidad-de-costos-de-la-mano-de-obra-es-necesario-cambiar-el-modelo/>
- EHow. (30 de 08 de 2017). Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/funciones-del-operador-produccion-lista_134966/
- enciclopediafinanciera. (14 de 08 de 2017). *enciclopediafinanciera*. Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-costo-de-ventas.html>
- Escudero, J. (2011). *Gestión Comercial y Servicio de atención al cliente*. Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Fernández, Á. (2004). *Investigación Técnicas de mercado*. Madrid: ESIC.
- Fierro, Á. M. (2009). *Contabilidad de Activos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Forosecuador.ec* . (16 de Febrero de 2016). Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/34066-requisitos-para-sacar-la-patente-municipal-de-quito>
- Franks, D. (23 de 03 de 2012). Obtenido de https://im4dc.org/wp-content/uploads/2012/01/UWA_1833_Paper-2_Spanish-version_Social-impactassessment-of-resource-projects.pdf
- García. (2005). *DISTRIBUCIÓN EN PLANTA*. España: universidad de oviedo.
- García, D. (2011). *Ingeniería Económica Práctica*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- García, T. &. (Enero de 2013). Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/foda1999-2000.pdf>
- Gitman. (15 de 08 de 2003). Obtenido de <http://studylib.es/doc/4648954/tesis-alfredo-tinajero---repositorio-digital-flacso-ecuador>
- Gómez, D. Y. (2002). *Riesgos Financieros y Operaciones Internacionales*. Madrid: ESIC.
- Gonzalez, E. (23 de 04 de 2013). *Administración y contabilidad* . Obtenido de <https://prezi.com/x8cbj2bj3kg1/materia-prima-directa/>

- Gutiérrez, C. (20 de 11 de 2007). Obtenido de
<http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v15nspe39/v15nspe39a07.pdf>
- Guzmán, D. &. (2005). Contabilidad Financiera . Bogotá: Universidad del Rosario.
- Heineman. (2003).
- Hernández, C. (2007). Análisis Administrativo: técnicas y Métodos. San José:
Universidad Estatal a Distancia.
- Hernández, G. (2006). Diccionario de Economía. Colombia : Universidad
Cooperativa de Colombia.
- Heylin, D. (14 de 08 de 2015). Obtenido de
<https://heylinduarte.files.wordpress.com/2015/04/depreciacic3b3n-y-amortizacic3b3n.pdf>
- Hitt, M. (2006). Administración. México: Pearson educación.
- Instituto de estadística y censos. (15 de Enero de 2015). *INEC*. Obtenido de
http://www.inec.go.cr/sites/default/files/documentos/economia/costo_canasta_basica_alimentaria/publicaciones/reeconomcba012015-01.pdf
- Irarrázabal, A. (2010). *Contabilidad Fundamentos y Usos*. Santiago de Chile:
Universidad Católica de Chile .
- Jaramillo, F. (2010). *Valoración de Empresas*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Javier, R. (30 de 10 de 2012). *slideshare.net*. Obtenido de
<https://es.slideshare.net/javicorobayo/estado-de-situacin-inicial-ecuacin-contable-por-javier-robayo#likes-panel>
- Keat, P. &. (2004). Economía de empresa. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Krajewki, L. &. (2000). Administración de Operaciones Estrategia y Análisis.
México: Pearson Educación.
- Lara, M. L. (2000). Estrategias de mercado y relaciones públicas dirigidas a causa
sociales. México: Pax México.
- Legna, C. y. (2010). Comprender la Macroeconomía. Buenos Aires: Teseo.

- Lira, P. (2016). *Apuntes de Finanzas Operativas*. Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Londoño, C. (2004). *Manual de Comunicación Escrita y Atención al Cliente en la Empresa*. Madrid: Fundación Confemetal.
- López, A. I. (2005).
- Lorenzana, D. (10 de 01 de 2014). Obtenido de <https://www.pymesyautonomos.com/administracion-finanzas/en-que-consiste-el-roe-y-para-que-sirve>
- Macchia, J. L. (04 de 2007). *Cómputos, Costos Y Presupuestos*. Buenos Aires : nobuko.
- Mailxmail. (26 de 04 de 2012). Obtenido de http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h
- Mankiw, G. (2009). *Principios de Economía*. Madrid: Graficas Rogar.
- Martel, P. &. (2010). *Pobabilidad y estadística*. Madrid: Díaz de santos S.A.
- Mejía, C. (06 de 07 de 2013). Obtenido de http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf
- Mejía, T. (2005). *Estructura presupuestal de un proyecto económico*. Bogotá: Universidad Santo Tomás.
- Morla, M. (15 de 08 de 2010). Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8854/3/ManualAdmFin.pdf>
- Nuñez, J. (20 de 11 de 2014). Obtenido de <http://www.caub.com.bo/archivos/6.Importanciadeladministradorfinancieroenlaempresa.pdf>
- Ortiz, A. (2011). *Análisis financiero aplicado y principios de administración financiera*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Ortiz, O. (2001). *El Dinero*. México.

- Pareja, K. (21 de 03 de 2014). Obtenido de <https://prezi.com/yilizyzzln1f/impacto-ambiental-en-el-sector-productivo/>
- Parker, T. (2007). Por qué hacemos regalos. *La Nación*, 3.
- Parkin, M. (2004). *Economía*. México: Pearson Educación.
- Pérez, D. &. (17 de Noviembre de 2006). Obtenido de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45110/componente45108.pdf
- Pezo, A. &. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Bogotá: Printed in colombia.
- PROECUADOR. (2016). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/flores/>
- PWC. (14 de 08 de 2017). Obtenido de <https://www.pwc.es/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf>
- Reyes, I. (20 de Febrero de 2013). Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/851/1/TESIS%20Isabel%20Cristina%20Reyes%20Montero.pdf>
- Rienzo. (22 de 06 de 2005).
- Robbins, S. y. (2005). *Administración*. México: Pearson Educación .
- Rojas, M. (01 de 12 de 2014). *Contabilidad de Costos*. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/12101/1/ricardorojasmedina.2014.pdf>
- Rosales, R. (2007). *La formulación y la evaluación de proyectos* . Costa Rica: Universidad Estatal.
- Salgado, J. G. (15 de 06 de 2007). Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>
- Sánchez, A. (15 de 02 de 2011). Obtenido de <https://eala.files.wordpress.com/2011/02/apuntes-gestion-operativa.pdf>
- Sánchez, M. (2005). *Población y Ambiente* .

Schiffman, k. (2005). Comportamiento del consumidor. Pearson.

Serpost. (29 de Abril de 2003). Obtenido de

http://www.serpost.com.pe/Website/transparencia2009/Documentacion_Transparencia/Docs_2010/Datos_Generales/Procedimientos/gerencia%20general.pdf

Serpost. (29 de Abril de 2003). Obtenido de

http://www.serpost.com.pe/Website/transparencia2009/Documentacion_Transparencia/Docs_2010/Datos_Generales/Procedimientos/gerencia%20general.pdf

Servicio de Rentas Internas. (12 de Diciembre de 2016). *SRI*. Obtenido de

<http://www.sri.gob.ec/de/10055>

Sin autor. (26 de 12 de 2010). *Apuntes, evaluación de proyectos*. Obtenido de

<http://proyectos.ingenotas.com/2010/12/oferta-actual-y-proyectada.html>

Sin Autor. (05 de 08 de 2013). *Agroproyectos*. Obtenido de

<http://www.agroproyectos.org/relacion-beneficio-costos/>

Sin Autor. (05 de Abril de 2013). *Manual de Atención al Cliente*. Obtenido de

<http://www.fad.es/sites/default/files/Manual%20Atenci%C3%B3n%20Cliente.pdf>

Sin Autor. (25 de 09 de 2013). *Puro Marketing*. Obtenido de

<http://www.puromarketing.com/10/18129/para-como-optimiza.html>

Sin autor. (20 de JULIO de 2017). <http://www.economia.ws/bienes-y-servicios.php>.

Obtenido de <http://www.economia.ws/bienes-y-servicios.php>:

<http://www.economia.ws>

Sinautor. (23 de 02 de 2007). Obtenido de [http://www.eumed.net/libros-](http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/232/balance_oferta.html)

[gratis/2007a/232/balance_oferta.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/232/balance_oferta.html)

Sinautor. (24 de Septiembre de 2011). *Madres Hoy*. Obtenido de

<http://madreshoy.com/regalar-ropa-para-el-recien-nacido/>

- Sinautor. (13 de Marzo de 2012). Obtenido de http://www.eoi.es/wiki/index.php/An%C3%A1lisis_interno_en_Proyectos_de_negocio
- Solis, J. (20 de 04 de 2014). *SlideShare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/JoselynSolis/material-costos-indirectos-de-fabricacion-cif>
- Soto, R. (2004). *Moneda, Banca y Política Monetaria*. Costa Rica : Universidad Estatal a Distancia.
- Tocto, L. (21 de Octubre de 2010). Obtenido de <http://dspace.ucacue.edu.ec/bitstream/reducacue/3912/3/LOURDES%20PDF.pdf>
- Touche, D. &. (09 de Abril de 2013). Obtenido de <https://www.recope.go.cr/wp-content/uploads/2013/10/Asistente-de-Contabilidad.pdf>
- Touche, D. &. (09 de Abril de 2013). Obtenido de <https://www.recope.go.cr/wp-content/uploads/2013/10/Asistente-de-Contabilidad.pdf>
- Urbano, Y. &. (2006).
- Valbuena, A. (2000). México: Pearson.
- Vázquez, A. (2013). *Business & Economics*. Madrid: Antoni Bosch Editor.
- Vega, L. (01 de Julio de 2014). *Joomag*. Obtenido de <https://www.joomag.com/magazine/proveedores/0015313001421362517>
- Vértice. (16 de 02 de 2008).
- Vidal, D. (2009). *Análisis de datos de encuesta*. Barcelona: UOC.
- Yates, C. (2008). *La empresa Sabia*. España: Díaz de Santos.
- Yuni, J. &. (2006). *Técnicas para la investigar*. Argentina: Brujas.

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Jami Katherine.pdf (D30339319)
Submitted: 2017-09-01 20:13:00
Submitted By: kathyeliz03@hotmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

JACOME.PAOLA .pdf (D30287077)
KAREN ANDREA NIETO AMUY.docx (D19571385)
KAREN ANDREA NIETO AMUY.docx (D19501958)
MOROCHO MAISANCHE EVELIN MARISOL.pdf (D30285870)
TESIS FINAL.docx (D23433534)
CAPITULOS del 1-7 apa.docx (D23394914)
<http://www.lanacion.com.ar/974058-por-que-hacemos-regalos>
https://prezi.com/cbe_yh2gcr_3/el-desempleo-en-chile-y-su-tasa-natural/
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/2495/1/MKT-16-17-1727029918.pdf>
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/2394/1/ABF-16-16-1723120380.pdf>
<http://www.agroproyectos.org/relacion->
<https://zenempresarial.wordpress.com/2010/04/19/la-contabilidad-de-costos-de->
<http://madreshoy.com/regalar-ropa-para-el-recien-nacido/>
http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45110/componente45108.pdf
<http://www.fad.es/sites/default/files/Manual%20Atenci%C3%B3n%20Cliente.pdf>
<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>
<https://eala.files.wordpress.com/2011/02/apuntes-gestion-operativa.pdf>
<http://dspace.ucacue.edu.ec/bitstream/reducacue/3912/3/LOURDES%20PDF.pdf>

Instances where selected sources appear: