



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE CABINAS DE BAÑO CON VIDRIO TEMPLADO”, UBICADO AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

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

Autor: Henry Anario Simbaña Simbaña

Director: Ing. Eduardo Edmundo Vásquez Romero

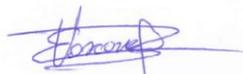
QUITO, 2018



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 11 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. SIMBAÑA SIMBAÑA HENRY ANARIO de la carrera de Administración Industrial y de la Producción cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE CABINAS DE BAÑO CON VIDRIO TEMPLADO, UBICADO AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018; una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el Trabajo de Titulación de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



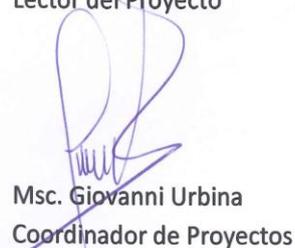
Ing. Eduardo Vasconez
Tutor del Proyecto



Dr. Patricio Guanopatin
Director de Escuela



Ing. Ángela Pimbo
Lector del Proyecto



Msc. Giovanni Urbina
Coordinador de Proyectos

CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163
y Yacuambí (esq.)
Telf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

CAMPUS 5 - YACUAMBÍ

Yacuambí
Oe2-36 y
Bracamoros.
Telf: 2249994

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.



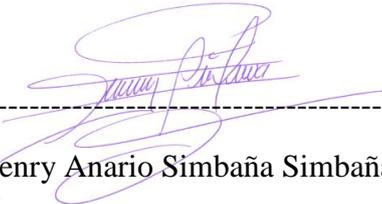
Henry Anario Simbaña Simbaña
CC. 1725856817

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Henry Anario Simbaña Simbaña portador de la cedula de ciudadanía signado con el No. 1725856817 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 caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, instituciones superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de arte 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 que pueda existir relación de dependencia, la titulación 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 perjuicios de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificaciones a los autores en caso de que se trates 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 aplicara a los autores que haya trasferido 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 IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE CABINAS DE BAÑO CON VIDRIO TEMPLADO, UBICADO AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018”** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE Henry Anario Simbaña Simbaña

CEDULA 1725856817

Quito, a los 11 días del mes de mayo 2018

AGRADECIMIENTO

Camine con paso firme y constante de alcanzar mi meta más preciada hoy que al fin puedo vivirla, agradezco a Dios por darme la fuerza, vida y salud.

¡Gracias Dios por llevarme de la mano y no soltarme!

De igual manera agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera conjuntamente con sus docentes, por abrir sus puertas y brindar su valioso aporte profesional así como valores inculcados como damas y caballeros.

Debo reconocer mi más sincero agradecimiento al Ing. Eduardo Vàsconez, por guiar mi trabajo de titulación con atención y amabilidad se ha llegado a culminar dicho trabajo.

DEDICATORIA

Gran parte me inspira a dedicar y agradecer a todos aquellos que me supieron ayudar con sus motivaciones y consejos:

A mi madre, por los valores forjados en cada uno de los obstáculos que se han presentado y su amor incondicional.

A mi padre, por el apoyo y enseñanza de que ¡Unas manos con cicatrices, solo tienen un significado, y esa es la del trabajo!

A mi novia, que me supo brindar su apoyo en esta travesía a pesar de las dificultades presentadas, no cabe duda que su participación ha enriquecido al trabajo realizado.

A mis hermanos y amigos, que con su alegría y amistad supieron motivar y aconsejar y hacer que la vida sea divertida.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN	xvii
CAPÍTULO I.....	2
1.01. Justificación	2
1.02. Antecedentes.....	3
CAPÍTULO II	6
2. Análisis situacional	6
2.01 Ambiente externo.....	6
2.01.01 Factor Económico	7
2.01.01.01 Inflación	7
2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB).....	8
2.01.01.03 PIB Sectorial	9
2.01.01.04 Riesgo País	10
2.01.01.05 Tasa de Interés.....	11
2.01.01.05.01 Tasa de Interés Activa.....	12
2.01.01.05.02 Tasa de Interés Pasiva	13
2.01.02 Factor Social.....	14
2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA)	14
2.01.02.02 Empleo	15
2.01.03 Factor Legal	17
2.01.03.01 MIPRO (Ministro de Industrias y Productividad).....	18

2.01.03.02 Ruc (Registro único de Contribuyentes).....	18
2.01.03.03 Permiso de Cuerpo de Bomberos.....	19
2.01.03.04 LUAE (Licencia Única de Actividad Económica).....	19
2.01.03.04.01 Requisitos.....	19
2.01.03.05 Normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización).....	21
2.01.03.06 Patente.....	21
2.01.04 Factor Tecnológico.....	23
2.02 Entorno Local.....	24
2.02.01 Clientes.....	24
2.02.02 Proveedores.....	25
2.02.03 Competidores.....	26
2.03 Análisis Foda.....	27
2.04 Propuesta Estratégica.....	29
2.04.01 Misión.....	30
2.04.02 Visión.....	30
2.04.03 Objetivos.....	30
2.04.03.01 Objetivo General.....	30
2.04.03.02 Objetivos Específicos.....	30
2.04.04 Principios y/o valores.....	31
2.04.05 Gestión Administrativa.....	33
2.04.05.01 Organigrama Estructural.....	33
2.04.05.01.01 Perfil de cargos.....	34
2.04.06 Gestión Operativa.....	39
2.04.06.01 Jornadas de Trabajo.....	39
2.04.06.02 Políticas de producción.....	39
2.04.07 Gestión Comercial.....	39
2.04.07.01 Producto.....	40
2.04.07.02 Precio.....	41
2.04.07.03 Plaza.....	41
2.04.07.04 Promoción.....	42
2.04.07.05 Estrategia de Promoción.....	42
2.04.07.06 Publicidad.....	43
2.04.07.07 Nombre de la Empresa.....	45

2.04.07.09 Eslogan.....	46
CAPÍTULO III.....	47
3. Estudio de Mercado.....	47
3.01 Análisis del consumidor.....	47
3.01.01 Determinación de la población y muestra.....	48
3.01.01.01 Población.....	48
3.01.01.02 Muestra.....	49
3.01.02 Técnicas de obtención de información.....	50
3.01.02.01 Modelo de la encuesta.....	52
3.01.03 Análisis de la información.....	55
3.02 Oferta.....	65
3.02.01 Oferta Histórica.....	65
3.02.02 Oferta Actual.....	65
3.02.03 Oferta Proyectada.....	66
3.03 Demanda.....	67
3.04 Demanda Histórica.....	67
3.04.01 Demanda Actual.....	68
3.04.02 Demanda Proyectada.....	68
3.05 Balance Oferta – Demanda.....	69
3.05.01 Balance Actual.....	69
3.05.02 Balance Proyectado.....	70
CAPÍTULO IV.....	71
4. Estudio Técnico.....	71
4.01 Tamaño del Proyecto.....	71
4.01.01 Capacidad Instalada.....	72
4.01.02 Capacidad Óptima.....	73
4.02 Localización.....	74
4.02.01 Macro.....	74
4.02.02 Micro Localización.....	75
4.02.03 Localización Óptima.....	77
4.03 Ingeniería del Producto.....	78
4.03.01 Definición del bien.....	79
4.03.02 Distribución de la Bodega y Almacén.....	79

4.03.02.01 Razones de cercanía	80
4.03.03 Proceso Comercial	86
4.03.03.01 Simbología Flujograma.....	86
4.03.04 Muebles	88
4.03.05 Equipos.....	88
4.03.06 Herramientas	89
CAPÍTULO V	90
5. Estudio Financiero	90
5.01 Ingresos	90
5.01.01 Ingresos Operacionales	90
5.01.02 Ingresos No Operacionales	91
5.02 Costos.....	91
5.02.01 Costo de Ventas	92
5.02.02 Gasto Administrativos.....	93
5.02.03 Gasto de Ventas.....	94
5.02.04 Gasto Financiero	95
5.02.05 Costo Fijo.....	95
5.02.06 Costo Variable.....	96
5.03 Inversiones	97
5.03.01 Inversión fija	97
5.03.02 Activos Fijos	97
5.03.03 Activos Nominales (Diferidos)	99
5.03.04 Capital de Trabajo	100
5.03.05 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos.....	100
5.03.06 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización).....	101
5.03.07 Depreciaciones (Tabla de Depreciación)	103
5.03.08 Estado de Situación Inicial.....	103
5.03.09 Estado de Resultado Proyectado (a cinco años).....	105
5.03.010 Flujo de Caja	106
5.04 Evaluación Financiera	107
5.04.01 Tasa de Descuento	107
5.04.02 VAN	108
5.04.03 TIR	109

5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión).....	110
5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio).....	111
5.04.06 Punto de Equilibrio	112
5.04.07 Análisis de Índices Financieros.....	114
5.04.07.01 ROE.....	115
5.04.07.02 ROA	115
5.04.07.03 ROI.....	116
CAPÍTULO VI.....	117
6. Análisis de Impactos	117
6.01 Impacto Ambiental.....	117
6.02 Impacto Económico	118
6.03 Impacto Productivo	118
6.04 Impacto Social.....	119
CAPÍTULO VII	120
7. Conclusiones y Recomendaciones	120
7.01 Conclusiones	120
7.02 Recomendaciones.....	120
Anexos	121
Bibliografía	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Inflación.....	8
Tabla N°2 PIB Sectorial.....	10
Tabla N°3 Riesgos País.....	11
Tabla N° 4: Tasa de Interés Activa	12
Tabla N° 5: Tasa de Interés Pasiva.....	13
Tabla N° 6: Equipos Tecnológico	23
Tabla N° 7: Segmentación de Clientes.....	25
Tabla N° 8: Proveedores.....	25
Tabla N° 9: Competidores	26
Tabla N° 10: Matriz Foda.....	27
Tabla N° 11: Perfil de Cargo Gerente General.....	35
Tabla N° 12: Perfil de Cargo Jefe de Operaciones.....	36
Tabla N° 13: Perfil de Cargo Jefe Comercial	37
Tabla N° 14: Perfil de Cargo Operario.....	38
Tabla N° 15: Población	48
Tabla N° 16: Género.....	55
Tabla N° 17: Pregunta 1	56
Tabla N° 18: Pregunta 2	57
Tabla N° 19: Pregunta 3	58
Tabla N° 20: Pregunta 4	59
Tabla N° 21: Pregunta 5	60
Tabla N° 22: Pregunta 6	61
Tabla N° 23: Pregunta 7	62
Tabla N° 24: Pregunta 8	63
Tabla N° 25: Pregunta 9	64
Tabla N° 26: Calculo de la Oferta Actual	66
Tabla N° 27: Calculo de la Oferta Proyectada	66
Tabla N° 28: Cálculo de Aceptación de Personas	67
Tabla N° 29: Cálculo de la Frecuencia de Compra	67
Tabla N° 30: Cálculo del Precio Promedio	67

Tabla N° 31: Cálculo del Demanda Actual	68
Tabla N° 32: Cálculo de la Proyección de la Demanda	69
Tabla N° 33: Cálculo de la Demanda insatisfecha Actual	69
Tabla N° 34: Cálculo de la Demanda Insatisfecha Proyectada	70
Tabla N° 35: Tiempo de Ingreso de Ordenes de Producción (OP)	72
Tabla N° 36: Tiempo de Proceso de Instalación de Cabinas de Baño	73
Tabla N° 37: Capacidad Óptima	74
Tabla N° 38: Macro Localización	75
Tabla N° 39: Micro Localización	76
Tabla N° 40: Localización Óptima.....	77
Tabla N° 41: Distribución de la Bodega y Almacén	80
Tabla N° 42: Razones de Cercanía.....	81
Tabla N° 43: Código de Cercanía.....	81
Tabla N° 44: Matriz Triangular	81
Tabla N° 45: Muebles y enseres	88
Tabla N° 46: Enseres de Oficina	88
Tabla N° 47: Equipos de Computación	89
Tabla N° 48: Herramientas	89
Tabla N° 49: Costo unitario de Producción.....	91
Tabla N° 50: Ingresos Operacionales	91
Tabla N° 51: Materiales	92
Tabla N° 52: Materiales Directos	92
Tabla N° 53: Gastos administrativos.....	93
Tabla N° 54: Servicios Básicos	93
Tabla N° 55: Suministro de Oficina	94
Tabla N° 56: Otros Gastos Administrativos.....	94
Tabla N° 57: Gasto de Ventas	94
Tabla N° 58: Otros Gastos Ventas	95
Tabla N° 59: Costo Fijo.....	96
Tabla N° 60: Activos Fijos	98
Tabla N° 61: Activos Fijos – Muebles y Enseres.....	98

Tabla N° 62: Activos Fijos – Equipos de Computación	98
Tabla N° 63: Activos Fijos – Equipos de Oficina	99
Tabla N° 64: Activos Fijos – Maquinaria	99
Tabla N° 65: Capital de trabajo	100
Tabla N° 66: Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos	101
Tabla N° 67: Tabla de Amortización	102
Tabla N° 68: Tabla de Depreciación	103
Tabla N° 69: Estado de Situación Inicial	104
Tabla N° 70: Estado de Resultados	105
Tabla N° 71: Flujo de Caja	106
Tabla N° 72: Tasa de Descuento	107
Tabla N° 73: Flujo de Efectivo	108
Tabla N° 74: Calculo de VAN	108
Tabla N° 75: Calculo de la TIR	109
Tabla N° 76: Periodo de Recuperación de la Inversión en Años	110
Tabla N° 77: Periodo de Recuperación de la Inversión	111
Tabla N° 78: Relación Costo Beneficio	112
Tabla N° 79: Punto de Equilibrio	113
Tabla N° 80: Grafico Punto de Equilibrio	114
Tabla N° 81: Calculo ROE	115
Tabla N° 82: Calculo ROA	115
Tabla N° 83: Calculo ROI	116

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1 Producto Interno Bruto.....	9
Figura N° 2: Población Económicamente Activa (PEA)	15
Figura N° 3: Población Económicamente Activa (por sexo)	16
Figura N° 4: Subempleo	16
Figura N° 5: Organigrama Estructural	34
Figura N° 6: Cabina de baño	40
Figura N° 7: Plaza	42
Figura N° 8: Meza de Ajedrez.....	43
Figura N° 9: Tarjeta de Presentación Adverso	43
Figura N° 10: Tarjeta de Presentación Reverso	43
Figura N° 11: Publicidad WhatsApp.....	44
Figura N° 12: Publicidad Facebook	44
Figura N° 13: Logo.....	45
Figura N° 14: Género	55
Figura N° 15: ¿En su hogar tiene cabinas de baño?	56
Figura N° 16: ¿Cada que tiempo renueva su baño?	57
Figura N° 17: ¿Conoce cuál es el tipo de vidrio utilizado en la cabina de baño?	58
Figura N° 18: ¿Si se crea una microempresa que construya cabinas con vidrio templado usted estaría dispuesto a adquirir estas cabinas?.....	59
Figura N° 19: ¿Conoce las características del vidrio templado?.....	60
Figura N° 20: ¿Estaría dispuesto a cancelar uno de los siguientes valores, tomando en cuenta las propiedades del producto como la durabilidad, brillo, transparencia?.....	61
Figura N° 21: ¿Antes de comprar un producto como este, mira otras marcas?	62
Figura N° 22: ¿Marque con una X en el color que le gustaría que tenga el vidrio?...	63
Figura N° 23: ¿Por cuál medio o redes sociales le gustaría adquirir este producto? .	64
Figura N° 24: Macro Localización	75
Figura N° 25: Micro Localización.....	76
Figura N° 26: Distribución de la Bodega y Almacén.....	82
Figura N° 27: Bodega.....	83
Figura N° 28: Baño.....	83

Figura N° 29: Ventas	84
Figura N° 30: Diseño	84
Figura N° 31: Financiero	85
Figura N° 32: Parqueadero	85
Figura N° 33: Simbología de Flujograma	86
Figura N° 34: Flujograma Proceso Global Glass	87

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: encuestas	121
Anexo N° 2: Cabinas de baño	122
Anexo N° 3: Cotización	123

RESUMEN EJECUTIVO

La finalidad del proyecto es la implementación de una micro empresa que se dedica a la venta e instalación de cabinas de baño la cual se acentúa al nororiente del distrito metropolitano de Quito año 2018.

En el Ecuador en los últimos años se ha venido dando como un factor importante y primordial la seguridad de los ocupantes en el hogar, para aquello uno de los riesgos de accidente justamente que se da es al momento de salir tomando una ducha, por esta razón se ha buscado alternativas para la seguridad del ocupante.

Es necesario identificar los requisitos que se deben de tener para la elaboración del proyecto, como son los requisitos legales como la obtención del RUC, permiso de cuerpo de bomberos entre otros, de igual manera indicadores económicos propios del país donde se instala la empresa.

Para esto, la opción que más se apega es la del vidrio templado por lo que cuenta con las siguientes características de un vidrio templado entre estas tenemos resistencia a impactos (cuatro veces más que un vidrio flotado), transparencia, durabilidad y elegancia.

De igual manera se identifica en la parte final del trabajo los indicadores como es el VAN, TIR e indicadores financieros los cuales nos ayudan a aclarar y definir el proyecto según su viabilidad.

ABSTRACT

The purpose of the project is the implementation of a micro company that is dedicated to the sale and installation of bathroom cabins which is accentuated to the northeast of the metropolitan district of Quito in 2018.

In Ecuador in recent years has been given as an important factor and the safety of the occupants in the home, for that one of the risks of accident just occurs is when taking a shower, for this reason Alternatives for occupant safety have been sought.

It is necessary to identify the requirements that must be met for the preparation of the project, such as legal requirements such as obtaining the RUC, fire department permit among others, as well as economic indicators of the country where the company is installed.

For this, the option that most adheres is the tempered glass so it has the following characteristics of a tempered glass between these we have impact resistance (four times more than a float glass), transparency, durability and elegance.

It is worth mentioning that for the elaboration of the project a market study is taken into account which helps to verify the roadway and sustainability of the work, in this part it is carried out through surveys

In the same way, the indicators such as the VAN, TIR and financial indicators are identified in the final part of the work, which help us clarify and define the project according to their roadway.

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo tiene como finalidad implementar una microempresa que se dedica a la venta de cabinas de baño con vidrio templado, con el propósito de fomentar fuentes de trabajo y a su vez apoyar al sector de la construcción en acabados finales.

El vidrio hoy en día es un material considerado de lujo, dado por sus características como es su transparencia y durabilidad, la misma que es utilizado en un sin número de objetos de igual manera así mismo como en construcciones y en edificaciones que son destinadas para viviendas.

Cuando el vidrio es templado tiene características especiales, aumentando su dureza de cinco a diez veces de lo normal, otra de las características es que si se llegase a romper esta se segmenta en pequeños fragmentos lo que reduce el daño de corte.

De igual manera al juntar el vidrio con nuevos modelos de herrajes, han llegado a convertirse en una excelente forma de acabados en las construcciones lo que tiende a que sea un producto especial en acabados de baños teniendo así un mejor panorama al ingresar a dicho espacio y la comodidad que genera para las personas, por estas condiciones se ve una oportunidad de implantación de una microempresa dedicada a la actividad económica mencionada.

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.01. Justificación

El vidrio de seguridad, si bien es cierto se ha venido convirtiendo en el material principal utilizado en los últimos años, en las construcciones para el aislamiento de espacios frente al exterior.

Es uno de los materiales más utilizados empleados en la construcción, la transparencia, brillo, dureza y durabilidad hacen que sea un material adecuado para acabados de edificaciones, pues aprovecha la luz natural y permite que los ocupantes posean una buena vista al exterior o interior.

A diferencia de otras cabinas de baño nuestra cabina con vidrio templado ase que sea más segura y duradera, en la actualidad este producto se ha venido convirtiendo en el material adecuado para lugares especiales y destacado de la casa, que se refleja en su elegancia, decoraciones y en un sin fin de diseños que se pueden gravar en las cabinas, su principal objetivo es aportar que sea aún mayor la intimidad en el cuarto de baño, la presencia de la cabina de vidrio hace que sea un lugar cómodo al momento de tomar una ducha ya que impide que el agua se desparrame y hay otras que suelen en serrar la temperatura ocasionando una sensación de sauna provocando que sea aún más placentera al momento de tomar la ducha.

Esta cabina en especial protege a las personas de posibles accidentes ya que en caso de rotura no presenta un daño potencial para causar heridas de consideración a las personas, sino que reduce el riesgo de cortes, cuando un vidrio de seguridad llegara a romperse, este se rompe en fragmentos pequeños lo que puede provocar cortes leves en la superficie de la piel y en otros casos no presentan ningún corte.

Con la información generada será positivo el beneficio de implementar una microempresa que se dedique a la venta e instalación de vidrios de seguridad y con mejores precios muchos más competitivos permitiendo al desarrollo de la arquitectura, y a su vez contribuyendo con fuentes de trabajo e incluso ser amigable con el medio ambiente ya que el vidrio es un producto reciclable.

1.02. Antecedentes

Según informa (niro, 2012, pág. 12)

El vidrio compuesto por materiales como la sílice (SiO_2), carbonato de sodio (Na_2CO_3) y caliza (CaCO_3) fundido a unos 1500° , hizo su aparición en la época de los romanos utilizados como elementos decorativos y artísticos

Las primeras experiencias con el vidrio templado fue dado en el siglo XVII por el príncipe Rupert, caídas de gotas de vidrio fundido en el agua, estas experiencias permitieron que se realice bolas de vidrio con una gran resistencia mecánica.

Pero la transparencia del vidrio se impuso siglos después con la introducción por parte de los romanos por el proceso de soplado que hizo posible su producción a

gran escala, durante el imperio romano se desarrollaron la mayor parte de las técnicas decorativas sobre vidrio que conocemos hoy en día.

A partir de allí comenzó a fabricarse vidrios de alta calidad para ser utilizado en instrumentos ópticos, viviendas y su vez popularizando su aplicación en objetos más pequeños y corrientes como: vasos, espejos, botellas, ventanas, pasamanos, balcones, cabinas de baño y otros utensilios que le brindan comodidad al ser humano y una calidad de vida.

No fue hasta los años cincuenta que aparecen los primeros espacios destinados para cabinas de baño desde ahí las primeras cabinas se elaboraban con un material llamado acrílico, este como todo producto nuevo tenía su auge y su popularidad, la desventaja de este material que al entrar en contacto con el agua más el jabón y el calor ocasionaba que su vida útil sea reducida llegando a opacarse y difícilmente que vuelva a tener su tonalidad de origen, otro punto por lo que fue sustituido este producto era su difícil y demorosa limpieza por las hendiduras que tiene este material.

A mediados de los años setenta hace su aparición las cabinas de baño fabricadas con policarbonato más aluminio, esta fusión era más llamativa en aquellos tiempos por su diseño, que componía de una puerta fija y la otra una puerta corrediza, su desventaja era las tonalidades propias de este producto y con el pasar del tiempo y por el uso propio de la puerta el acrílico sufre un cierto desgaste generando así un sonido agudo muy molesto para el oído de los usuarios, otra falla

de este producto era cuando el agua queda atrapada en el perfil de aluminio y al estar tanto tiempo en contacto con el agua el policarbonato viene a despedazarse ocasionando que queden filos puntiagudos, siendo así una bomba de tiempo ya que puede llegar a cortar a su ocupante.

La exigencia del usuario como la seguridad, elegancia, durabilidad y su limpieza hace que sea necesario la búsqueda de alternativas por lo que surge a mediados de los años ochenta la combinación del vidrio templado y herrajes inoxidables, esta fusión hace que sea más atractiva no solo por su elegancia sino por su seguridad y limpieza.

Por un lado tenemos los herrajes que no sufren algún daño al estar en contacto con el agua permitiendo así que su vida útil sea más larga que a diferencia del perfil de aluminio, y por otra parte tenemos el vidrio templado que por su espesor al ser sometido a un proceso de templado hace que su resistencia se multiplique a diez veces de su origen.

En ocasiones la mayor parte de los accidentes domésticos suelen suceder al momento de salir de la ducha provocadas por un resbalón, haciendo que el ocupante se impacte directamente con la cabina de baño, este producto al ser templado va a resistir el golpe que se provoca por la caída del ocupante reduciendo así el riesgo que el vidrio se rompa o en otros casos cuando el vidrio llegara a romperse este se reducirá en fragmentos pequeños.

CAPÍTULO II

2. Análisis situacional

El análisis situacional viene a ser la base de la elaboración de un plan de marketing este a su vez es sometido a un análisis que se representa por un examen detallado de factores internos como factores externos, que afecten a la organización, por lo general esta crea una visión clara de la organización y de los factores que influirán en su futuro.

2.01 Ambiente externo

Según informa (Schumpeter 2015, pág. 37) que:

La empresa todo el tiempo tiene interacción con su entorno, es decir; es un sistema abierto de dicha interacción depende totalmente el mantenimiento y crecimiento dentro del mercado de esta, es todo aquello encontrado fuera de los límites de la empresa o también se puede entender como un conjunto de elementos independientes a la organización que es de importancia para su modificación.

El ambiente externo es todo aquello que le rodea a la empresa u organización como pueden ser la comunidad, clientes, los proveedores y muchas veces la empresa no tiene control sobre ellas pero si puede adaptarse a los cambios que se presenta en esta, consta la toma de decisiones por parte de las gerencias.

2.01.01 Factor Económico

Informa (LOPEZ, 2008, pag 39) que:

Para evaluar este aspecto se toma en cuenta elementos como: la población económicamente activa (PEA), actividades predominantes, número de empresas en el sector de actividades, ingresos de la población, empleo y desempleo, emigración y la política económica que puede afectar al proyecto (pág. 39).

En relación a lo explicado por dicho autor podemos añadir que el factor económico puede afectar claramente los negocios de la misma, por lo que en tiempos se debe de tener acciones que reduzcan el impacto asía la organización a través de proyectos.

2.01.01.01 Inflación

(Banco Central del Ecuador, 2017)

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

La inflación en otro aspecto viene a ser el desequilibrio de los precios ya sea de un bien o servicios esto afecta directamente a la organización por la subida del precio o valor que tiene un producto al momento de adquirirlo llevando a pérdidas monetarias a la organización, pero por otra parte tenemos que si la inflación se mantiene en aumento se la denomina hiperinflación que esto es traería consecuencias muy graves para los negocios y si se baja se la denomina deflación asiendo que el producto pierda su valor propio.

Tabla N° 1 Inflación

FECHA	VALOR
Octubre-31-2017	-0.10 %
Septiembre-30-2017	0.04 %
Agosto-31-2017	0.20 %
Julio-31-2017	0.18 %
Junio-30-2017	0.32 %
Mayo-31-2017	0.91 %
Abril-30-2017	0.86 %
Marzo-31-2017	0.42 %
Febrero-28-2017	0.29 %
Enero-31-2017	0.09 %
Diciembre-31-2016	1.12 %
Noviembre-30-2016	0.96 %
Octubre-31-2016	1.11 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

Se puede apreciar en el siguiente cuadro estadístico, que el tema de la inflación en el Ecuador no es muy favorable, y mucho menos sería para el proyecto en curso, ya que mes tras mes la inflación da un aspecto negativo por lo que al hacer referencia del mes anterior con el mes en curso a afectado un -14%, por esta razón será de una gran amenaza para el proyecto.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB)

Explica (Nunes P., 2015, pág 25.) que:

Producto Interno Bruto es el valor del output (producción) final de todos los bienes (productos y servicios) producidos internamente en una economía durante un determinado período de tiempo (generalmente un año). El término "interno" describe el movimiento como uno que da cuenta de los productos elaborados por los residentes y no residentes en la economía cuando no hay registros de la asignación de los activos internos y externos. El término "bruto" significa que el importe de la depreciación (o "desgaste") de capital (instalaciones, equipos, etc.) que se utiliza en la producción no se deducen del valor de la producción final.

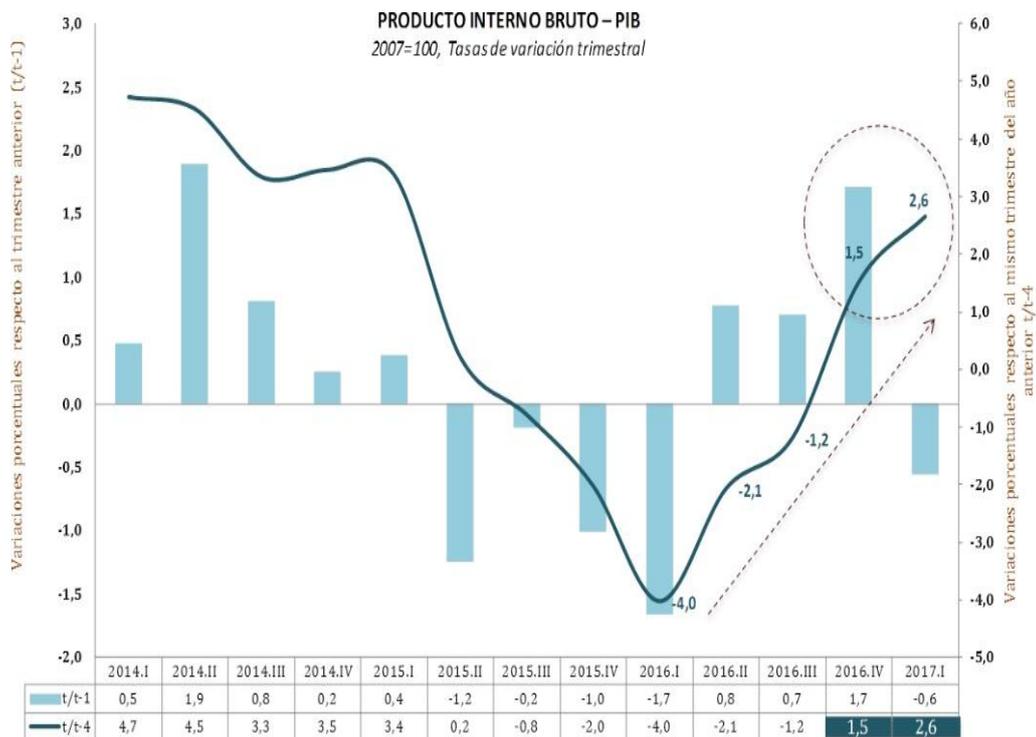


Figura N°1 Producto Interno Bruto
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Con relación a lo dicho anteriormente el PIB vendría a ser el valor monetario de los bienes y servicios que son producidos en un periodo de tiempo determinado, este hace que se refleje como un indicador que ayuda a medir el crecimiento y decrecimiento de los bienes producido tanto como un bien o servicio, adicional este vendría a ser un reflejo de competitividad entre empresas.

2.01.01.03 PIB Sectorial

Menciona (Muñoz de Bustillo & Mora, 2005, pág 55) que:

Como no hay denominación de PIB sectorial, pero básicamente a lo que este se refiere es el PIB por sectores; es decir se toma datos como sector región, a que sector económico se refiere y sector tiempo de esta manera es como se obtiene un PIB sectorial.

Tabla N°2 PIB Sectorial

COMPOSICION DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONOMICA	
Agricultura, Ganaderia, Silvicultura caza y pesca	6.44%
Explotacion de Minas y Canteras	15.51%
Industria manufacturera (excluye refinacion de petroleo	9.01
Suministro de electricidad y Agua	1.03%
Construccion y obras publicas	10.38%
Comercio al por mayor y al por menor	11.31%
Transporte y almacenamiento	6.48%
Servicio de Intermediacion Financiera	2.53%
Otros Servicios	28.07%
Servicios Gubernamentales	5.71%
Servicios Domesticos	0.12%
Otros elementos del PIB	5.93%
Servicio de intermediacion Financiera medidos Indirectamente	-2.52%
PRODUCTO INTERNO BRUTO	100%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

En relación con el proyecto en curso se tiene clara la situación por lo que el proyecto se apega a la clase de actividad económica de “construcciones y obras públicas” por lo que existe un porcentaje del 10.38% que refleja una oportunidad para el emprendimiento, y por otra parte cabe mencionar que este indicador puede cambiar en el transcurso del año en curso, por lo que se deberá de tener presente tal situación.

2.01.01.04 Riesgo País

Deduce (Banco Central del Ecuador, 2017) que:

El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.

Tabla N°3 Riesgos País

FECHA	VALOR
Noviembre-24-2017	510.00
Noviembre-23-2017	517.00
Noviembre-22-2017	517.00
Noviembre-21-2017	527.00
Noviembre-20-2017	543.00
Noviembre-19-2017	552.00
Noviembre-18-2017	552.00
Noviembre-17-2017	552.00
Noviembre-16-2017	557.00
Noviembre-15-2017	581.00
Noviembre-14-2017	560.00
Noviembre-13-2017	561.00
Noviembre-12-2017	562.00
Noviembre-11-2017	562.00
Noviembre-10-2017	562.00
Noviembre-09-2017	567.00
Noviembre-08-2017	560.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

Según la información que refleja el Banco Central del Ecuador, con respecto al riesgo país indica claramente, que el riesgo país es un factor muy fluctuante para invertir en el país, ocasionando que sea muy poco probable que las personas tanto nacionales como empresas extranjeras se sientan atraídas a invertir en nuestro país.

2.01.01.05 Tasa de Interés

Explica (MARX, 1999, pág 123) que:

El interés constituye la parte de la plusvalía (a veces Marx se refiere también a la ganancia bruta) que remunera al capitalista dinerario, en tanto éste encarna la propiedad privada de los medios de producción, frente al capitalista empresario, que encarna al capital en funciones, y es remunerado por la ganancia (a veces también se la conoce como la ganancia empresaria). Se plantea entonces qué determina esta división de la plusvalía entre interés y ganancia del empresario.

Análisis

La tasa de interés en otras palabras viene a ser un porcentaje de dinero que se cobra por la prestación de un capital, la mayor parte de esto las realiza los bancos captados a través de sistemas financieros.

2.01.01.05.01 Tasa de Interés Activa

Afirma (González, 2014, pág 101) que:

Dicho interés es aquel porcentaje que recauda una entidad financiera por el servicio de préstamos a sus usuarios en forma de cobros en sus oficinas o transacciones y a plazos de pago. Para el proyecto, debe ser claro que tasa de interés se pagará, si se obtiene un crédito bancario para de esta manera cubrir progresivamente con el gasto.

Tabla N° 4: Tasa de Interés Activa

Diciembre – 2017			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima	% anual
para el segmento:		para el segmento:	
Productivo Corporativo	7.75	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	8.92	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	10.80	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	7.99	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.83	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.89	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.58	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.70	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.48	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.49	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.52	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.43	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	24.65	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.07	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.05	Inversión Pública	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

Con respecto a la tasa de interés activa del año presente versus al año anterior se puede ver claramente que existe una disminución del 0.17% generando así que exista un porcentaje de emprendedores que opten por la opción de un crédito de los centros financieros del país, al igual que se debe de analizar la capacidad de la organización para cubrir el capital que se fuese a adquirir.

2.01.01.05.02 Tasa de Interés Pasiva

Explica (Gutierrez Morales J., 2010, pág 68) qué; “Serán las que la entidad financiera deba pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversiones, y el monto de intereses resultante que pague presentará una pérdida.”

Tabla N° 5: Tasa de Interés Pasiva

TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.95	Depósitos de Ahorro	1.14
Depósitos monetarios	0.56	Depósitos de Tarjetahabientes	1.16
Operaciones de Reporto	0.10		
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.50	Plazo 121-180	4.98
Plazo 61-90	4.20	Plazo 181-360	5.32
Plazo 91-120	4.79	Plazo 361 y más	7.05

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

Al realizar un breve análisis de la tasa de interés pasiva del presente año versus el indicador del año anterior se puede demostrar claramente que en el presente año tiene -0.87% esto representa que las entidades financieras pagan un interés, menor a diferencia del año anterior, esto implica que ya no es muy favorable invertir a plazo fijo el capital propio.

2.01.02 Factor Social

Detalla (Dongo, 2009, pág 79) que:

Los factores sociales y culturales tienen una importancia decisiva en la explicación de la evolución del pensamiento, sin embargo, es necesario afirmar que ellos no actúan en bloque ni de modo unilateral e independientemente de los factores biológicos e individuales. Por tanto, es necesario diferenciar su accionar, pues, corrientemente, se le reduce a una única dimensión: la transmisión social y cultural.

Los factores sociales de una empresa viene hacer el entorno en que la empresa está involucrada directamente y a su vez como la organización actúa sobre ellas es decir la comunicación que se tiene en el entorno ya sea esta con fuentes de trabajo o ayuda con el medio ambiente.

2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA)

Informa (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017) que:

Serán las personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados).

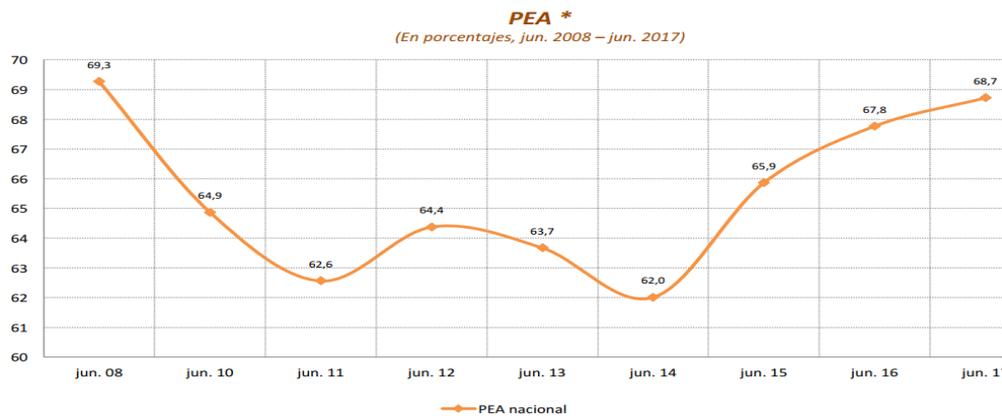


Figura N° 2: Población Económicamente Activa (PEA)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Al realizar un breve análisis de la población económicamente activa se refleja que, a diferencia del año anterior que se tenía un porcentaje del 67.8% que son personas consideradas que pueden generar ingresos al país, mientras que hasta junio del 2017 hay un aumento del 0.9% esto representa que abra más personas que generen ingresos para la economía del país, esto es un aspecto positivo para el proyecto en curso.

2.01.02.02 Empleo

Menciona (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017, pág 1) que:

Personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana, independientemente del deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. También forman parte de esta categoría, las personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan menos de 40 horas, pero no desean trabajar horas adicionales.

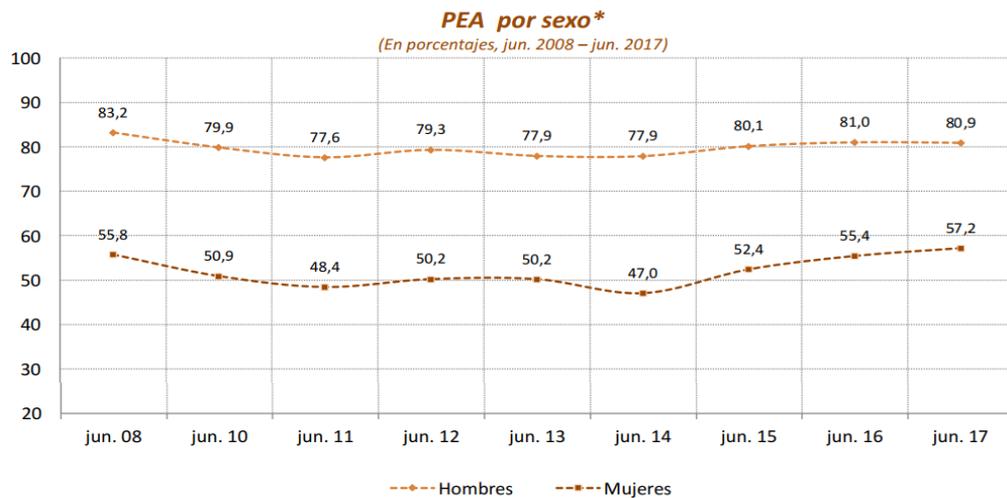


Figura N° 3: Población Económicamente Activa (por sexo)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

En la presente figura de la población económicamente activa según el género masculino como el género femenino, se tiene un porcentaje del 23.7% superior al género femenino, un dato muy interesante esto refleja que las empresas eligen más al sexo masculino por las condiciones que el trabajo lo amerita.

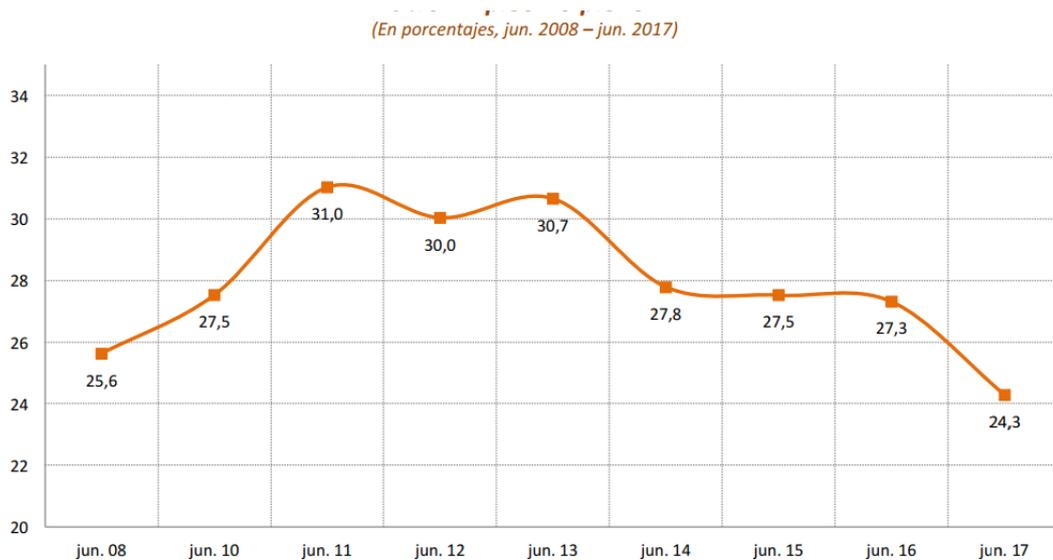


Figura N° 4: Subempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

En el siguiente análisis se puede ver claramente, a referencia del año anterior del mes de junio del 2016 existía personas que consiguieron algún tipo de trabajo acepto un trabajo estable pero un año después la cifra ha disminuido aquello representa que las personas desempleadas o a su vez que contaban con trabajos temporales hoy en día consiguieron obtener un puesto de trabajo que cumple con el salario básico unificado.

2.01.03 Factor Legal

Informa (Gitman & Zutter, 2012, pág 29) que:

Una de las decisiones esenciales que todas las empresas deben tomar es seleccionar una forma legal de organización. Esta decisión tiene implicaciones financieras muy importantes porque la manera como una empresa se organiza legalmente influyen en los riesgo que debería superar los accionistas de la firma, al tiempo que determina su forma de recaudar dinero y como se grabaran sus utilidades. Las tres formas legales más comunes de la organización empresarial son la propiedad unipersonal la sociedad y la corporación. Existen más empresas organizadas como propiedad unipersonal que cualquier otra forma legal. Sin embargo las empresas más grandes casi siempre están organizadas como corporaciones. De cualquier modo cada tipo de organizaciones tiene sus ventajas y desventajas.

Análisis

Los factores legales son todas las normas y obligaciones que tiene una empresa al momento de iniciar un emprendimiento estas pueden ser las normas de calidad, seguridad ambiental, SISO entre otras, este factor legal es fundamental ya que no tener claro cuáles son las condiciones para ejercer la actividad económica esto puede llevar a la inestabilidad y el futuro de la organización o empresa.

2.01.03.01 MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad)

Explica (Ministerio de Industrias y productividad, 2017, pág 16) que:

Ministerio del Ecuador, dedicado a impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo.

En relación a lo establecido anteriormente se llega a la conclusión de que el Ministerio de Industrias y Productividad, se encarga de las políticas para el funcionamiento de las Pymes promoviendo el correcto funcionamiento de las mismas, para que las personas trabajen en condiciones favorables.

2.01.03.02 Ruc (Registro único de Contribuyentes)

Define el Ecuador: Ministerio de Finanzas, s.f. que:

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

Requisitos:

- Presentar el original y entregar una copia de la cedula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipos de vida
- Presentar el original certificado de votación de últimos proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

La empresa debe de conseguir la documentación necesaria para la adquirir el RUC, ya que esta documentación es necesaria para el pago de tributos por la actividad económica que se realice, por otra parte nos evitaremos sanciones, multas o en el peor de los casos el cierre del negocio.

2.01.03.03 Permiso de Cuerpo de Bomberos

Según (Ecuador, Foros, 2017) justifica que:

El permiso de bomberos en la ciudad de Quito se emite a todo local previo a la aprobación de su funcionamiento. Se otorga de acuerdo según el tipo de actividad y riesgo. Tipo a empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

Análisis

Es muy importante tener el permiso del cuerpo de bomberos ya que nos permite el funcionamiento y seguridad de la empresa.

2.01.03.04 LUAE (Licencia Única de Actividad Económica)

Informa (LUAE, 2017) qué; “Es el acto administrativo único con el cual el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza al titular el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en el territorio del DMQ”.

2.01.03.04.01 Requisitos

- Formulario único de solicitud de LUAE
- Copia de RUC
- Copia de la papeleta de identidad o ciudadanía del presente legal

- Copia de papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones
- Calificación artesanal de la Junta Nacional de la Defensa del Artesano o MYPRO (solo para jurídicos)
- En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rotulo (solo para artesanos)
- Para colocar rótulo: En caso de propiedad horizontal: Autorización de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal. En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local. En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las
- Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito: www.quito.gob.ec, o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en cualquiera de las Administraciones Zonales.

2.01.03.05 Normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización)

Según el (INEN, 2017) deduce que; “El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, es una entidad técnica de Derecho Público, con personería jurídica, patrimonio y fondos propios, con autonomía administrativa, económica, financiera y operativa, siendo el organismo técnico nacional competente, en materia de reglamentación, normalización y metrología”.

En el proyecto será de suma importancia la certificación, la misma que nos garantiza que nuestro producto tiene y cumple con normas de fabricación y son aptas para su comercialización, de igual manera el producto tiene cierto grado de reconocimiento y competitividad en relación a la competencia.

2.01.03.06 Patente

Define (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2017, pág 56) como:

Una patente es un conjunto de derechos que concede el Estado a un inventor o a su cesionario, a cambio de las divulgaciones de una invención. Tener patente permite que durante 20 años el titular pueda explotar el invento de forma exclusiva. Esto significa que podrá comercializar exclusiva y directamente el producto patentado, con la facultad de impedir que un tercero copie o comercialice el producto sin su autorización.

Análisis

También se entiende por patente el documento en sí donde se hace constar por parte del Estado el reconocimiento de tales derechos para su titular

➤ Marco Legal

Impuesto de Patente: El artículo 282 del Régimen Municipal establece la obligatoriedad de obtener la patente, y por ende el pago del impuesto Art.381, para todos los comerciante e industriales que funcionen dentro de los límites del distrito metropolitano, así como las que ejercen cualquier actividad económica.

➤ Importancia

La patente municipal se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

➤ Forma de obtenerlo

Se la debe obtener a partir del dos de enero de cada año.

Existen varias clases de personerías:

- Patente personas naturales: En caso de no haber pagado el año anterior se debe presentar una copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC9 y adjuntar la cédula de ciudadanía.
- Patente jurídica nueva: Es el requisito previo a construir una empresa en cuyo caso los requisitos son la copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías y la copia de la cédula de ciudadanía del representante legal.

Clasificación

- Patente anual: Se obtendrá dentro de los 30 días siguientes al final del mes en que se inicia las actividades y durante el inicio de cada año.
- Patente mensual: en el ejercicio de las actividades se pagará un impuesto anual, cuya cuantía está determinada en proporción a la naturaleza valores y ubicación del negocio.

Requisitos para obtener la Patente Municipal

- Formulario de inscripción
- Registro Único de Contribuyentes
- Cédula de Identidad Representante Legal
- Papeleta de votación Representante Legal
- Título de crédito del impuesto predial del propietario del inmueble
- Certificado de bomberos

2.01.04 Factor Tecnológico

Deduce (Mesa, 2015, pág 27) que:

Los aspectos tecnológicos dentro de una empresa son todos aquellos que se consideran para el crecimiento, funcionamiento y progreso de una empresa. Este crecimiento abarca todo lo que refiera a las ventas, producción, diseños, distribución y en fin, prácticamente, estos factores benefician en gran mayoría a una empresa, aunque también perjudican y provocan como cualquier beneficio una gran inversión.

Tabla N° 6: Equipos Tecnológico

AREA	DESCRIPCION	CANTIDAD
Gerencia	Laptop	1
	Teléfono	1
	Celular	1
Comercial	Laptop	1
	teléfono	1
	Celular	1
Producción	computadora de escritorio	1
	teléfono	1
Financiero	computadora de escritorio	1
	teléfono	1

Fuente: Henry Simbaña

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

El factor tecnológico trata del conocimiento o forma de hacer las cosas de una forma rápida a través de innovadoras técnicas que se pueden ir desde su diseño, producción, distribución venta o servicio.

Al aplicar el factor tecnológico a favor del proyecto se diseña una página de Facebook ya que esta hoy en día es una red social constantemente visitada en la cual se informará sobre lo que la empresa ofrece como producto, ubicación, contactos y productos, al igual que se crea un número de WhatsApp esta es otro medio de comunicación utilizada ya que no consume en excesos los megas, esta ayudara a recibir como solicitar información cuando se presente algún tipo de inquietud o falta de información.

2.02 Entorno Local

2.02.01 Clientes

Afirma (Zambrano, 2007, pág. 57) qué; “Un cliente, desde el punto de vista de la economía es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa”.

Análisis

Es la parte fundamental de nuestra empresa ya que ellos son los consumidores de nuestro producto. Los clientes son aquellas personas que necesitan

de nuestro producto o servicio por lo que el producto se elabora gracias a sus necesidades por esta razón el producto va encaminado a la satisfacción de los mismos.

Tabla N° 7: Segmentación de Clientes

UBICACIÓN	GENERO	EDAD
Cumbaya	Femenino	18 años en adelante
Cumbaya	Masculino	18 años en adelante

Fuente: Henry Simbaña

Elaborado por: Henry Simbaña

2.02.02 Proveedores

Explica (Armstrong & Kotler, 2012, pág. 67) qué; “Los proveedores constituyen un vínculo importante del sistema general de la red de entrega de valor de la empresa hacia el cliente. Brindando los recursos que la compañía para producir sus bienes y servicios”.

Análisis

Son aquellas personas u empresas que abastecen a otras empresas con existencias (materias primas) las cuales serán transformadas en productos transformados para posterior su venta.

Tabla N° 8: Proveedores

PROVEEDOR	DESCRIPCION	DIRECCION	TELEFONOS
	vidrio templado (cabinas de vidrio)	Sangolqui- vía Amaguaña k 2,5	233517
	herrajes inoxidables (sistemas corredizos)	Av. General Enríquez - 2 etapa	2338596

Fuente: Henry Simbaña

Elaborado por: Henry Simbaña

2.02.03 Competidores

Detalla (Perry, 1996, pág 90) que:

La competencia es un grupo relacionado de conocimientos, habilidades y actitudes que afectan en su mayor parte a un trabajo (roles o responsabilidades) o que se correlacionan con la actuación en el trabajo, el cual puede ser medido frente a los estándares correctamente aceptados y pueden ser perfeccionados por medio de acciones formativas y de desarrollo.

Análisis

Nuestros competidores son quienes ofrecen un producto con características similares en ocasiones es difícil identificar los productos de la competencia, por esta razón es obligación solicitar a la empresa que provee de los vidrios un sello con el nombre de nuestra empresa que será ubicado en la parte inferior del producto para poder reconocer nuestro producto en caso de reclamos futuros.

Tabla N° 9: Competidores

COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	DIRECCIÓN	TELÉFONOS
	Vidrio templado	Ambato / Tungurahua	2520901
	Vidrio templado	Calle Vicente Duque N77 - 25 y Joaquín Mancheno	2472599
	Vidrio templado	Santo Domingo	3752937

Fuente: Henry Simbaña

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

En la actualidad la competencia cubre un gran mercado nacional pero estas empresas aparte de fabricar las cabinas de baño su actividad económica principal es de vidrio templado su mercado principal son obras de construcciones superiores a los

cincuenta metros cuadrados, en el caso del presente proyecto las cabinas tiene un metraje entre los dos a cuatro metros cuadrados, por esta razón la competencia tiene un precio elevado con este tipo de producto ubicando a las cabinas de baño en un segundo plano.

2.03 Análisis Foda

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar una análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa. Desde este punto de vista la palabra FODA es una sigla creada a partir de cada letra inicial de los términos mencionados anteriormente.

Análisis

Esta es una herramienta que nos ayuda a identificar los factores positivos como negativo previo a esto se realiza un análisis para así llevar acabo las acciones preventivas y correctivas encaminadas al mejoramiento continuo de la organización.

Tabla N° 10: Matriz Foda

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Recurso humano capacitado de acuerdo a su labor • Personal con experiencia y conocimiento del trabajo • Maquinaria de punta 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca publicidad de la organización • No se encuentre en un lugar comercial • No se cuenta con local propio
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento en el sector de la construcción • Eliminación de la salvaguardia • Maquinaria actualizada 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia en la misma zona • Competencia con precios más bajos • Efectos políticos

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis (FO):

Hoy en día se ha visto un crecimiento en sector de la construcción, lo que permitirá que nuestro equipo de trabajo especialmente de ventas, visite los lugares donde se está construyendo, es ahí donde se deberá hacer conocer el producto y el servicio que tenemos.

El equipo de trabajo deberá aprovechar la eliminación de las salvaguardias, haciendo un plan de logística e importando materia prima más económica como herrajes inoxidables, lo que ayudara a que los costos de la organización se reduzcan.

Con la maquinaria actualizada será un punto a favor de la organización, haciendo que se optimiza los tiempos de entrega, ya que a su vez se cuenta con personal apto y capacitado para el uso de maquinaria.

Análisis (DA):

Se realizara un plan de publicidad, se visitara a los pequeños comerciantes, es decir personas que tengan talleres de vidriería, adicional se ara publicidad por las redes sociales, para que se haga conocer la organización y llegue tanto a personas directamente o indirectamente relacionados con la actividad.

Al hablar del precio del producto, la organización tendrá una fuerte competencia ya que las empresas grandes mantienen un precio del producto accesible, es ahí donde el equipo de trabajo especialmente de producción y de ventas entra a elaborar un plan estratégico de benchmarking.

Se debe de analizar las alianzas estratégicas de mercado y de distribución con las empresas cercanas de la zona, una de estas estrategias puede ser que si una empresa se encuentra en el sector sur, esta se encargara de los clientes de la misma zona.

2.04 Propuesta Estratégica

Explica (Armstrong & Kotler, 2012, pág. 38) qué; “Implica adaptar a la empresa para poder obtener ventajas de las oportunidades que haya en su entorno cambiante”.

Análisis

En la siguiente propuesta estratégica se deberá de elaborar un análisis de su entorno interno como externo, posibilidades y ventajas que tiene la empresa las mismas que serán puestas en marcha por parte de todo el personal administrado como operativo de la organización convirtiéndose en un bien común, pues esto define la viabilidad a futuro del presente proyecto.

Por una parte la siguiente propuesta se planteara a la empresa “Vidrios de seguridad Securit S.A” en la que se le pretende alcanzar un descuento como cliente curricular llegando al 25% de descuento que representaría como ganancia para nuestra empresa en curso, para aquello de deberá de ingresar un promedio de ventas de \$ 5.000 dólares Americanos en adelante de venta mensual, en la actualidad se cuenta con un 5% de descuento como cliente fijo de la empresa mencionada con anterioridad.

2.04.01 Misión

Somos una empresa comprometida con la excelencia en la venta de cabinas de baño, buscamos la satisfacción de nuestros clientes a través de políticas de mejoramiento continuo, llevando de la mano nuestros procesos y siendo cuidadoso con el medio ambiente.

2.04.02 Visión

Para el 2022 ser la empresa ecuatoriana con mayor reconocimiento en territorio nacional, ofreciendo productos innovadores, trabajando día a día en la mejora continua para nuestros clientes.

2.04.03 Objetivos

Los siguientes que se elaboren deberán de ser mediables viables y sostenibles conjuntamente con la misión y visión ya establecidas.

2.04.03.01 Objetivo General

Apoyar a la economía del país, mediante una implementación de una microempresa dedicada a la instalación de vidrios de seguridad para viviendas, contando conjuntamente con un recurso humano comprometido y capacitado.

2.04.03.02 Objetivos Específicos

- Cumplir con los parámetros legales del producto con su identificación o sello de calidad.

- Seleccionar la materia prima más adecuada para obtener un producto de alta calidad para el cliente.
- Proteger la seguridad física de nuestro equipo de trabajo y de la comunidad al ofrecer un producto calificado.
- Fomentar al equipo de trabajo un plan carrera.
- Crear continuamente planes estratégicos en periodos determinados de preferencia trimestralmente “involucrado todo el personal de la empresa”

2.04.04 Principios y/o valores

Puntualidad

El respeto a los tiempos de llegada y salidas al trabajo ya es importante para que la empresa este active en todo su horario laboral.

- Llego a tiempo a trabajar
- Siempre a tiempo en citas de trabajo
- Presentar informes/documentos en la fecha indicada

Honestidad

Se promueve la verdad como una herramienta de éxito tanto en la empresa como fuera de ella para formar lazos de confiabilidad tanto en trabajadores como con el cliente.

- Decir siempre la verdad
- Cumplir con lo acordado
- Compartir información clara
- Admitir los errores

Trabajo en equipo

Conlleva la integración de cada uno de los integrantes de la empresa, para así sean obtenidos mayores resultados. Para ello es indispensable la participación de los empleados en los diversos ámbitos de la empresa.

- Tener en cuenta tu responsabilidad
- Todos deben cooperar

Calidad

Algo primordial cuando hablamos de nuestro producto ya que sin ella no podría ser un producto de excelencia.

- Trabajar bajo normas de la empresa
- Manipulación cuidadosa del producto

Comunicación

Las relaciones de la empresa sean las mejores, claras, concisas con conexiones fluidas y sinceras tanto con los trabajadores como con los clientes.

- Digo lo que pienso
- Compartir la información

Respeto

Es una demostración de honor y valor por algo. Nosotros respetamos las leyes, las personas con las que trabajamos, la empresa y sus activos, y de nosotros mismos.

- Respeto a mis compañeros y clientes
- Respetar las ideologías
- Respetar su religión

Responsabilidad

Las personas éticas asumen la responsabilidad por sus acciones, del mismo modo, las acciones muestran la capacidad de ser responsable tanto en las cosas pequeñas como en las grandes.

- Responder ante todo
- Efectuar tus responsabilidades

2.04.05 Gestión Administrativa

Menciona (Sapag & Sapag, 2008, pág 87) que:

La forma de mejorar la productividad se puede orientar desde muchas perspectiva distintas; cambios en estructuras y procesos tecnológicos; redefinición de la gestión administrativa y de la administración de operaciones; y cambio en la conducta de los trabajadores mediante la creación de estímulos y motivaciones”.

2.04.05.01 Organigrama Estructural

Según (Guerra Espinel & Aguilar Valdez, 1994, pág. 65):

Generalmente esta actividad se lleva acabo como parte inicial de la segunda función administrativa y consiste en la estructuración formal de un organograma que de acuerdo con la versión contemporánea debe incluir un organigrama estructural de la empresa y su correspondiente funciograma, así como el radio de acciones, número de empleados, condiciones laborales de la empresa.

Análisis

Es una representación gráfica que indica la jerarquía y la relación que existe entre departamentos de la organización, así como su funcionalidad de cada una de ellas, este organigrama ayuda para la capacitación del personal y presentar a la

organización de forma rápida, permitiendo que se tenga un conocimiento claro y rápido del orden de la empresa

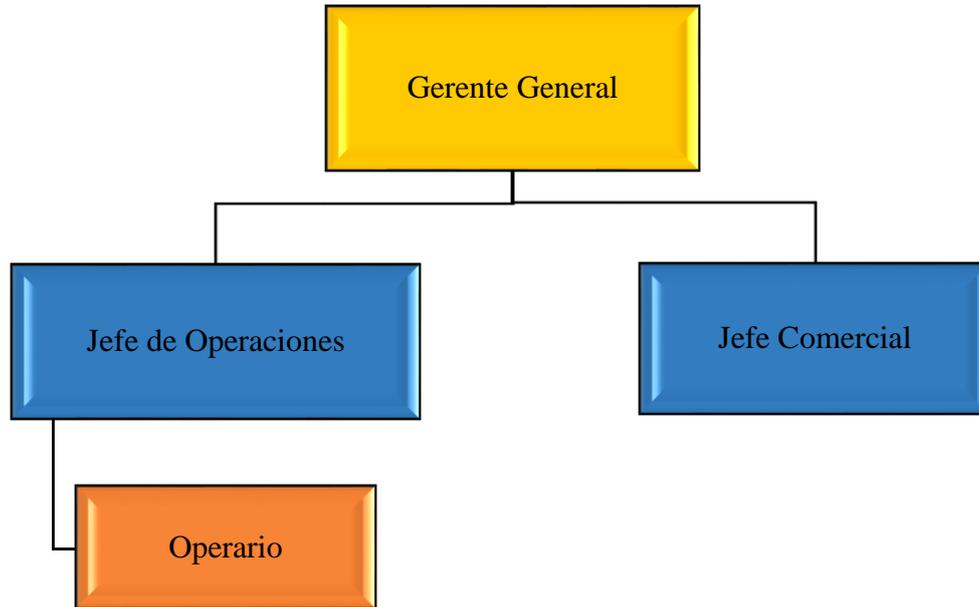


Figura N° 5: Organigrama Estructural
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

2.04.05.01.01 Perfil de cargos

Análisis

Es una herramienta de la administración que se la realiza para detallar las funciones, así como las competencias las que deberá de tener el individuo, esta ficha además ayuda al departamento de talento humano al momento de vincular a un individuo al equipo de trabajo, reduciendo así el porcentaje de equivocación en la selección del personal apropiado para la empresa.

Tabla N° 11: Perfil de Cargo Gerente General

PERFIL Y FUNCIONES DEL CARGO

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Es representante legal de la organización, y tendrá a su cargo la dirección y administración de negocios.

Cargo:	Gerente General
Área:	Administrativo
Número de Personas en el Cargo	1
Sueldo	500
Estudios	Estudios Superiores
Edad	25 en adelante

FUNCIÓN Y REQUISITOS A DESARROLLAR

Funciones:

- Sera responsable de cumplir y hacer cumplir los reglamentos y políticas establecidas por la empresa.
- Desarrollar y planificar mejoras acordadas según lineamientos de la organización.
- Dirigir la gestión Administrativa y Financiera
- Planificar de alianzas estratégicas

Competencia específicas:

- Buena Comunicación
- Trabajo en equipo y buenas relaciones
- Tener capacidad para soluciones inmediatas
- Buena presencia
- Trabajo bajo presión

Experiencia en cargos similares	3 años
---------------------------------	--------

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 12: Perfil de Cargo Jefe de Operaciones

PERFIL Y FUNCIONES DEL CARGO

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Es quien responde a todo referente con el proceso productivo de la empresa.

Cargo:	Jefe de Operaciones
Área:	Administrativo
Número de Personas en el Cargo	1
Sueldo	500
Estudios	Tecnólogo en Administración Industrial y de la Producción.
Edad	25 años en adelante

FUNCIÓN Y REQUISITOS A DESARROLLAR

Funciones:

- Es responsable de la producción en volumen y calidad, así como los pasos necesarios para el desarrollo del mismo.
- Supervisar y controlar los procesos mediante indicadores de gestión.
- Planificar y programar las actividades diarias del personal a su cargo con relación a las normas y procedimientos que rigen en la empresa.
- Desarrollar y planificar mejoras acordadas según lineamientos de la organización.

Competencia específicas:

- Trabajo bajo presión.
- Trabajo en equipo y buenas relaciones
- Tener capacidad para soluciones inmediatas
- Buena presencia
- Coordinación verbal y escrita.

Experiencia en cargos similares 2 años

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 13: Perfil de Cargo Jefe Comercial

PERFIL Y FUNCIONES DEL CARGO

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Es quien responde a todo referente con el proceso productivo de la empresa.

Cargo:	Jefe Comercial
Área:	Administrativo
Número de Personas en el Cargo	1
Sueldo	500
Estudios	Estudios Superiores
Edad	25 años en adelante

FUNCIÓN Y REQUISITOS A DESARROLLAR

Funciones:

- Preparar los planes estratégicos para la venta y comercialización del producto.
- Planificar y programar las actividades diarias de visitas según cartera de clientes.
- Será encargado de acompañar al vendedor en las visitas de los clientes con finalidad de concretar las ventas.
- Establecer y ajustar los precios conjuntamente con producción.
- Planificar y desarrollar mejoras acordadas según lineamientos de la organización.

Competencia específicas:

- Conocimiento amplio del producto.
- Trabajo en equipo y buenas relaciones
- Conocimientos en (Word, Excel e Internet)
- Habilidad numérica.
- Buena presencia.
- Coordinación verbal y escrita.

Experiencia en cargos similares 2 años

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 14: Perfil de Cargo Operario

PERFIL Y FUNCIONES DEL CARGO

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Será encargado del trabajo físico e intelectual mediante los recursos que se le posee

Cargo:	Operario
Área:	Producción
Número de Personas en el Cargo	2
Sueldo	Salario Básico
Estudios	Bachiller
Edad	18 años en adelante

FUNCIÓN Y REQUISITOS A DESARROLLAR

Funciones:

- Realizar los trabajos establecidos mediante las órdenes de trabajo.
- Solicitar la autorización para la salida de las herramientas apropiadas para el trabajo.
- Llenar el formulario de entrega una vez ensamblada las cabinas.
- Llenar el formato de salida de la mercadería.
- Informar novedades presentadas en la jornada de trabajo.

Competencia específicas:

- Trabajo bajo presión.
- Trabajo en equipo y buenas relaciones
- Conocimientos en de planos (básicos)
- Disponibilidad completa.

Experiencia en cargos similares 2 años

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

2.04.06 Gestión Operativa

Informa (Chase & Jacobs, 2013, pág 4), que:

La administraciones operaciones (AO) se define se define como el diseño, operación y mejoramiento de los sistemas que crean y proporcionan los productos y servicios primarios de una empresa. Al igual que el marketing y las finanzas, la AO es un campo funcional de negocios con claras responsabilidades de administración de línea. La AO se ocupa de la gestión de todo u sistemas que produzca un bien o preste un servicio (pág. 4).

2.04.06.01 Jornadas de Trabajo

La empresa tiene una producción de 8 horas de lunes a viernes con un total de 4 trabajadores, dos para el área administrativa producción, comercial y financiero dos trabajadores para la parte operativa.

2.04.06.02 Políticas de producción

- Uso correcto de uniformes en horas de trabajo.
- Uso obligatoria de EPP (Equipos de protección personal)
- No estar en estado etílico.

2.04.07 Gestión Comercial

Explica (Serrano, 2011, pág 22) que: “Es un instrumento básico para tomar decisiones en el seno de la empresa, nos permite conocer el mercado, la opinión que los consumidores tienen de la empresa, sus productos y servicio”.

Análisis

Es el área donde su función es la gestión comercial de la organización tales como marketing, venta y comercialización del producto, asiendo conocer y abrir a la organización al mundo exterior enfocándose principalmente con la satisfacción al cliente.

2.04.07.01 Producto

Afirma (Kotler & Armstrong, 2012, pág 11) que: “Un producto es un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangible o intangible que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor”.

Análisis

Se tendrá como fuente de ingresos principal la venta de cabinas de baño con vidrio templado e incluso según la información que se ha venido dando es que el espesor del vidrio deberá ser de seis milímetros por el tema de seguridad, estas cabinas previamente son armadas con herrajes inoxidable que soportan al entrar en contacto con el agua.



Figura N° 6: Cabina de baño

Fuente: Google Imágenes

Elaborado por: Henry Simbaña

2.04.07.02 Precio

Dice (Sevilla, 2017, pág 33) que:

Los precios garantizan que los recursos se repartan de manera eficiente y que se pueda alcanzar un equilibrio de mercado. Si aumenta la demanda de un bien o disminuye la oferta, no habrá suficiente oferta del bien para cubrir toda la demanda, por lo que el precio subirá. De esta manera, la demanda se reducirá y volverá a haber un equilibrio de mercado.

Análisis

El precio será establecido mediante un análisis de mercado que se determinara a continuación en el proyecto, adicional a esto el valor del producto se establecerá tomando en cuenta al valor de la competencia, designando a una persona que tenga conocimiento del producto llegando a conseguir cotizaciones en las competencias ya que así serán más fácil de asemejar el precio para nuestro producto.

2.04.07.03 Plaza

Afirma (Vargas, 2015, pág 10) que:

La Distribución Comercial relaciona la producción con el consumo. Su objetivo es poner el producto a disposición del consumidor final o del comprador en la cantidad demandada, en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo, presentando el producto de forma atractiva, que estimule a comprarlo. Además, implica también llevar a cabo una serie de actividades de información, promoción y presentación del producto en el punto de venta a fin de estimular su adquisición. Todo ello debe hacerse a un costo razonable, que el consumidor o comprador esté dispuesto a pagar.

Análisis

Es aquel lugar donde se acentuará la empresa para su funcionamiento, y tendrá sus canales de distribución más cercanos, este lugar se elige por el

crecimiento acelerado de población considerado un lugar de clase social media alta la misma que en los últimos meses el producto tiene una demanda considerable.



Figura N° 7: Plaza
Fuente: Google Imágenes
Elaborado por: Henry Simbaña

2.04.07.04 Promoción

Informa (Muñiz, 2001, pág 6) que:

Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo. El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas.

Análisis

La empresa realizara una promoción todo cliente tendrá automáticamente un descuento de 4% un su primer pedido, con la intención de captar clientes y hacerse conocer la empresa.

2.04.07.05 Estrategia de Promoción

La empresa dará una mesa de ajedrez echa en vidrio a los primeros 50 clientes en su primera compra.

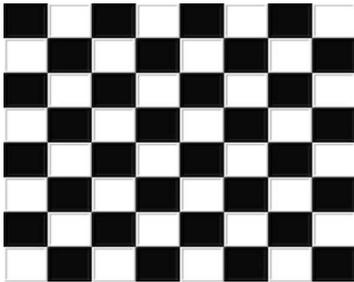


Figura N° 8: Meza de Ajedrez
Fuente: Google Imágenes
Elaborado por: Henry Simbaña

2.04.07.06 Publicidad

La publicidad se realizara mediante una página de Facebook ya que esta hoy en día es constantemente visitada por un sin número de usuarios y de esta manera se llega que la empresa sea reconocida, así como un número WhatsApp especialmente para enviar y recolección de información de nuestra clientela.



Figura N° 9: Tarieta de Presentación Adverso
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña



Figura N° 10: Tarjeta de Presentación
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña



Figura N° 11: Publicidad WhatsApp
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

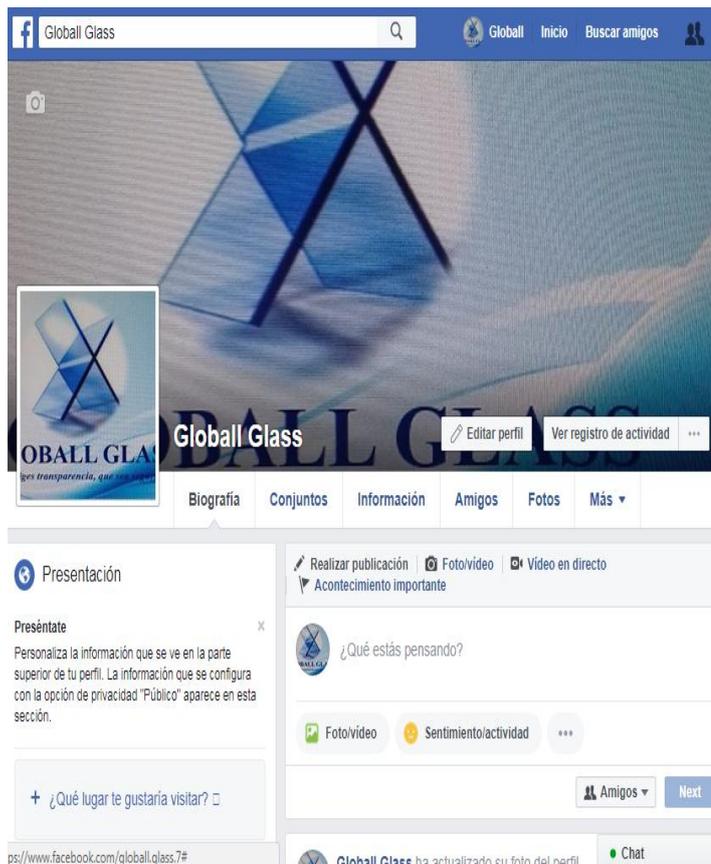


Figura N° 12: Publicidad Facebook
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

2.04.07.07 Nombre de la Empresa

El nombre **GLOBAL GLASS**, proviene de la fusión de palabras como Global que en español, tiene un significado de un todo, que no se divide, mientras que All traducido al español toma el significado “todas” y por ultimo Glass que al español significa “vidrio” de tal manera que el nombre representa a una organización que no se divide que demuestra el trabajo en equipo y a su vez significa que la empresa cuenta con todo a lo que respecta al vidrio.

2.4.7.8 Logo de la Empresa



Figura N° 13: Logo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Significado de los colores

- El color celeste para la organización significa un trabajo con mentalidad positiva lo que genera que el trabajo se enfoque netamente en alcanzar lo planificado conjuntamente con la visión de la empresa.

- El color blanco tiene el significado de la pureza, sencillez, limpieza y presión esto se refleja con la selección del personal que contara la empresa.
- El color azul toma el significado la confianza, seriedad, honestidad seguridad y profesionalismo, lo que refleja una imagen de presencia a la organización.

2.04.07.09 Eslogan

¡Si eliges transparencia, que sea seguro!

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

El estudio de mercado tiene como objetivo principal el análisis de datos y/o características de la demanda del producto o servicio que la empresa requiere para determinar su viabilidad y su posicionamiento en la industria con relación a sus competidores, con la finalidad de mejorar sus estrategias y usarlas a favor aumentando así su competitividad.

3.01 Análisis del consumidor

“El concepto del comportamiento del consumidor significa aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios”. (Arellano, 2002)

Consiste en realizar un análisis como sus gustos, hábitos de consumo, necesidades y preferencias del consumidor que conforman en el mercado.

Es necesario definir la importancia de nuestro mercado es decir señalar las principales características de quienes van a conformar como puede ser sexo, cuál es su rango de edad, donde vive, tipo de ingreso entre otras ya que estas ayuda a definir las características principales del producto como puede ser el precio, diseño, color, espesor entre otras.

3.01.01 Determinación de la población y muestra

En el presente proyecto se definirá como población el nororiente del Distrito Metropolitano de Quito, y su ubicación de la organización será en la parroquia de Cumbaya, no obstante esta tendrá su influencia a sus alrededores por lo que genera un aspecto positivo para el reconocimiento de la empresa.

3.01.01.01 Población

El concepto de población hace referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general, también permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política. (Perez & Merino, 2012, pág 32)

Análisis

Debe tener claro que la población en el proyecto viene hacer el conjunto de individuos que conviven en un determinado lugar, lo que permite que las cosas concuerden con una serie determinada de especificaciones realizada en el análisis del consumidor.

Tabla N° 15: Población

UNIVERSO	
Población de Quito	2.576.287
Población de la Parroquia	32.000
Familias	1.986

Fuente: INEC

Elaborado por: Henry Simbaña

3.01.01.02 Muestra

Explica (Arias, 2011, pág 16) que:

Se entiende por muestra al subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible, es decir, representar una parte de una población objeto de estudio. De allí es importante asegurarse que los elementos de la muestra sean lo suficiente representativos de la población que permita hacer generalizaciones.

Análisis

Al referirse a la muestra en el proyecto, se enfoca en un grupo reducido que ayuda con especificaciones claras hacia donde se puede llegar con el producto.

Si bien la muestra es un grupo reducido de la población el estudio se enfocará en los principales lugares de la construcción y de las remodelaciones tanto en las parroquias urbanas y rurales del Distrito Metropolitano de Quito.

Para esto aplicaremos la siguiente formula.

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

En donde:

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

Z: nivel de confianza = 95%

p: probabilidad o proporción del éxito esperada de individuos = 50%

q: probabilidad o proporción de fracaso no aceptada = 50%

n: tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

e: margen de error = 5%

Lo que corresponde a:

$$\frac{1986 * (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}{(1986 - 1)(0.05)^2 + (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}$$

Total número de encuestas.

$$n = 322.03$$

$$n = 322$$

Luego de aplicar la fórmula de la muestra se obtuvo que se deberá de realizar 322 encuestas las mismas que se deberán aplicar en el nororiente del Distrito Metropolitano de Quito.

3.01.02 Técnicas de obtención de información

“Las técnicas de obtención de información son procedimientos y actividades que le permite al investigador obtener una gama amplia de información necesaria para dar cumplimiento necesario a sus objetivos de investigación”. (Hurtado)

Debe tener claro para el proyecto que las técnicas de obtención de información son herramientas para el uso investigativo lo que da una gran información acerca del impacto o acogimiento que va a tener nuestro producto en el mercado o con nuestros clientes entre estas mencionaremos las siguientes:

Observación

Es una técnica de observación de hechos durante el análisis participa activamente como espectador de las actividades llevadas a cabo por una persona para así conocer mejor su sistema. (Lebet, 2010, pág 45)

Encuestas

“Es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones para así conocer opiniones y hechos específicos”. (Bautista Degado, 2012, pág 20)

Entrevistas

Según (Galindo, 1998, pág 68) que:

La entrevista y el entrevistador son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad y a su vez eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana.

Análisis

Para el proyecto se elige la entrevista como un método para la recopilación de información esta se dará por un cuestionario establecido con preguntas que sirven como guía y base del capítulo financiero.

Cuestionarios

“Es una técnica estructurada para la recopilación de datos que consisten en una serie de preguntas ya sean de manera oral o escrita que respondan los encuestados”. (Malhotra, 2008, pág 32)

Focus Group

Afirma Negocios, (2012) que:

El focus group (o grupo focal) es un método o forma de recolectar información necesaria para una investigación, que consiste en reunir a un pequeño grupo de personas (generalmente de 6 a 12 personas) con el fin de entrevistarlas y generar una discusión en torno a un producto, servicio, idea, publicidad, etc.

Análisis

Es una técnica cualitativa que ayudara a que los sujetos, en este caso los usuarios de información, ofrezcan, desde sus propios puntos de vista respuestas que serán registradas por el investigador para que pueda después adentrarse en cada sujeto o individuo para esclarecer un hecho o situación.

3.01.02.01 Modelo de la encuesta

Análisis

Una encuesta es una técnica o método de recolección de información en donde se procede a interrogar de manera verbal o escrita a un grupo de personas con el fin de obtener información necesaria para una investigación.

En un breve análisis la técnica que ayudara para recopilar información necesaria para el proyecto será la encuesta.

En la siguiente encuesta se interroga de manera verbal o escrita a un grupo de personas con el fin de obtener determinada información necesaria para el proyecto ya que de esta depende, si el producto será acogido por la comunidad.

Esta debe ser compuesta con preguntas claras y concisas que el lector pueda entender sin ningún doble sentido de la palabra, al realizar la encuesta va a permitir, que exista un manejo de ventas de la empresa y una mejora continua de la misma.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA”

CARRERA: ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

ENCUESTA

Objetivo:

Definir el grado de aceptación que puede tener el proyecto para la implementación de una microempresa ubicada en el nororiente del DMQ.

Indicaciones: Lea con atención las siguientes preguntas y marque con una X según su criterio.

Datos Generales

Género Masculino Femenino

1.- ¿En su hogar tiene cabinas de baño?

Sí No

2.- ¿Cada que tiempo renueva su baño? (Selecciones una opción)

Mensualmente Trimestralmente

Semestralmente Anualmente

3.- ¿Conoce cuál es el tipo de vidrio utilizado en la cabina de baño?

Flotado (no templado) Vidrio de seguridad (Templado)

4.- ¿Si se crea una microempresa que construya cabinas con vidrio templado usted estaría dispuesto a adquirir estas cabinas?

Sí No

5.- ¿Conoce las características del vidrio templado?

Sí No

6.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por esta cabina?

\$225 a \$250 \$250 a \$300

7.- ¿Antes de comprar un producto como este, mira otras marcas?

Sí No

8.- ¿Marque con una X en el color que le gustaría que tenga el vidrio?

(seleccione una opción)

Claro Dark Grey (Negro) Arti blue (Azul)

Verde Reflectivo Bronce

9.- ¿Por cuál medio o redes sociales le gustaría adquirir este producto?

Vía telefónica Personalmente

Facebook WhatsApp E-mail

GRACIAS POR SU COLABORACION

3.01.03 Análisis de la información

“Este estadio se presenta posterior a la aplicación del instrumento y finalizada la recolección de los datos, donde se procederá a aplicar el análisis de los datos para dar respuesta a las interrogantes de la investigación”. (Hevia, 2001, pág. 23)

Datos Generales

Género Masculino Femenino

Tabla N° 16: Género

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	218	68%
Femenino	104	32%
Total	322	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

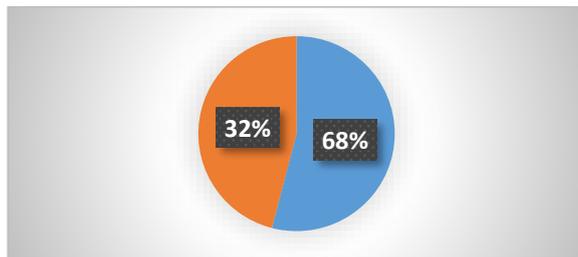


Figura N° 14: Género

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Al realizar en previo análisis a la primera pregunta correspondiente al género se obtuvo los siguientes datos, tomando en cuenta que de la muestra de la población es de 322 personas encuestadas lo que da el 68% que pertenece al sexo masculino el mismo que representa 218 personas, y por otra parte el porcentaje restante que pertenece al género femenino con un 32% de encuestas planteadas, correspondiente a 104 personas, concluyendo que el mayor porcentaje se lleva el género masculino.

1.- ¿En su hogar tiene cabinas de baño?

Sí

No

Tabla N° 17: Pregunta 1

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	174	54%
No	148	46%
Total	322	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

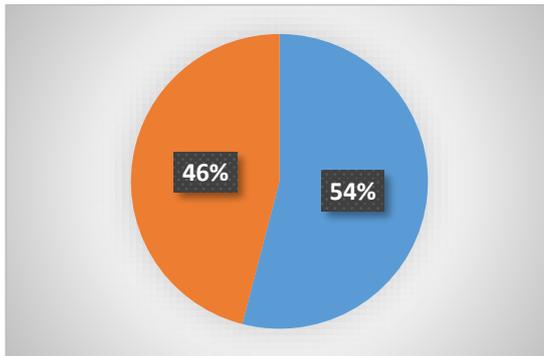


Figura N° 15: ¿En su hogar tiene cabinas de baño?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Mediante el previo análisis de la información de la encuesta realizada, se puede apreciar el siguiente resultado de 322 personas encuestadas, el 54% indica que cuenta con este tipo de producto en sus hogares, mientras que el porcentaje restante que es el 46% no disponen este producto en sus hogares.

Cabe mencionar que al realizar la encuesta los participantes tenían curiosidad de conocer este tipo de producto lo que se procedió a la explicación necesaria para inquietud de los mismos, de lo que el género masculino puso más énfasis en la información otorgada.

2.- ¿Cada que tiempo renueva su baño? (Selecciones una opción)

Mensualmente

Trimestralmente

Semestralmente

Anualmente

Tabla N° 18: Pregunta 2

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	29	9%
Trimestral	36	11%
Semestral	44	14%
Anual	213	66%
Total	322	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

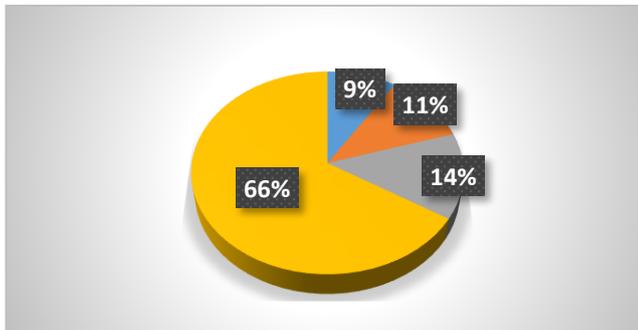


Figura N° 16: ¿Cada que tiempo renueva su baño?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Con respecto a la presente pregunta, la tabulación indica que un 9% de personas encuestadas, añaden o modifican su baño y según su necesidad, mientras que el 11% de encuestados indican que renuevan y añaden algún elemento ya sea de decoración u adorno, seguido de un 14% de encuestados que representan un total de 44 personas, que indican que sería recomendable renovar o realizar cierto cambio en el espacio del baño, y por último se tiene el 66% de encuestados renovarían su baño una vez al año ya que en este tipo de producto sería con un acabado final en los hogares.

3.- ¿Conoce cuál es el tipo de vidrio utilizado en la cabina de baño?

Flotado (no templado)

Vidrio de seguridad (Templado)

Tabla N° 19: Pregunta 3

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Flotado (no templado)	174	54%
Vidrio de seguridad (Templado)	148	46%
Total	322	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

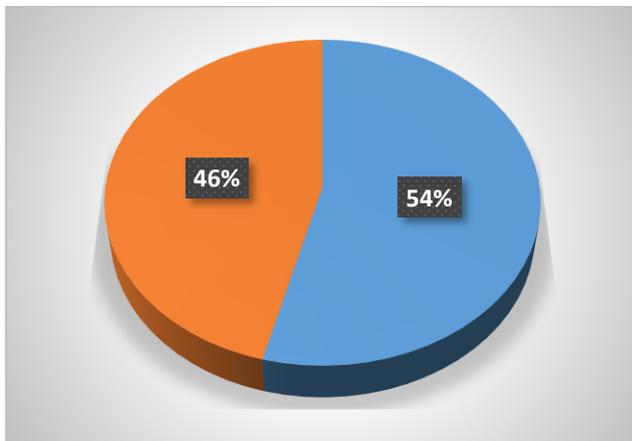


Figura N° 17: ¿Conoce cuál es el tipo de vidrio utilizado en la cabina de baño?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

De acuerdo a la indagación de la presente encuesta de 322 personas, obtuvimos los siguientes datos, el 54% de personas aseguran que este producto flotado vidrio sin templar está en sus hogares principalmente en las cabinas de baño y en las ventanas que son muy frecuentemente utilizar este tipo de producto, mientras que el porcentaje que pertenece al 46% de personas encuestadas aseguran que este producto vidrio templado si esta en las cabinas de baño de sus hogares lo que da un aspecto positivo al presente proyecto.

4.- ¿Si se crea una microempresa que construya cabinas con vidrio templado usted estaría dispuesto a adquirir estas cabinas?

Sí

No

Tabla N° 20: Pregunta 4

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	180	56%
No	142	44%
Total	322	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

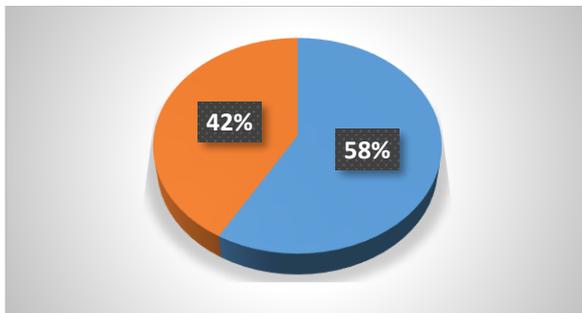


Figura N° 18: ¿Si se crea una microempresa que construya cabinas con vidrio templado usted estaría dispuesto a adquirir estas cabinas?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

En la presente indagación se puede determinar que de 322 personas encuestadas el 56% que equivale a 180 participantes, detallan que en algún momento adquirirían este producto o reemplazarían su cabina habitual por una cabina con vidrio de seguridad, por otra lado el 44% de encuestados aseguran que no comprarían este producto ya que el precio es un factor que influye al momento de adquirirlo por lo que no adquirirían este tipo producto, pero a su vez si recomendarían a terceras personas dando un punto a favor del proyecto.

5.- ¿Conoce las características del vidrio templado?

Sí

No

Tabla N° 21: Pregunta 5

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	101	31%
No	221	69%
Total	322	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

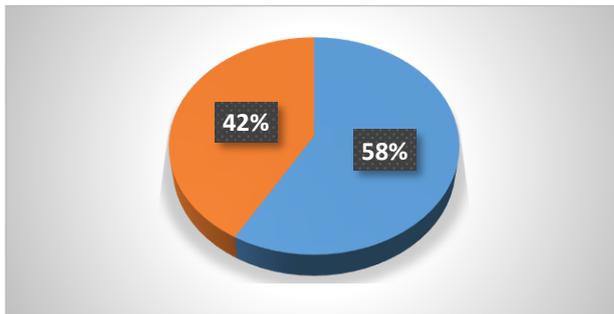


Figura N° 19: ¿Conoce las características del vidrio templado?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Al realizar en previo análisis de la información de la encuesta, se puede apreciar el siguiente resultado de 322 personas encuestadas, el 31% conocen o tienen la idea de la utilidad de las características de este producto, mientras que el porcentaje restante que equivale al 69% de las encuestas no conocen este tipo de producto.

Cabe mencionar que al realizar la encuesta los participantes tenían curiosidad de conocer este tipo de producto lo que se procedió a la explicación necesaria para inquietud de los mismos, de lo que el género masculino puso más énfasis en la información otorgada.

6.- ¿Estaría dispuesto a cancelar uno de los siguientes valores, tomando en cuenta las propiedades del producto como la durabilidad, brillo, transparencia?

\$225 a \$250

\$250 a \$300

Tabla N° 22: Pregunta 6

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$225 a 250	189	59%
\$250 a 300	133	41%
Total	322	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

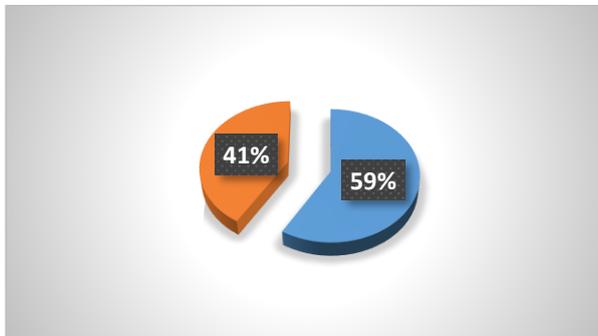


Figura N° 20: ¿Estaría dispuesto a cancelar uno de los siguientes valores, tomando en cuenta las propiedades del producto como la durabilidad, brillo, transparencia?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

En el presente análisis de la información se llegó a constatar que el 59% de encuestados equivalente a 189 personas, optan por el valor más económico ya que el precio será una de las primeras opciones al momento de adquirir el producto asegurando que se apegaría más sus bolsillos, seguido de 133 personas que son el 41% de encuestas que aseguran que el valor de \$ 250 a 300 es el valor que debiese tener para este tipo de espesor producto concluyendo que en esta opción se ve el resultado positivo para la ejecución del proyecto.

7.- ¿Antes de comprar un producto como este, mira otras marcas?

Sí

No

Tabla N° 23: Pregunta 7

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	188	58%
No	134	42%
Total	322	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

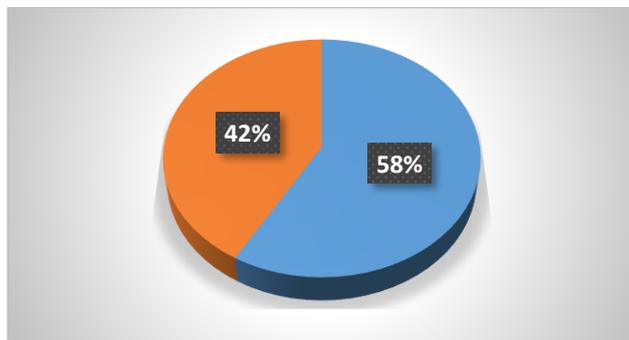


Figura N° 21: ¿Antes de comprar un producto como este, mira otras marcas?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Conforme con los resultados que arroja la encuesta realizada a 322 participantes, se llegó a determinar que hay un 42% de personas que no tendrían necesidad de consultar o buscar en otros lugares para poder adquirir este producto tomando en cuenta que no es mucha la diferencia con respecto al 58% de encuestados que afirman que antes de comprar el producto, si consultarían en otros lugares para poder adquirirlo, ya que el precio es un factor que siempre va hacer sea una opción de compra.

8.- ¿Marque con una X en el color que le gustaría que tenga el vidrio?

(seleccione una opción)

Claro Dark Grey (Obscuro) Arti blue (Azul)

Verde Reflectivo Bronce

Tabla N° 24: Pregunta 8

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Claro	82	25%
Dark Grey (Obscuro)	60	19%
Arti Blue (Azul)	68	21%
Verde	33	10%
Reflectivo	51	16%
Bronce	28	9%
Total	322	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

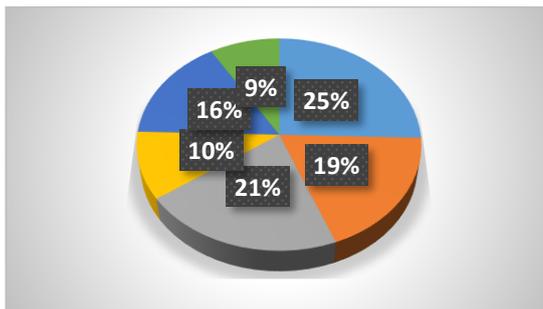


Figura N° 22: ¿Marque con una X en el color que le gustaría que tenga el vidrio?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

De acuerdo al presente análisis a la pregunta ocho se obtiene como resultado que de 322 personas encuestadas que dan como resultado que el 25% les gustaría que fuese de color claro siendo este el que tuvo más impacto y acogimiento en los participantes los mismos que aseguraron que si prefieren seguridad pues que sea de color claro, y como resultado final que todos los colores son favorables para ejecución de proyectos.

9.- ¿Por cuál medio o redes sociales le gustaría adquirir este producto?

Vía telefónica Personalmente
 Facebook WhatsApp E-mail

Tabla N° 25: Pregunta 9

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Vía telefónica	93	29%
Personalmente	81	25%
Facebook	7	2%
WhatsApp	75	23%
E-mail	66	21%
Total	322	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

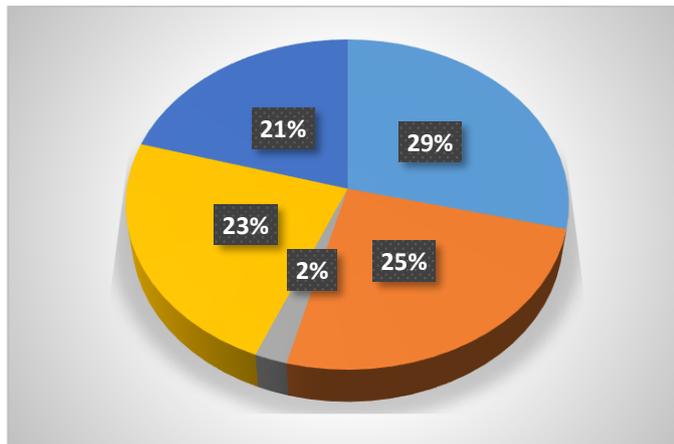


Figura N° 23: ¿Por cuál medio o redes sociales le gustaría adquirir este producto?
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Según los resultados de la encuesta de 322 personas se obtuvo los siguientes datos el 29% de los encuestados optan por adquirir el producto vía telefónica ya que de esta manera se ordena más rápido la adquisición de este producto lo que reduce el tiempo de estar buscando la dirección u estar viajando hasta darse con el local.

3.02 Oferta

“La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos”. (Thompson, 2008, pág. 38)

Análisis

En otras palabras la oferta viene a ser la cantidad de bienes o servicios, que organizaciones, instituciones, empresas o grupos de personas que están dispuestos a poner en el mercado su producto y a un precio determinado.

3.02.01 Oferta Histórica

“La oferta al igual que la demanda, están en una función de una serie de factores, como son los precio en el mercado, el producto, los apoyos gubernamentales a la producción, entre otros”. (Baca Urbina, 2010, pág. 41)

Análisis

La oferta histórica viene a ser aquellos datos que se recopilaron en un tiempo pasado como puede ser el precio de un producto, la misma que ayuda al investigador para asumir un precio y este actualizarle en un presente proyecto.

3.02.02 Oferta Actual

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. (Baca Urbina, 2010, pág. 41)

Análisis

La oferta actual es la cantidad de bienes o servicios como puede ser aquel producto que se encuentra en el mercado con un precio establecido, esto hace que la recopilación de datos sea más clara para la ejecución de un proyecto y así determinar la cantidad de producto a adquirir.

Tabla N° 26: Calculo de la Oferta Actual

OFERTA ACTUAL

Demanda Actual	Competencia	Oferta Actual
238	54%	128,25

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

3.02.03 Oferta Proyectada

Es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen a la oferta. En esencia se sigue el mismo procedimiento que en la investigación de la demanda, hay que recabar datos de fuentes primarias y secundarias. (Baca Urbina, 2010, pág. 42)

La oferta proyectada hace una visión clara del posible precio, cantidad que pueda tener el producto durante algunos años a futuro ya sea esta que se refleje en cantidades o porcentaje dados por el cálculo de la demanda proyectada y el porcentaje de aceptación.

Tabla N° 27: Calculo de la Oferta Proyectada

OFERTA PROYECTADA

Años	Demanda proyectada	Competencia	Oferta Proyectada
2018	237,50	54%	128,25
2019	241,21	54%	130,25
2020	244,97	54%	132,28
2021	248,79	54%	134,35
2022	252,67	54%	136,44

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

3.03 Demanda

“Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Baca Urbina, 2010, pág. 10)

Es decir, la demanda viene hacer la cantidad de bienes o servicios que una población pretende adquirir para la satisfacción de sus necesidades.

Tabla N° 28: Cálculo de Aceptación de Personas

ACEPTACIÓN DE PERSONAS		
Población	Porcentaje de aceptación mayor	Aceptación de personas
1986	56%	1112,1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 29: Cálculo de la Frecuencia de Compra

FRECUENCIA DE COMPRA			
Aceptación de personas	Porcentaje de frecuencia	Tiempo / Anual	Frecuencia de compra
1112,1	66%	1	734,0256

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 30: Cálculo del Precio Promedio

PRECIO PROMEDIO			
Rangos de precio		Promedio/	Precio promedio aceptado
\$225,00	\$250,00	2	\$ 237,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

3.04 Demanda Histórica

Explica (Baca Urbina, 2010, pág. 11) que:

El principal propósito que persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto o del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

3.04.01 Demanda Actual

Informa (Baca Urbina, 2010, pág. 12)

La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio el nivel de ingreso de la población y otros por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias de indicadores econométricos.

Análisis

Es aquella cantidad de bienes o servicios la misma que se está adquiriendo en el mercado en la actualidad, esta se con el fin de satisfacer las necesidades humanas a un precio establecido y en un mercado.

Tabla N° 31: Cálculo del Demanda Actual

DEMANDA ACTUAL		
Frecuencia de compra	Precio promedio aceptado	Demanda Actual
734,0	\$ 237,50	\$ 174.331,08

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña*

3.04.02 Demanda Proyectada

Afirma (Baca Urbina, 2010, pág. 13)

Los cambios futuros, no solo de la demanda, sino también de la oferta y los precios, se conocen cierta exactitud si se usan las técnicas estadísticas adecuadas para analizar el presente. Para ello se usan las series de tiempo pues lo que se desea observar es el comportamiento de un fenómeno respecto al tiempo.

Tabla N° 32: Cálculo de la Proyección de la Demanda

DEMANDA PROYECTADA		
Años	Crecimiento poblacional	Demanda proyectada
2018	1	237,50
2019	1,0156	241,21
2020	1,0156	244,97
2021	1,0156	248,79
2022	1,0156	252,67

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

3.05 Balance Oferta – Demanda

3.05.01 Balance Actual

Detalla (Baca Urbina, 2010, pág. 14)

Cuando se tiene dos datos gráficos de oferta – demanda y sus respectivas proyecciones en el tiempo, ya sea con dos o tres variables, la demanda potencial se obtiene con una simple diferencia, año con año, del balanceo oferta- demanda, y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda o satisfacción en el futuro.

Tabla N° 33: Cálculo de la Demanda insatisfecha Actual

BALANCE OFERTA DEMANDA		
Oferta Actual	Demanda Actual	Demanda Insatisfecha
128,25	237,50	109,25

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

3.05.02 Balance Projectado

Demanda Insatisfecha es aquella que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta. (Vasquez V., 2009, pág. 23).

Análisis

Es aquella demanda que no ha sido cubierta en su totalidad provocando insatisfacción en los clientes la misma que se da la diferencia entre la oferta y demanda, obteniendo así la demanda insatisfecha.

Tabla N° 34: Cálculo de la Demanda Insatisfecha Projectada

Balance Oferta Demanda Projectada

Año	Oferta Projectada	Demanda Projectada	Demanda Insatisfecha
2018	128,25	237,5	109,25
2019	130,25	241,21	110,95
2020	132,28	244,97	112,69
2021	134,35	248,79	114,44
2022	136,44	252,67	116,23

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

Explica (Sapag & Sapag, 2008, pág. 173) que:

El objetivo del estudio es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. De la selección de la función óptima se derivarían las necesidades de equipos y maquinarias que junto con la información relacionada con el proceso de producción, permitiría cuantificar el costo de operación.

Análisis

El estudio técnico, al igual que otras técnicas de estudio esta se base en el análisis óptimo de la planta es decir, que de esta manera se procederá a los cálculos de la capacidad instalada, y su aprovechamiento de los recursos que dispone la organización en relación se procederá a la macro y micro localización donde se instalara la empresa, lo que dará como resultado un mayor beneficio para el presente proyecto.

4.01 Tamaño del Proyecto

Detalla (Sapag & Sapag, 2008, pág. 187) que:

La determinación del tamaño debe en dos consideraciones que confieren un carácter cambiante a la optimidad del proyecto, la relación precio-volumen por el efecto de la elasticidad de la demanda y la relación costo-volumen por las economías y deseconomías de la escala que puede lograrse en el proceso productivo.

Análisis

El tamaño del proyecto, es la capacidad que tiene una empresa u organización, o esta a su vez es la que tendrá el proyecto, determinando el volumen de producción acompañado de los recursos durante un tiempo para la operación del producto.

4.01.01 Capacidad Instalada

Según (Baca Urbina, 2010, pág. 225) que:

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un periodo de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología experiencia/conocimiento.

Análisis

En conjugación a lo establecido anteriormente se tiene, que la capacidad instalada viene hacer la cantidad máxima de producir unidades en un tiempo determinado acompañado de recursos como la mano de obra maquinaria entre otras, esto se da para calcular cuánto se puede trabajar y producir diariamente.

Tabla N° 35: Tiempo de Ingreso de Ordenes de Producción (OP)

INGRESO DE OP

Proceso	Minutos
Requerimiento del cliente	15
Planos y Diseño (Auto-Cad)	30
Envío de pedido (mail)	5
Total tiempo de ingreso de OP	50
Horas de trabajo	8
Ordenes Ingresadas por día	6

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 36: Tiempo de Proceso de Instalación de Cabinas de Baño

INSTALACIÓN CABINAS DE BAÑO	
Proceso	Minutos
Lectura de planos	15
Perforaciones (pared, tumbado etc...)	60
Instalación de herrajes	30
Instalación de vidrio	40
Total tiempo de instalación	145
Horas de trabajo	8
Cabinas Instaladas por día	3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Para el trabajo diario de la instalación de las cabinas de baño, se toma en cuenta ciertos aspectos tales como la manipulación del producto, metraje a instalar y complejidad del área, por tal motivo los dos trabajadores instalan tres cabinas diarias para que se agilite la entrega del producto final e incluso se reduce la rotura del producto al momento de colocar.

4.01.02 Capacidad Óptima

Explica (Nunes P, 2015, pág 68) que:

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos.

Análisis

La capacidad óptima es aquella que se opera con los menores costos totales, y se obtiene la máxima rentabilidad durante un periodo de un año mediante los recursos necesarios para la misma.

Tabla N° 37: Capacidad Óptima

CAPACIDAD OPTIMA

Producción diaria	Días productivos / Mensual	Producción mensual	Producción anual
3	22	66	792

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Con lo que se refiere a la capacidad óptima de la empresa, esta debe de instalar tres cabinas por día, para no sobrecargar de trabajo al personal y esta no quede la incompleta evitando que se tenga molestias/no conformidades con los clientes, es decir que mensualmente la producción de instalar cabinas de baño es de sesenta y seis cabinas instaladas mientras que la capacidad anual de instalación del producto mencionado será de setecientos noventa y dos cabinas, lo que da un aspecto positivo para la ejecución del proyecto.

4.02 Localización

La localización es la representación de la ubicación de la empresa en sus diferentes aspectos tales como que cuente con todos los servicios básicos, ubicación accesible y fácil localización, para esto se determinan variantes como la macro localización como la micro localización, a continuación se detallara lo escrito en mención.

4.02.01 Macro

“Consiste en decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio. También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como

propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto”. (Miranda, 2013, pág, 43)

Análisis

La macro localización también llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el desarrollo del proyecto, obteniendo así un cierto grado de rentabilidad para la organización versus la competencia, para esto la empresa determina como punto estratégico el Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla N° 38: Macro Localización

MACRO LOCALIZACIÓN

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña



Figura N° 24: Macro Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Henry Simbaña

4.02.02 Micro Localización

“El análisis de la micro localización solo indicará cual es la mejor alternativa de instalación dentro de la macro zona”. (Sapag & Sapag, 2008, pág. 204)

Análisis

La micro localización para el proyecto en curso tiene como finalidad determinar el lugar que permite definir la ubicación dentro de la ciudad para un mejor abastecimiento y localización cerca de un mercado prometedor resultando así una organización competitiva, por lo que se tomando en cuenta a la parroquia de Cumbayá por la clase social económica alta que tiene aquel sector y a un plazo de tres años incurrir en sus alrededores ya que tienen las similares características socioeconómicas

Tabla N° 39: Micro Localización

MICRO LOCALIZACIÓN

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Cumbaya
Dirección	Francisco de Orellana y Chimborazo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña



Figura N° 25: Micro Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Henry Simbaña

4.02.03 Localización Óptima

Informa (Baca Urbina, 2010, pág 213) que:

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta.

Análisis

Al referirnos con la localización optima de nuestro proyecto es aquel lugar que será favorable teniendo en cuenta los aspectos como accesibilidad, zona de instalación, espacio entre otras, estas son acompañada con un estudio de mercado para la determinación respectiva del lugar en la que funcionara su actividad económica de la organización.

Tabla N° 40: Localización Óptima

LOCALIZACIÓN ÓPTIMA				
Factores		Lugar		
		Tumbaco	Cumbaya	La Floresta
Costo de Renta	Valoración 1-5 / Total 25	4	5	4
Cercanía al mercado		3	5	2
Vías de acceso		4	4	4
Infraestructura		3	5	3
Estacionamiento		4	4	3
Total		18	23	16

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Mediante el análisis de localización óptima se escoge a tres sectores uno de los cuales será el lugar donde la empresa se establezca, para esto las opciones son Tumbaco, Cumbaya y La Floresta obteniendo los siguientes resultados con 18 puntos el sector de Tumbaco esta calificación se da por los algunos aspectos que no se alinean al proyecto como es la cercanía del mercado y la infraestructura, mientras que La Floresta de igual manera no es seleccionada para acentuar la organización por los factores de la cercanía de mercado infraestructura y estacionamiento estos obtienen una calificación baja por lo que esta opción es descartada, y por último el sector de Cumbaya que obtiene una puntuación de 23 puntos, entre los factores que más se apegan al proyecto son la cercanía de mercado, infraestructura y costo de la renta.

4.03 Ingeniería del Producto

Detalla (Baca Urbina, 2010, pág 200) que:

Se refiere a todos los aspectos técnicos y operativos necesarios para comenzar a elaborar un producto, por lo cual se necesita disponer de cierta información proveniente del estudio de mercado, del marco legal, de la localización, financiamiento y disponibilidad del personal idóneo.

Análisis

La ingeniería del producto permite reconocer la manera de producir un bien o un servicio, es decir el proceso productivo del mismo obteniendo así información necesaria para la reducción de costos y el mejor desempeño de capacidad de producción, de esta manera se llega a la estandarización de procesos y su documentación respectiva, necesaria para toda organización.

4.03.01 Definición del bien

“Los bienes y servicios son el resultado de los esfuerzos humanos para satisfacer las necesidades y deseos de las personas. La producción económica se divide en bienes físicos y servicios intangibles”. (Baca Urbina, 2010, pág 202)

El producto que son las cabinas de vidrio, son elaboradas por un proceso conocido como “proceso de templado” consiste que: el vidrio ingresa a la cámara del horno a una temperatura de 150°C, en un tiempo estimado de 5 a 8 minutos, provocando que las partículas internas del vidrio generen una tensión, luego del tiempo estimado pasa a la cámara de enfriamiento en el cual el vidrio es enfriado a través de ventiladores que bruscamente le enfrían, ocasionando que las partículas antes tensionadas esta vez se compacten y es ahí que el vidrio es templado.

Este vidrio una vez templado tiene una fuerza de resistencia de 5 a 10 veces de lo normal, en el caso de romperse no presenta un riesgo de corte mayor, sino que reduce la posibilidad de cortes profundos en la superficie de la piel o en otros casos el ocupante puede llegar a sufrir leves cortes.

4.03.02 Distribución de la Bodega y Almacén

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

Análisis

La distribución de la bodega y almacén ayuda a distribuir de mejor manera un espacio sea el metraje que este cuente a tal punto aprovechando hasta su último rincón, de esta manera se logra la interrelación entre departamentos este al ser bien distribuido.

Al implementar este sistema se logra disminuir los tiempos muertos en la producción y hace que esta sea más óptima al momento de producir ya sea un bien o servicio.

Tabla N° 41: Distribución de la Bodega y Almacén

AREA	DIMENSIONES	TOTAL M2
Ventas	3 m2 * 3,6 m2	10,8
Diseño	3 m2 * 2,5 m2	7.50
Financiero	2 m2 * 6 m2	6
Sala de reuniones	3 m2 * 2 m2	6
Bodega	3 m2 * 3,6 m2	10.80
Baño	1,5 m2 * 1,5 m2	2,25
Parqueadero	4 m2 * 4 m2	16
Total		59.35

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

4.03.02.01 Razones de cercanía

Esta determina la interrelación que existe entre departamentos cuya relación e información tiene que ser de manera ágil.

Tabla N° 42: Razones de Cercanía

RAZONES DE CERCANÍA

- A Absolutamente necesario que este cerca
- E Especialmente que este cerca
- I Importante que este cerca
- O Cercanía ordinaria
- U Sin importancia
- X Cercanía indispensable

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 43: Código de Cercanía

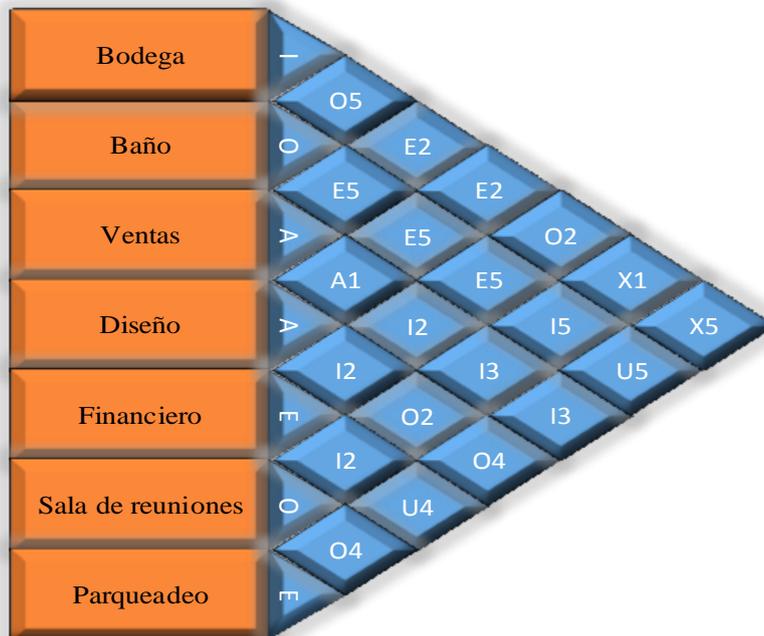
CÓDIGO DE CERCANÍA

- 1 Por proceso
- 2 Por gestión administrativa
- 3 Necesidad
- 4 Ruido
- 5 Higiene
- 6 Seguridad

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 44: Matriz Triangular



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

En la matriz triangular se determinan la importancia e interrelación entre departamentos, otorgando una ponderación de acuerdo a cada uno de los departamentos ya establecidos en la matriz.

Distribución de la Bodega y Almacén Global Glass

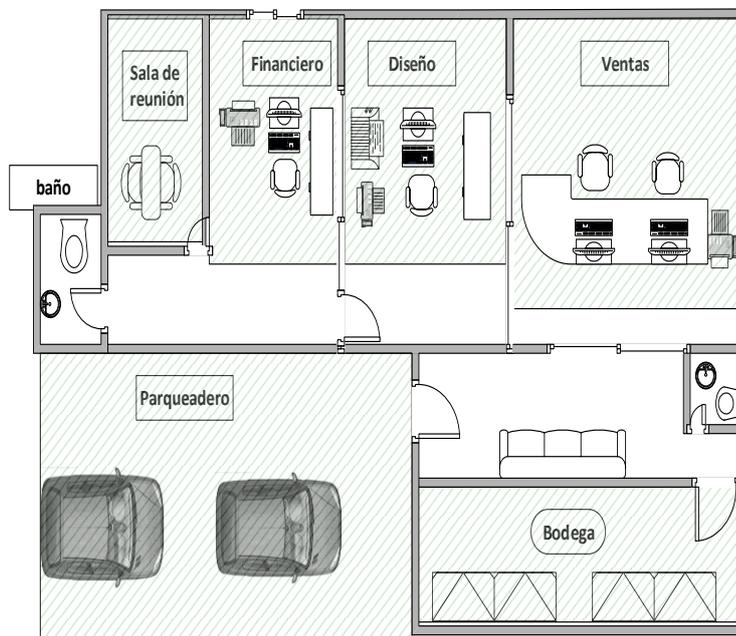


Figura N° 26: Distribución de la Bodega y Almacén

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

La distribución de la bodega y almacén se realiza en una área de 59.35 metros cuadrados, tomando en cuenta la interrelación que existe entre departamentos y considerando evitar la demora productiva.

Detalle de áreas por metro cuadrado

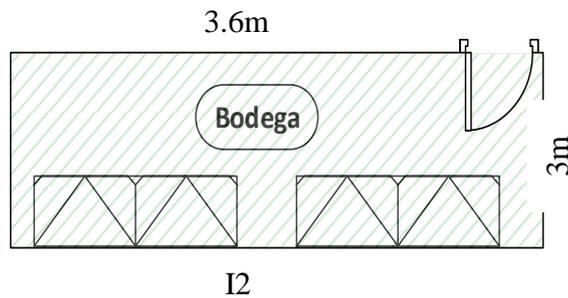


Figura N° 27: Bodega
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

El espacio que se destina a la bodega tiene un área de 10.80m se debe distribuir el espacio ya que es para el almacenamiento de las cabinas de baño y herrajes.

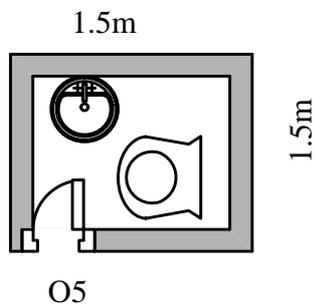


Figura N° 28: Baño
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Se cuenta con dos baños de uso compartido con un área de 3m, el primero es de uso de clientes, ventas y bodega mientras que el segundo baño ocupara el departamento financiero así como el departamento de diseño y la sala de reuniones en el caso de que se realicen reuniones.

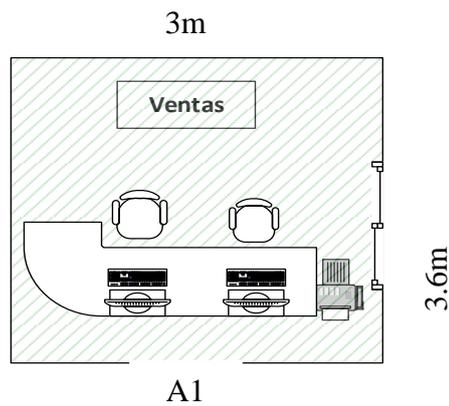


Figura N° 29: Ventas
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

De igual manera se cuenta con un departamento de ventas que tiene un área de 10.80m, esta es ubicada al ingreso principal de la empresa con 2 counter para la atención al cliente.

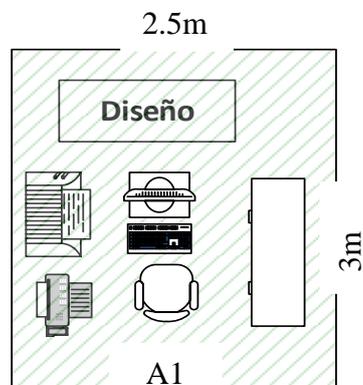


Figura N° 30: Diseño
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

El departamento de diseño tiene un área de 7.50m esta es ubicada junto con el departamento de counter la misma que es de apoyo en el caso de que exista cabinas con diseños o a su vez se deba realizar descuentos en las medidas de vano.

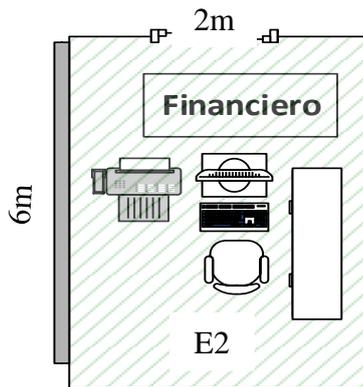


Figura N° 31: Financiero
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

El departamento financiero cuenta con un área de 12m, que es ubicada junto al departamento que cuenta con un escritorio, laptop e impresora de uso personal.

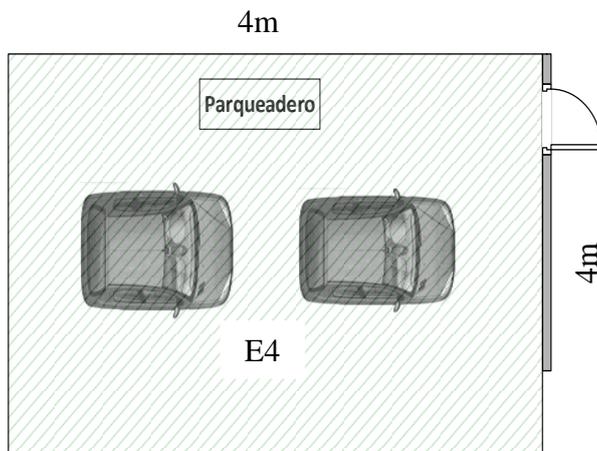


Figura N° 32: Parqueadero
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

De igual manera la organización tiene un parqueadero de un área de 16m cuadrados que sirve tanto para los clientes como el vehículo de la empresa que es de una camioneta.

4.03.03 Proceso Comercial

Explica (Vasquez V. H., 2009, pág 99) que:

El diagrama de flujo o diagrama de actividades es la representación gráfica del algoritmo o proceso. Se utiliza en disciplinas como programación, economía, procesos industriales y psicología cognitiva, un diagrama de actividades representa los flujos de trabajo paso a paso de negocio y operacionales de los componentes en un sistema.

Análisis

El proceso productivo de la empresa es la secuencia de pasos donde se transforma la MP en un producto elaborado o producto final, este puede ser la entrada o salida de otro proceso, para esto es necesario la interpretación en el flujo grama para mejor entendimiento.

4.03.03.01 Simbología Flujograma

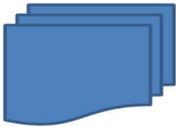
SÍMBOLO	SIGNIFICADO	SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Terminal. Indica el inicio o la terminación del flujo del proceso.		Actividad. Representa una actividad llevada a cabo en el proceso.
	Decisión. Indica un punto en el flujo en que se produce una bifurcación del tipo "SÍ" – "NO"		Documento. Se refiere a un documento utilizado en el proceso, se utilice, se genere o salga del proceso.
	Multidocumento. Refiere a un conjunto de documentos. Por ejemplo, un expediente que agrupa distintos documentos.		Inspección/ firma. Empleado para aquellas acciones que requieren supervisión (como una firma o "visto bueno")
	Base de datos/ aplicación. Empleado para representar la grabación de datos.		Línea de flujo. Proporciona una indicación sobre el sentido de flujo del proceso.

Figura N° 33: Simbología de Flujograma

Fuente: Google Imágenes

Elaborado por: Henry Simbaña

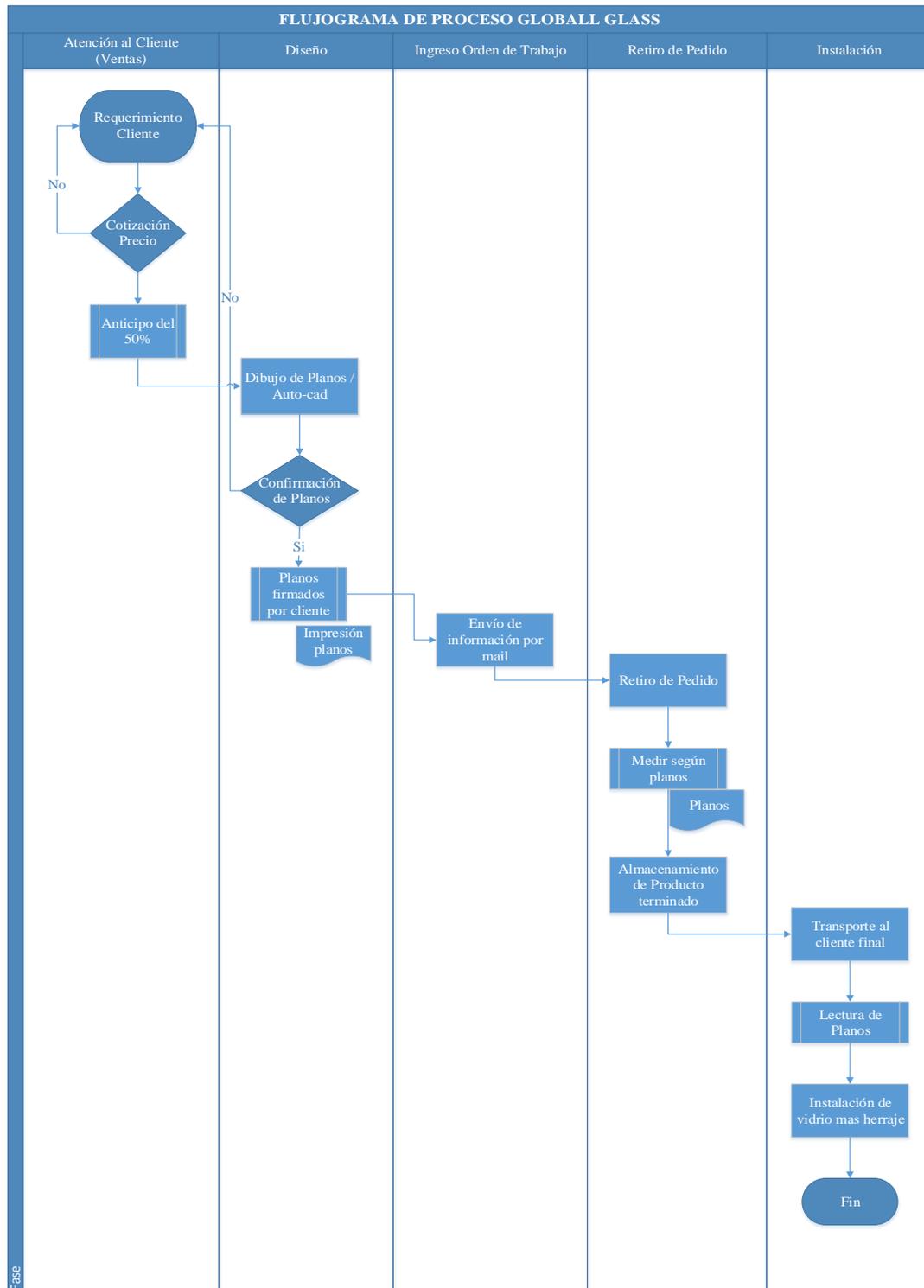


Figura N° 34: Flujograma Proceso Global Glass

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

4.03.04 Muebles

Son todos aquellos bienes muebles que se le puede trasladar fácilmente de un lugar a otro.

Tabla N° 45: Muebles y enseres

DETALLE	CANTIDAD	V/ U	V / T
Escritorio en L	3,00	\$ 120,00	\$ 360,00
Mesa	2,00	\$ 50,00	\$ 100,00
Silla	12,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Archivador aéreo	3,00	\$ 35,00	\$ 105,00
Vitrina	3,00	\$ 45,00	\$ 135,00
Total muebles			\$ 1.000,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 46: Enseres de Oficina

DETALLE	CANTIDAD	V/ U	V / T
Beme	3,00	\$ 40,00	\$ 120,00
Perforadora	4,00	\$ 2,00	\$ 8,00
Grapadora	4,00	\$ 1,50	\$ 4,00
Total			\$ 132,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

4.03.05 Equipos

Son todas aquellas tecnologías que permiten procesar, transmitir, guardar información y difundir información de manera instantánea, generando una comunicación rápida entre departamentos y obteniendo una respuesta inmediata.

Tabla N° 47: Equipos de Computación

DETALLE	CANTIDAD	V/ U	V / T
Teléfono inalámbrico	3,00	\$ 35,00	\$ 105,00
Celular	4,00	\$ 60,00	\$ 240,00
Laptop Hacer	4,00	\$ 550,00	\$ 2.200,00
Impresora Epson	2,00	\$ 60,00	\$ 120,00
Total			\$ 2.665,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

4.03.06 Herramientas

Son aquellos instrumentos o herramientas que se utilizan para facilitar el trabajo de manera eficaz, desempeñando de cierto modo una producción más ágil y a su vez reduciendo los tiempos de entrega del producto terminado.

Tabla N° 48: Herramientas

DETALLE	CANTIDAD	V/ U	V / T
Taladro	2,00	\$ 48,68	\$ 97,36
Flexómetro	4,00	\$ 35,00	\$ 140,00
Martillo	2,00	\$ 15,00	\$ 30,00
Martillo de Goma	1,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Nivel	1,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Pistola de Silicona	2,00	\$ 7,00	\$ 14,00
Ventosas	3,00	\$ 65,00	\$ 195,00
Total			\$ 498,36

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

Define (Baca Urbina, 2010, pág 97) que:

La parte del análisis económico pretende determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto cual será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que sirvan como la base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

Análisis

En el estudio financiero se busca determinar los factores que influyen directamente como indirectamente al momento de poner en marcha la ejecución de un proyecto como son los gastos, costos e ingresos ya que en este capítulo se determina si el proyecto es viable o no viable.

5.01 Ingresos

5.01.01 Ingresos Operacionales

Explica (Suarez, 2009, pág 93) que:

Comprende los valores recibidos o percibidos como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objetivo social mediante la entrega de bienes o servicios así como los dividendos, participaciones y demás ingresos por concepto de intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objetivo social principal del ente económico.

Análisis

Los ingresos operacionales de la organización son aquellos ingresos que se generan por la venta del producto que en este caso viene hacer la cabina de baño.

Tabla N° 49: Costo unitario de Producción

CONCEPTO	VALOR
Costo adquisición cabina	\$ 153
Instalación	\$ 4,96
Costo de cabina	\$ 158
Utilidad 60%	\$ 94,91
PVP	\$ 253

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 50: Ingresos Operacionales

CONCEPTO	VALOR
PVP	\$ 253
Producción Mensual	110
Ingresos Mensuales	27839,47
Ingreso Anual	\$ 334.074

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

5.01.02 Ingresos No Operacionales

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos que son obtenidos por una actividad diferente a la que la empresa mantiene en función, en este caso la organización no cuenta con ingresos no operacionales solo mantiene los ingresos principales que son la venta de cabinas de baño en vidrio.

5.02 Costos

“Representa el rendimiento que genera el proyecto expresado en el número de unidades monetarias recuperado por cada unidad de inversión” (RUIZ, 2014, pág 13)

Análisis

Los costos son aquellos que se recuperan, cuando el producto está listo para vender al consumidor, puesto este valor se le toma en cuenta al momento de elaborar el producto como es el costo de la materia prima, mano de obra e insumos.

5.02.01 Costo de Ventas

“Se considera costo toda entrada de factores para la producción como materia prima, mano de obra y otros insumos. Es el consumo valorado en dinero de los bienes y servicios invertidos en la empresa para alcanzar los objetivos propuestos”.

(Flores Cisneros, 2010, pág 43)

Tabla N° 51: Materiales

DETALLE	CANTIDAD	UNIDADES	V/U	VALOR TOTAL
Cabinas de baño	1320	Unidades	\$ 80	\$ 105.600
Herraje kit 1-200	1320	Unidades	\$ 60	\$ 79.200
Insumos	1320	Unidades	13,22	\$ 17.450
Total				\$ 202.250

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 52: Materiales Directos

DETALLE	CANTIDAD	UNIDADES	V/U	VALOR TOTAL
Tornillos	500	Unidades	\$ 0,12	\$ 60,00
tacos Fischer #6	500	Unidades	\$ 0,10	\$ 50,00
Silicón transparente	110	Unidades	\$ 6	\$ 660,00
perfiles plásticos	660	Unidades	\$ 7,00	\$ 4.620,00
TOTAL			\$ 13,22	\$ 4.620,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

5.02.02 Gasto Administrativos

Los gastos generales y de la administración están compuestos por los gastos laborables, de representación, de seguros, de alquiler, de materiales y útiles de oficina, de depreciación de edificios administrativos y equipo de oficina de impuestos y otros. (Sapag & Sapag, 2008, pág. 294)

Análisis

Son aquellos gastos que se generan por la paga de salario al personal administrativo de la organización así como la adquisición de insumos de oficina y equipos de computación.

Tabla N° 53: Gastos administrativos

DETALLE	CANT	SUELDO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VAC.	APORTE IESS	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 32,17	\$ 41,65	\$ 20,83	\$ 60,75	\$ 697,07	\$ 8.364,84
Total	1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 32,17	\$ 41,65	\$ 20,83	\$ 60,75	\$ 697,07	\$ 8.364,84

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 54: Servicios Básicos

DETALLE	VALOR MENSUAL
Luz	\$ 5,00
Agua	\$ 15,00
Internet	\$ 28,00
Teléfono celular	\$ 50,00
Teléfono	\$ 30,00
TOTAL	\$ 128,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 55: Suministro de Oficina

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	V/U	VALOR TOTAL
resmas de papel bond	4	Unidades	\$ 3,50	\$ 14,00
Grapadoras	3	Unidades	\$ 4,00	\$ 12,00
Lápiz	1	Caja	\$ 3,78	\$ 3,78
Esferos	1	Caja	\$ 6,00	\$ 6,00
Archivadores	10	Unidades	\$ 3,50	\$ 35,00
block de facturas	2	Unidades	\$ 4,00	\$ 8,00
TOTAL				\$ 78,78

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 56: Otros Gastos Administrativos

DETALLE	VALOR MENSUAL
local	\$ 250,00
Total	\$ 250,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

5.02.03 Gasto de Ventas

Estos son gastos que se generan por la gestión comercial es decir realizar propaganda del producto/servicio, entre estos tenemos los siguientes como puede ser publicidad, tarjetas de presentación página web entre otros.

Tabla N° 57: Gasto de Ventas

DETALLE	CANT	SUELDO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VAC.	APORTE IESS	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Edgar Suintaxi	1	\$ 397,00	\$ 33,08	\$ 32,17	\$ 33,07	\$ 16,54	\$ 48,24	\$ 560,10	\$ 6.721,20
Total	1	\$ 397,00	\$ 33,08	\$ 32,17	\$ 33,07	\$ 16,54	\$ 48,24	\$ 560,10	\$ 6.721,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 58: Otros Gastos Ventas

DETALLE	CANTIDAD	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tarjetas de presentación	1000	unidades	\$ 0,08	\$ 80,00
Publicidad volantes	400	unidades	\$ 0,15	\$ 60,00
TOTAL				\$ 140,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

La empresa si cuenta con gastos de ventas los mismos que son las tarjetas de presentación y publicidad volantes las mismas que representa un gasto de doscientos sesenta dólares americanos.

5.02.04 Gasto Financiero

Detalla (Baca Urbina, 2010, pág 78) que:

Son los intereses que se deben pagar con capitales obtenidos en préstamos. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos separados ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlos a una área específica.

Análisis

Es decir son aquellos intereses que se genera por el crédito independientemente sea el monto de capital que sea.

5.02.05 Costo Fijo

Afirma (Thompson Baldiviezo, 2006, pág 66) que:

Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras se puede decir que los costos fijos varían con el tiempo más que con la actividad, es decir se, se presentaran durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad comercial.

Análisis

Estos son costos que se mantienen en un periodo/tiempo determinado, así la empresa tenga producción o no tenga producción independientemente de la producción que sea.

Tabla N° 59: Costo Fijo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Prestaciones Sociales	\$ 195,40	\$ 2.344,80
Servicios básicos	\$ 128,00	\$ 1.536,00
Útiles de Aseo	\$ 30,50	\$ 366,00
Útiles de Oficina	\$ 78,78	\$ 945,36
Arriendo	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Total	\$ 1.182,68	\$ 14.192,16

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

5.02.06 Costo Variable

“Como su nombre lo indica el costo variable hace referencia a los costos de producción que varía dependiendo al nivel de producción. Todo aquel costo que aumente o disminuya según la producción, se la conoce como costo variable”.

(Solorzano, 2011, pág 90)

Este costo netamente depende de la producción de la organización, si la producción aumenta pues el costo aumenta como es el caso de la materia prima o puede ser la mano de obra, de igual si la producción disminuye la materia prima se comprara en cantidades menores.

5.03 Inversiones

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. (Baca Urbina, 2010, pág. 143)

Análisis

Es aquel capital que se solicita a una entidad financiera la misma que es destinada para la adquisición de activos o bienes, este capital se cobrará en un tiempo determinado y a una tasa fijada por las dos partes contrayentes.

5.03.01 Inversión fija

“Se la llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de el sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas” (Baca, 2010, pág. 143)

La inversión fija es aquel valor que se destina para el arranque de la empresa ya sea esta, que se utilice en bienes, la misma que es un factor importante ya que sin ellas no se podría poner en funcionamiento.

5.03.02 Activos Fijos

“Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículo de transporte, herramientas y otros”. (Baca Urbina, 2010, pág. 143)

Los activos fijos se los conoce a los bienes o propiedad de la empresa ya sea esto la maquinaria, muebles, herramientas entre otras, ya que estas ayudan a que la empresa pueda producir y en otros casos sea de uso administrativo.

Tabla N° 60: Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Maquinaria y equipo	\$ 1.025,00
Muebles y Enseres	\$ 1.020,00
Equipo de Computo	\$ 1.650,00
Equipo de oficina	\$ 350,00
Vehículo	\$ 14.000,00
TOTAL	\$ 18.045,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Estos activos fijos son los bienes que se debe de poseer al momento de poner en funcionamiento a la organización ya que estos son parte de para la ejecución del proyecto a continuación se detalla otros activos fijos.

Tabla N° 61: Activos Fijos – Muebles y Enseres

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	V/U	VALOR TOTAL
Estantería de madera	1	unidades	\$ 90,00	\$ 90,00
Vitrina de exhibición	1	unidades	\$ 60,00	\$ 60,00
Mesa	1	unidades	\$ 250,00	\$ 250,00
Silla	6	unidades	\$ 70,00	\$ 420,00
Archivadores aéreos	2	unidades	\$ 100,00	\$ 200,00
TOTAL				\$ 1.020,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 62: Activos Fijos – Equipos de Computación

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	V/U	VALOR TOTAL
Laptop	2	unidades	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Impresora Epson L455	1	unidades	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL				\$ 1.650,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 63: Activos Fijos – Equipos de Oficina

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	V/U	VALOR TOTAL
Teléfonos	1	Unidades	\$ 65,00	\$ 65,00
Teléfonos Celulares	1	Unidades	\$ 255,00	\$ 255,00
Calculadora	2	Unidades	\$ 15,00	\$ 30,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 64: Activos Fijos – Maquinaria

DETALLE	CANTIDAD	UNIDADES	V/U	VALOR TOTAL
Taladro	2	unidades	\$ 150,00	\$ 300,00
Sierra eléctrica	1	unidades	\$ 725,00	\$ 725,00
TOTAL				\$ 1.025,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

5.03.03 Activos Nominales (Diferidos)

Dice (Baca, 2010, pág 106) que:

Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluye patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombre comerciales asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre operativos, de instalación, puesta en marcha, contratos de servicio como (luz, teléfono, internet, agua corriente trifásica y servicios notariales).

Análisis

Son aquellos bienes, que son para uso de funcionamiento de la organización es decir la documentación como es la obtención del RUC, permiso del cuerpo de bomberos, LUA las mismas que se otorgan por las autoridades competentes, ya que sin esta documentación no inicia la actividad económica, sea la empresa que sea.

5.03.04 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es una inversión inicial, tiene una diferencia fundamental con respecto a la inversión en activo fijo y diferido y tal diferencia radica en su naturaleza circulante. (Baca Urbina, 2010, pág. 198)

Análisis

El capital de trabajo, se refiere a la cantidad de dinero que se debe de tener para iniciar cubrir los costos de producción, gastos administrativos y ventas cabe mencionar que esto es hasta que la organización se posicione y genere ingresos.

Tabla N° 65: Capital de trabajo

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Total
Insumos Existente	\$ 15.400,00	\$ 15.400,00	\$ 15.400,00	\$ 46.200,00
Servicios Básicos	\$ 266,50	\$ 266,50	\$ 266,50	\$ 799,50
Sueldos personal	\$ 1.283,00	\$ 1.283,00	\$ 1.283,00	\$ 3.849,00
Arriendo	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 840,00
TOTAL	\$ 17.229,50	\$ 17.229,50	\$ 17.229,50	\$ 51.688,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

Informa (Baca Urbina, 2010, pág 78) que:

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de las necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible que esto le ayudara a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión. Debe de entenderse por dinero barato los capitales pedidos en préstamos a tasas mucho más baja que las vigentes en las instituciones bancarias.

Tabla N° 66: Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

CONCEPTOS	VALORES	FINACIADO	PROPIO
INVERSIONES FIJAS	\$ 38.614,00	\$ 20.000,00	\$ 18.614,00
Maquinaria y Equipo	\$ 1.594,00		\$ 1.594,00
Muebles y Enseres	\$ 1.020,00		\$ 1.020,00
Equipo de Computo	\$ 1.650,00		\$ 1.650,00
Equipo de oficina	\$ 350,00		\$ 350,00
Infraestructura	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	
Vehículo	\$ 14.000,00		\$ 14.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 330,00	\$ 0,00	\$ 30,00
Gastos de Organización	\$ 0,00		\$ 0,00
Gastos de Instalación	\$ 300,00		
Capacitación de Personal	\$ 30,00		\$ 30,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 51.688,50	\$ 840,00	\$ 50.848,50
Materia Prima Existente	\$ 46.200,00		\$ 46.200,00
Servicios Básicos	\$ 799,50		\$ 799,50
Mano de obra directa	\$ 3.849,00		\$ 3.849,00
Arriendo	\$ 840,00	\$ 840,00	
TOTAL	\$ 90.632,50	\$ 20.840,00	\$ 69.492,50
	100%	23%	77%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

En el cuadro de fuentes de financiamiento y uso de fondos, se detalla que el 77% de fondos debe de ser un recurso propio, mientras que el 23% de fondos restantes tiene que ser financiado, lo cual esto cumple un índice del 100%, siendo que esto debe de abastecer rubros o gastos hasta que el proyecto pueda tener ganancias en un lapso de tiempo determinado.

5.03.06 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización)

Explica (Martínez Laguna, 2017, pág 123) que.

La amortización financiera es el reintegro de un capital propio o ajeno, habitualmente distribuyendo pagos en el tiempo. Suele ser el producto de una prestación única, que genera una contraprestación múltiple con vencimiento posterior. Es común que el pago de estas obligaciones se haga a través de desembolsos escalonados en el tiempo, aunque también se puede acordar un solo pago al final del período.

Tabla N° 67: Tabla de Amortización

Inversión	\$ 90.632,50	100%
Propio	\$69.492.50	77%
Financiado	\$ 20.840,00	23%
N cuotas	36	
Tasa	9.50%	

Cuota	Capital inicial	Amortización mensual de capital	Interés mensual	Total cuota financiera	Saldo Capital
1	\$ 20,840.00	\$ 502.57	\$ 165.00	\$ 667.57	\$ 20,337.43
2	\$ 20,337.43	\$ 506.47	\$ 161.10	\$ 667.57	\$ 19,830.96
3	\$ 19,830.96	\$ 510.67	\$ 156.90	\$ 667.57	\$ 19,320.29
4	\$ 19,320.29	\$ 514.57	\$ 153.00	\$ 667.57	\$ 18,805.72
5	\$ 18,805.72	\$ 518.77	\$ 148.80	\$ 667.57	\$ 18,286.95
6	\$ 18,286.95	\$ 522.67	\$ 144.90	\$ 667.57	\$ 17,764.28
7	\$ 17,764.28	\$ 526.87	\$ 140.70	\$ 667.57	\$ 17,237.41
8	\$ 17,237.41	\$ 531.07	\$ 136.50	\$ 667.57	\$ 16,706.34
9	\$ 16,706.34	\$ 535.27	\$ 132.30	\$ 667.57	\$ 16,171.07
10	\$ 16,171.07	\$ 539.47	\$ 128.10	\$ 667.57	\$ 15,631.60
11	\$ 15,631.60	\$ 543.67	\$ 123.90	\$ 667.57	\$ 15,087.93
12	\$ 15,087.93	\$ 548.17	\$ 119.40	\$ 667.57	\$ 14,539.76
13	\$ 14,539.76	\$ 552.37	\$ 115.20	\$ 667.57	\$ 13,987.39
14	\$ 13,987.39	\$ 556.87	\$ 110.70	\$ 667.57	\$ 13,430.52
15	\$ 13,430.52	\$ 561.37	\$ 106.20	\$ 667.57	\$ 12,869.15
16	\$ 12,869.15	\$ 565.57	\$ 102.00	\$ 667.57	\$ 12,303.58
17	\$ 12,303.58	\$ 570.07	\$ 97.50	\$ 667.57	\$ 11,733.51
18	\$ 11,733.51	\$ 574.57	\$ 93.00	\$ 667.57	\$ 11,158.94
19	\$ 11,158.94	\$ 579.37	\$ 88.20	\$ 667.57	\$ 10,579.57
20	\$ 10,579.57	\$ 583.87	\$ 83.70	\$ 667.57	\$ 9,995.70
21	\$ 9,995.70	\$ 588.37	\$ 79.20	\$ 667.57	\$ 9,407.33
22	\$ 9,407.33	\$ 593.17	\$ 74.40	\$ 667.57	\$ 8,814.16
23	\$ 8,814.16	\$ 597.67	\$ 69.90	\$ 667.57	\$ 8,216.49
24	\$ 8,216.49	\$ 602.47	\$ 65.10	\$ 667.57	\$ 7,614.02
25	\$ 7,614.02	\$ 607.27	\$ 60.30	\$ 667.57	\$ 7,006.75
26	\$ 7,006.75	\$ 612.07	\$ 55.50	\$ 667.57	\$ 6,394.68
27	\$ 6,394.68	\$ 616.87	\$ 50.70	\$ 667.57	\$ 5,777.81
28	\$ 5,777.81	\$ 621.97	\$ 45.60	\$ 667.57	\$ 5,155.84
29	\$ 5,155.84	\$ 626.77	\$ 40.80	\$ 667.57	\$ 4,529.07
30	\$ 4,529.07	\$ 631.57	\$ 36.00	\$ 667.57	\$ 3,897.50
31	\$ 3,897.50	\$ 636.67	\$ 30.90	\$ 667.57	\$ 3,260.83
32	\$ 3,260.83	\$ 641.77	\$ 25.80	\$ 667.57	\$ 2,619.06
33	\$ 2,619.06	\$ 646.87	\$ 20.70	\$ 667.57	\$ 1,972.19
34	\$ 1,972.19	\$ 651.97	\$ 15.60	\$ 667.57	\$ 1,320.22
35	\$ 1,320.22	\$ 657.07	\$ 10.50	\$ 667.57	\$ 663.15
36	\$ 663.15	\$ 663.15	\$ 5.10	\$ 668.25	\$ 0.00
		\$ 20.840,00	\$ 3.193,20	\$ 24.033,20	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

La amortización del proyecto se da en periodos semestrales del préstamo adquirido por la entidad financiera y a su vez a un interés acordado por las dos partes contrayentes.

5.03.07 Depreciaciones (Tabla de Depreciación)

Parte de los costos de activos fijos que se deduce de los ingresos anuales a través del tiempo. (Gitman & Zutter, 2012, pág. 108)

La depreciación es la pérdida de valor de un bien a través de un determinado tiempo esto se da por la razón que todo bien/producto tiene un cierto tiempo de vida útil es por esta razón que su precio disminuye.

Tabla N° 68: Tabla de Depreciación

DET.	VALOR	VIDA UTIL	año1	año2	año3	año4	año5
Maquinaria	\$ 1.594,00	10	\$ 159,40	\$ 159,40	\$ 159,40	\$ 159,40	\$ 159,40
Muebles y Enseres	\$ 1.557,00	10	\$ 155,70	\$ 155,70	\$ 155,70	\$ 155,70	\$ 155,70
Equipo de oficina	\$ 701,00	10	\$ 70,10	\$ 70,10	\$ 70,10	\$ 70,10	\$ 70,10
Equipo de Computación	\$ 1.759,99	3	\$ 586,66	\$ 586,66	\$ 586,66	-	-
Infraestructura	\$ 20.000,00	10	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Vehículo	\$ 15.200,00	5	\$ 3.040,00	\$ 3.040,00	\$ 3.040,00	\$ 3.040,00	\$ 3.040,00
TOTAL			\$ 6.011,86	\$ 6.011,86	\$ 6.011,86	\$ 5.425,20	\$ 5.425,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

5.03.08 Estado de Situación Inicial

El balance general presenta un estado resumido de la situación financiera de la empresa en un momento específico. (Gitman & Zutter, 2012, pág. 56)

Tabla N° 69: Estado de Situación Inicial

EMPRESA "GLOBAL GLASS "

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		\$ 51.688,50	PASIVO CORRIENTE
Bancos	\$ 51.688,50	Cuentas por pagar	\$ 20.840,00
		Total Pasivo Corriente	\$ 20.840,00
ACTIVO FIJO		\$ 38.614,00	PASIVO LARGO / PLAZO
Propiedad planta y equipo	\$ 38.614,00		\$ 0,00
Equipo de Oficina	\$ 350,00		-
Maquinaria o Equipos	\$ 1.594,00	TOTAL DE PASIVO	\$ 20.840,00
Infraestructura	\$ 20.000,00		-
Vehículo	\$ 14.000,00		-
Equipo de Computo	\$ 1.650,00		
Muebles y Enseres	\$ 1.020,00	PATRIMONIO	\$ 69.792,50
		Capital	\$ 69.792,50
OTROS ACTIVOS	\$ 330,00		
Gastos de Organización	\$ 0,00		
Gastos de Instalación	\$ 300,00		
Gastos de Publicidad	\$ 0,00		
Capacitación personal	\$ 30,00		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 90.632,50	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 90.632,50

FIRMA GERENTE

FIRMA CONTADOR

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

5.03.09 Estado de Resultado Proyectado (a cinco años)

Afirma (Baca Urbina, 2010, pág 134) que:

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos que incurra la planta y los impuestos que deba de pagar.

Tabla N° 70: Estado de Resultados

EMPRESA “GLOBALL GLASS“
ESTADOS DE RESULTADOS
AL 31 DE DICIEMBRE 2018

DETALLE	1	2	3	4	5
INFLACION 1.00%					
INGRESOS	\$ 333.960,00	\$ 340.627,90	\$ 347.653,98	\$ 354.786,66	\$ 362.027,36
COSTO DE VENTA	\$ 210.462,47	\$ 212.571,09	\$ 214.700,84	\$ 216.851,93	\$ 219.024,57
INSUMOS	\$ 208.323,87	\$ 210.411,07	\$ 212.519,17	\$ 214.648,40	\$ 216.798,97
INSTALADOR	\$ 2.138,60	\$ 2.160,03	\$ 2.181,67	\$ 2.203,53	\$ 2.225,60
GASTOS DE VENTAS	\$ 4.996,66	\$ 5.046,72	\$ 5.097,28	\$ 5.148,35	\$ 5.199,94
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 20.044,62	\$ 20.245,45	\$ 20.448,29	\$ 20.653,16	\$ 20.860,09
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.500,80	\$ 2.107,15	\$ 1.666,26	\$ 1.172,47	\$ 619,42
UTILIDAD BRUTA	\$ 95.955,45	\$ 100.657,48	\$ 105.741,30	\$ 110.960,74	\$ 116.323,35
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 14.393,32	\$ 15.098,62	\$ 15.861,20	\$ 16.644,11	\$ 17.448,50
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 81.562,13	\$ 85.558,86	\$ 89.880,11	\$ 94.316,63	\$ 98.874,85
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 12.717,03	\$ 13.716,22	\$ 14.847,03	\$ 16.117,99	\$ 17.545,46
UTILIDAD NETA	\$ 68.845,10	\$ 71.842,64	\$ 75.033,08	\$ 78.198,64	\$ 81.329,39

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

5.03.010 Flujo de Caja

Explica (Moreno, 2010,pág 45) que:

Es un informe financiero que representa un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un periodo dado. Algunos ejemplos de ingresos son los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de prestamos, intereses, etc.

Tabla N° 71: Flujo de Caja

DETALLE	FLUJO DE CAJA				
	PERIODOS 1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 333.960,00	\$ 340.627,90	\$ 347.653,98	\$ 354.786,66	\$ 362.027,36
SERVICIOS TOTALES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 210.462,47	\$ 212.571,09	\$ 214.700,84	\$ 216.851,93	\$ 219.024,57
COSTO DIRECTO	\$ 208.323,87	\$ 210.411,07	\$ 212.519,17	\$ 214.648,40	\$ 216.798,97
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)					
GASTOS DE VENTAS	\$ 4.996,66	\$ 5.046,72	\$ 5.097,28	\$ 5.148,35	\$ 5.199,94
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 20.044,62	\$ 20.245,45	\$ 20.448,29	\$ 20.653,16	\$ 20.860,09
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.500,80	\$ 2.107,15	\$ 1.666,26	\$ 1.172,47	\$ 619,42
UTILIDAD BRUTA	\$ 95.955,45	\$ 100.657,48	\$ 105.741,30	\$ 110.960,74	\$ 116.323,35
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 14.393,32	\$ 15.098,62	\$ 15.861,20	\$ 16.644,11	\$ 17.448,50
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 81.562,13	\$ 85.558,86	\$ 89.880,11	\$ 94.316,63	\$ 98.874,85
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 12.717,03	\$ 13.716,22	\$ 14.847,03	\$ 16.117,99	\$ 17.545,46
UTILIDAD NETA	\$ 68.845,10	\$ 71.842,64	\$ 75.033,08	\$ 78.198,64	\$ 81.329,39
DEPRECIACIONES (+)	\$ 6.011,86	\$ 6.011,86	\$ 6.011,86	\$ 5.425,20	\$ 5.425,20
AMORTIZACIONES (+)	\$ 204,00	\$ 204,00	\$ 204,00	\$ 204,00	\$ 204,00
EXCEDENTE OPERACIONAL (FNE)	\$ 75.060,96	\$ 78.058,50	\$ 81.248,94	\$ 83.827,84	\$ 86.958,59

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

5.04 Evaluación Financiera

Dice (Baca, 2010, pág 34) que:

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y denominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto durante los primeros cinco años de operación.

Este es un indicador de la contabilidad que demuestra una evaluación de la viabilidad y sostenibilidad del proyecto.

5.04.01 Tasa de Descuento

“La tasa de descuento, llamada así porque descuenta el valor del dinero en el futuro a su equivalente en el presente, y a los flujos traídos al tiempo cero se les llaman flujos descontados”. (Baca Urbina, 2010, pág 68)

Este indicador ayuda a verificar el dinero que se invierte si está creciendo/rindiendo y permite al inversor ver las ganancias de dinero por su inversión, para esto se suma la tasa activa la misma que representa el crecimiento del sector más la tasa pasiva que esta se da por el Banco Central.

Tabla N° 72: Tasa de Descuento

TMAR = TASA ACTIVA + TASA PASIVA

Tasa Activa	9,50%
Tasa Pasiva	4,96%
TMAR	14,46%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

La amortización del proyecto se da en periodos semestrales del préstamo adquirido por la entidad financiera y a su vez a un interés acordado por las dos partes contrayentes.

5.04.02 VAN

Explica (RUIZ, 2014, pag 58) que:

El VAN consiste en convertir los beneficios futuros a su valor presente, considerando un porcentaje fijo que representa el valor del dinero en el tiempo, es decir la diferencia entre los beneficios y los costos traídos a su valor equivalente en el año cero es el Valor Actual Neto.

Tabla N° 73: Flujo de Efectivo

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	(\$			(\$		
Total	90.632,50)			1.650,00)		
Excedente Operacional		\$ 75.060,96	\$ 78.058,50	\$ 120.725,45	\$ 83.827,84	\$ 86.958,59
FLUJOS DE EFECTIVO	(\$ 90.632,50)	\$ 75.060,96	\$ 78.058,50	\$ 119.075,45	\$ 83.827,84	\$ 86.958,59

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 74: Calculo de VAN

VA	- P	FNE 1	FNE 2	FNE 3	FNE 4	FNE 5
N =	+	+	+	+	+	+
		$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$
VA	(\$	\$	\$	\$	\$	\$
N =	90.632,50	+ 75.060,96	+ 78.058,5	+ 119.075,4	+ 83.827,8	+ 86.958,5
)		0	5	4	9	
		1,14	1,29	1,47	1,67	1,89
VA	(\$	\$	\$	\$	\$	\$
N =	90.632,50	+ 66.068,98	+ 60.476,5	+ 81.203,09	+ 50.317,8	+ 45.944,0
)		6	5	9		
VA	(\$	\$				
N =	90.632,50	+ 304.010,5				
)		7				
VA	\$					
N =	213.378,0					
)						

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

En este indicador se puede detallar lo siguiente, que en un periodo de cinco años por un valor de \$ 213378,07 esto netamente deja una imagen positiva para el proyecto.

5.04.03 TIR

“La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje”. (Iturrioz del Campo, 2017, pág. 98)

Este indicador refleja la viabilidad del proyecto es decir que:

$TIR \geq TMAR =$ El proyecto SI es factible

$TIR \leq TMAR =$ el proyecto NO es factible

Tabla N° 75: Cálculo de la TIR

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	(\$		\$		\$		\$		\$		\$
=	90.632,50)	+	75.060,96	+	78.058,50	+	119.075,45	+	83.827,84	+	86.958,59
			1,14		1,29		1,47		1,67		1,89
VAN	(\$		\$		\$		\$		\$		\$
=	90.632,50)	+	66.068,98	+	60.476,56	+	81.203,09	+	50.317,85	+	45.944,09
VAN	(\$		\$								
=	90.632,50)	+	304.010,57								
VAN	\$										
=	213.378,07										
TIR											
	87.71%										

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

En relación al indicador del TIR nos indica que el 87.71% siendo este mucho más alto que el indicador del TMAR, esto representa que la ejecución del proyecto será favorable.

5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

El período de recuperación del proyecto es una herramienta que nos permite determinar, aproximadamente, el momento en el tiempo en que podremos recuperar la inversión que hemos realizado con los beneficios de la operación. (Acosta, 2011, pág. 98)

Este es un indicadores en que nos refleja el tiempo en que los inversionistas recuperan su inversión ya sea esto en días, meses y años.

Tabla N° 76: Periodo de Recuperación de la Inversión en Años

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
				Actualizado	
0	-\$ 90.632,50	-\$ 90.632,50	1,00	-\$ 90.632,50	-\$ 90.632,50
1	\$ 75.060,96	-\$ 15.571,54	0,88	\$ 66.068,98	-\$ 24.563,52
2	\$ 78.058,50	\$ 62.486,97	0,77	\$ 60.476,56	\$ 35.913,04
3	\$ 119.075,45	\$ 181.562,42	0,68	\$ 81.203,09	\$ 117.116,13
4	\$ 83.827,84	\$ 265.390,26	0,60	\$ 50.317,85	\$ 167.433,98
5	\$ 86.958,59	\$ 352.348,85	0,53	\$ 45.944,09	\$ 213.378,07

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 77: Periodo de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN A VALORES CORRIENTES			PERIODO DE RECUPERACIÓN A VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	\$ 78.058,50	-\$ 90.632,50	AÑO 2	\$ 60.476,56	-\$ 90.632,50
1 mes	\$ 6.504,88	-\$ 84.127,62	1 mes	\$ 5.039,71	-\$ 85.592,79
2 mes	\$ 6.504,88	-\$ 77.622,75	2 mes	\$ 5.039,71	-\$ 80.553,07
3 mes	\$ 6.504,88	-\$ 71.117,87	3 mes	\$ 5.039,71	-\$ 75.513,36
4 mes	\$ 6.504,88	-\$ 64.613,00	4 mes	\$ 5.039,71	-\$ 70.473,65
5 mes	\$ 6.504,88	-\$ 58.108,12	5 mes	\$ 5.039,71	-\$ 65.433,93
6 mes	\$ 6.504,88	-\$ 51.603,25	6 mes	\$ 5.039,71	-\$ 60.394,22
7 mes	\$ 6.504,88	-\$ 45.098,37	7 mes	\$ 5.039,71	-\$ 55.354,50
8 mes	\$ 6.504,88	-\$ 38.593,50	8 mes	\$ 5.039,71	-\$ 50.314,79
9 mes	\$ 6.504,88	-\$ 32.088,62	9 mes	\$ 5.039,71	-\$ 45.275,08
10 mes	\$ 6.504,88	-\$ 25.583,75	10 mes	\$ 5.039,71	-\$ 40.235,36
11 mes	\$ 6.504,88	-\$ 19.078,87	11 mes	\$ 5.039,71	-\$ 35.195,65
12 mes	\$ 6.504,88	-\$ 12.574,00	12 mes	\$ 5.039,71	-\$ 30.155,94
13 mes	\$ 6.504,88	-\$ 6.069,12	13 mes	\$ 5.039,71	-\$ 25.116,22
14 mes	\$ 6.504,88	\$ 435,75	14 mes	\$ 5.039,71	-\$ 20.076,51
15 mes	\$ 6.504,88	\$ 6.940,63	15 mes	\$ 5.039,71	-\$ 15.036,80
16 mes	\$ 6.504,88	\$ 13.445,51	16 mes	\$ 5.039,71	-\$ 9.997,08
			17 mes	\$ 5.039,71	-\$ 4.957,37
			18 mes	\$ 5.039,71	\$ 82,35

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

En el siguiente cuadro se puede decir que, en el periodo de recuperación de valores corriente se va a recuperar en 2 años y 2 meses mientras que el periodo de recuperación para los valores actualizados será en un tiempo de 2 años y 4 meses.

5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. (Váquiro, 2007, pág. 45)

Este indicador nos revela la ganancia que se va a obtener por cada dólar invertido, esto se da por la representación de los flujos por el total de la inversión.

Tabla N° 78: Relación Costo Beneficio

RBC = $\frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$				
PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	C ACTUALIZ
1	-\$ 90.632,50	-\$ 90.632,50	\$ 210.462,47	\$ 210.462,47
2	\$ 340.627,90	\$ 340.627,90	\$ 177.839,21	\$ 177.839,21
3	\$ 347.653,98	\$ 347.653,98	\$ 173.857,24	\$ 173.857,24
4	\$ 354.786,66	\$ 354.786,66	\$ 191.759,50	\$ 191.759,50
5	\$ 362.027,36	\$ 362.027,36	\$ 199.123,06	\$ 199.123,06
		\$ 1.314.463,39		\$ 953.041,49
RBC =	1,38			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Mediante el siguiente análisis se puede decir que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de \$ 0.38 dólares, lo que representa un aspecto positivo para la ejecución del proyecto.

5.04.06 Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a las suma de los costos fijos y variables”. (Baca Urbina, 2010, pág. 148)

En esta parte del proyecto el punto de equilibrio ayuda a determinar la cantidad mínima a vender esta se da por el cruce de las proyecciones entre los costos

totales así como las ingresos totales, de esta manera la parte administrativa debe de planificar ventas para cumplir dichos indicadores.

Tabla N° 79: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO

P.E. =	CF		
	p - Cvu		
Costos Fijos:	Valor		
Gastos Administrativos	\$ 20.044,62		
Gastos de Ventas	\$ 4.996,66		
Gastos Financieros	\$ 8.066,09		
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 33.107,38		
Costo Variable unitario	\$ 154,48		
Precio	\$ 253,00		
PE =	CF		
	p - Cvu		
PE =	\$ 33.107,38		
	\$ 253,00 - \$ 154,48		
PE =	\$ 33.107,38	336	U
	\$ 98,52	=	

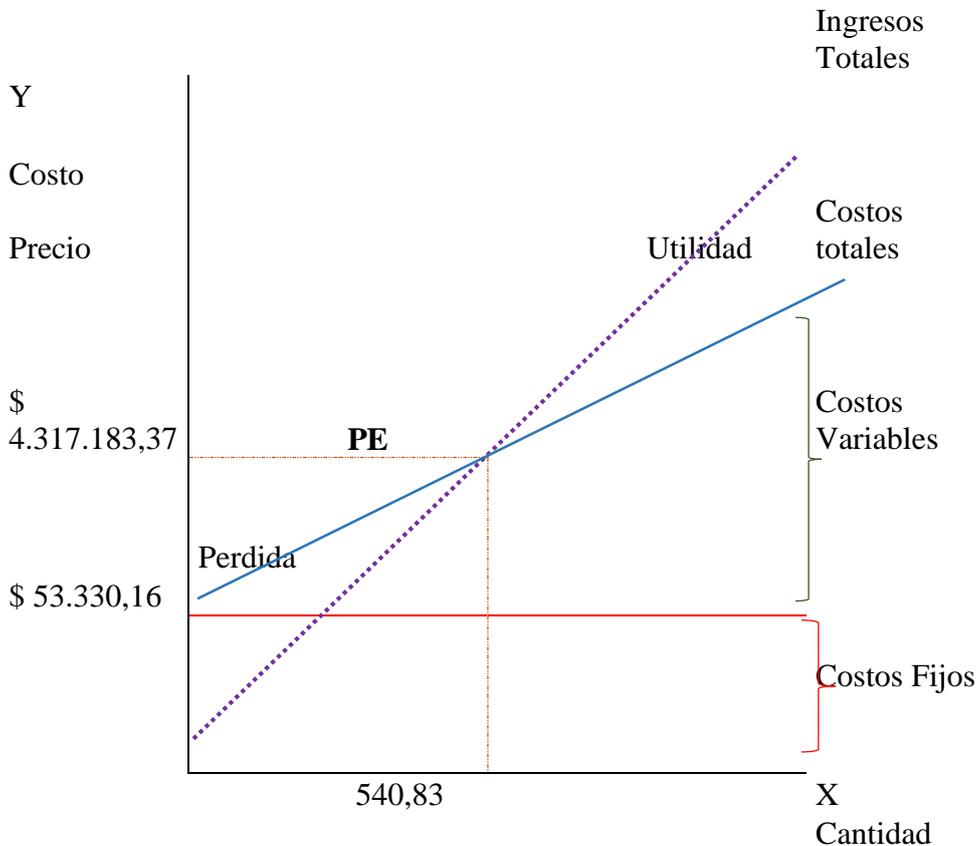
DEMOSTRACION

VENTAS	\$ 85.018,91
(-) Costo Variable	\$ 51.911,54
(=) Margen Contribución	\$ 33.107,38
(-) Costo Fijos	\$ 33.107,38
(=) Utilidad Operacional	\$ 0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Tabla N° 80: Grafico Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

En la figura del punto de equilibrio se puede representar que, se tiene que vender 540 unidades para que no exista perdidas en la organización y no traiga problemas.

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

En esta parte del proyecto se cuenta con indicadores los cuales nos reflejan datos para su respectiva gestión como son: ROE, ROA Y ROI.

5.04.07.01 ROE

Tabla N° 81: Calculo ROE

R.O.E =	Utilidad Neta
	Patrimonio
R.O.E =	68.845,10
	20.840,00
R.O.E =	3,30

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

En este indicador demuestra con qué porcentaje la organización tendrá ganancias, es decir el retorno sobre el capital propio se tiene un 3.30% dejando así un aspecto positivo para la ejecución del proyecto.

5.04.07.02 ROA

Tabla N° 82: Calculo ROA

R.O.A =	Utilidad Neta
	Activo Total
R.O.A =	68.845,10
	18.614,00
R.O.A =	3,70

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Henry Simbaña

Análisis

Este indicador demuestra la rentabilidad sobre los activos, el mismo que es el rendimiento económico sobre la inversión total de activos fijos, obteniendo un 3.70% demostrando así que el proyecto es rentable.

5.04.07.03 ROI

Tabla N° 83: Calculo ROI

$$\text{ROI} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$\text{ROI} = \frac{68.845,10}{90.632,50}$$

$$\text{ROI} = 0,76$$

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Henry Simbaña

En este caso el indicador demuestra la rentabilidad sobre la inversión esta se relaciona entre la utilidad neta y la inversión del proyecto en cual se obtiene un 0.76% para el proyecto en curso.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

Explica (Sapag & Sapag, 2008, pág 63) que:

Un enfoque de la gestión ambiental sugiere introducir en la evaluación de proyectos las normas ISO14000 las cuales consisten en una serie de procedimientos asociados con dar a los consumidores una mejora ambiental continua de los productos y servicios que proporcionara la inversión, asociada con los menores costos futuros de una eventual reparación de los daños causados sobre el medio ambiente.

Análisis

El impacto ambiental que genera una vez puesta en marcha la empresa, esta es en pequeñas proporciones, tomando en cuenta que el vidrio es un producto reutilizable y en algunos lugares reciclables, en el caso de la cabina de baño hecha por el material que es el vidrio, si se llegará a romper sea el caso que sea, este tipo de producto se puede reutilizar infinidad de veces, por esta razón el producto es amigable con el medio ambiente y no contamina en grandes proporciones al medio ambiente.

Por otra parte la organización se ve comprometida con la obtención del sello verde en el campo del vidrio templado, el mismo que representa que es amigable con el medio ambiente y contara con el sello de calidad INEN, logrando así una buena imagen del producto y para la empresa GLOBAL GLASS.

6.02 Impacto Económico

“Son diversos indicadores de funcionamiento de la economía muestra señales de amenaza y oportunidades empleo y desempleo, dimensiones y admisiones, tasa de interés, mercado, movimiento de los negocios endeudamientos e incumplimientos entre otros”. (Maximiano, 2009, pág. 189)

“Global Glass” apoya al crecimiento económico del sector de Cumbaya, no solo al equipo de trabajo sino a los proveedores y negocios pequeños que se encuentran cerca de la empresa.

Y por otra parte apoya con la declaración de paga de tributos de igual manera generas fuentes de empleo y apoyar al crecimiento profesional como personal del equipo de trabajo que se encamina a una calidad de vida con un trabajo fijo y estable

Ya que el proyecto se ve a futuro por la razón del crecimiento poblacional, aunque se sabe que no es un producto de consumo masivo, pero si es un producto de comodidad y confort, lo que le convierte que el producto vaya teniendo más espacio en los nuevos diseños para hogares por esta razón se cree que ayudara al crecimiento económico del lugar antes mencionado.

6.03 Impacto Productivo

Detalla (Amaru, 2009, pág 23) que:

Son consecuencias de actividades que transforman insumos en productos o resultados. El principal proceso es el productivo, que transforma materias primas y componentes en productos terminados, el proceso es solo parte de un proceso mayor llamado cadena de abastecimiento que comienza con el desarrollo de proveedores y termina cuando el producto o servicio llega la cliente.

Análisis

Netamente el proyecto no está ligado con la matriz productiva, pero si está ligado con el crecimiento del sector donde se va a establecer la organización, en otro aspecto económico se refleja una gran oportunidad para el inversionista, por la razón que en el estudio financiero cuenta con una buena rentabilidad, al igual que tendrá ingresos económicos fijos para los trabajadores de la empresa, por otra parte el impacto que se pretende llegar a la sociedad en general, debe percibir de modo visual.

6.04 Impacto Social

“El papel y el impacto social de las organizaciones en la sociedad se traducen en tendencias como responsabilidad social de la empresa, la gobernanza y la ciudadanía corporativa”. (Amaru, 2009, pág. 285)

Al realizar el estudio para la implementación se tomó en cuenta, el cambio que se está teniendo hoy en día el vidrio en acabados de la construcción y la elegancia que se refleja por sus características al culminar una obra, ya sea para la vivienda, lugar de trabajo, en el área automotriz, se puede apreciar la utilización del vidrio, por esta razón tendrá un impacto positivo y a su vez un empuje al crecimiento productivo del país.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- ✓ El VAN es positivo por lo tanto el proyecto es rentable.
- ✓ El proyecto es rentable por la TIR es mayor que la tasa de descuento.
- ✓ El proyecto se recupera por el periodo de estudios comprendido de 2 años y 7 meses

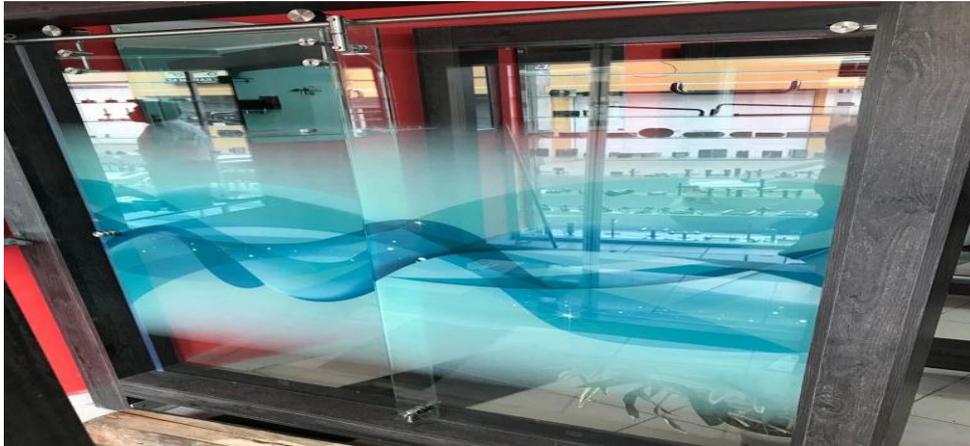
7.02 Recomendaciones

- ✓ Se debe tener claro que existe un porcentaje aceptable, el mismo que se refleja en la parte de las encuestas.
- ✓ Tomar en cuenta a la competencia, por el hecho que estas se encuentran en los mercados algunos años.
- ✓ Benchmarking, esta sirve para tener una idea clara y efectiva de la forma en la que las empresas trabajan.

Anexos



*Anexo N° 1: encuestas
Elaborado por: Henry Simbaña*



*Anexo N° 2: Cabinas de baño
Elaborado por: Henry Simbaña*

ANEXO CORREGIDO.pdf - Adobe Reader

7% ▾
🖨️ 📄 💬 📌 ↺

CO-RG-PR-01-01 Página: 1

COTIZACIÓN N°: 11055660
Fecha: 23.04.2018

VIDRIO DE SEGURIDAD SECURIT S.A.
Autop. Sangolquí - Tambillo Km 2.5
Teléfono: (593-2) 233 3517 / 3519 / 8680
E-mail: info@securit.com.ec
RUC: 1791135873001

Código: 5074
SIMBAÑA SIMBAÑA HENRY
PINTAD-CALLE MARISSAL SUORE LOTE 14
QUITO, PICHINCHA
RUC: 1725656817
Tel: 0982645324 Fax:

POS.	DESCRIPCIÓN	Dimensiones Ancho Alto	CANT.	M²/MUJ	PRECIO	TOTAL LIQUIDO
Cotización N°: 0 Ref: SELLO DECORATIVO						
ref. DISEÑO SEGUN ADJUNTO						
001	TEMPLADO PLANO CLARO 6 mm	1500 x 1800	1	2,70 m2	86,78	86,78
TPCS FLOTADO CLARO 6 mm 4 (SV) PULIDO RECTO MATE (1/23/4)						
900	DESCUENTO POR OBRA DEO		1		-13,02	-13,02

VALIDEZ DE LA OFERTA 8 DIAS

Total Kg.: 40.50
Total Piezas: 1
Total m2: 2.70

SUBTOTAL	DESCUENTO P.P.		BASE TRIBUTADA	IVA		FLETE + OTROS	TOTAL COTIZACIÓN
	%	IMPORTE		%	VALOR		
78,78	0,00	0,00	78,78	12,00	8,86	0,00	82,81

Son: ochenta y dos ooma sesenta y uno Dólares

ESTIMADO CLIENTE
Por favor prestar atención a los términos y condiciones con los que entrega su pedido, dentro de lo que corresponde a las especificaciones y características del producto solicitadas por usted. Securit se reserva el derecho de no aceptar cambios al posterior de la aceptación del pedido para su correspondiente fabricación.
AGRADECEMOS SU COMPRENSION

🌐
🔴
🖼️
📄
🔍

Anexo N° 3: Cotización
Elaborado por: Henry Simbaña

Bibliografía

- Gerencie.com.* (12 de Junio de 2010). Recuperado el 2016, de <http://www.gerencie.com/materia-prima.html>
- Gerencie.com.* (13 de Junio de 2010). Recuperado el 2016, de <http://www.gerencie.com/costos-fijos.html>
- Gerencie.com.* (13 de Junio de 2011). Recuperado el 2016, de <http://www.gerencie.com/costo-variable.html>
- Finanzas.* (17 de Diciembre de 2013). Recuperado el 2016, de <http://financierosudl.blogspot.com/2009/04/concepto-de-depreciacion.html>
- Economipedia.* (2015). Recuperado el 2016, de <http://economipedia.com/definiciones/amortizacion-financiera.html>
- CreceNegocios.* (2016). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>
- DefiniciónABC.* (2016). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/mano-de-obra.php>
- DefiniciónABC.* (2016). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php>
- GNR.* (2016). Obtenido de <http://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>
- Ministerio de Industrias y productividad.* (11 de 2017). Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/>
- Acosta, A. (2011). *blogger.* Obtenido de De proyecto en proyecto: <http://deproyectoenproyecto.blogspot.com/2011/05/calculo-del-periodo-de-recuperacion-del.html>
- Administrativa, M. d. (2017). *Modelo de Gestion Administrativa.* Obtenido de Modelo de Gestion Administrativa: http://www.academia.edu/6948825/Modelo_de_Gestion_Administrativa
- Amaru, M. (2009). *Fundamentos de la administracion.*
- Arellano, R. (2002). *Que es el consumidor.*
- Arias, F. (9 de 1 de 2011). *Tesis de Investigacion.* Obtenido de Tesis de Investigacion: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/01/poblacion-y-muestra.html>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Fundamentos de marketing.*
- Aulafacil. (04 de 08 de 2017). *Aulafacil.* Obtenido de Aulafacil: <http://www.aulafacil.com/cursos/l20315/empresa/organizacion/evaluacion-de-impacto/evaluacion-de-impacto-ambiental-i>

- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Banco Central del Ecuador. (2016). Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/tasas-de-interes>
- Banco Central del Ecuador. (2016).
- Banco Central del Ecuador. (OCTUBRE de 2017). Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion_acumulada
- Banco Central del Ecuador. (2017). Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
- Bautista Degado, L. (s.f.). *La recolección de datos*. Obtenido de La recolección de datos: <http://data-collection-and-reports.blogspot.com/2009/05/la-encuesta.html>
- Botero, M. A. (25 de Agosto de 2011). *Gerencie.com*. Recuperado el 2016, de <http://www.gerencie.com/clasificacion-de-los-costos.html>
- Chase, & Jacobs. (2013). *Gestión Operativa*.
- COCOGUM. (2001). *Proyecto-Gum Colombia*. Obtenido de <http://www.cocogum.org/Nuestra%20Jugada/Introduccion/Factor%20economico.html>
- DefinicionABC. (2017). *DefinicionABC*. Obtenido de DefinicionABC: <https://www.definicionabc.com/social/cultura.php>
- Dongo, A. (2009). SIGNIFICADO DE LOS FACTORES SOCIALES Y CULTURALES. *Revista IIPSI*, 228.
- Dorganizacional. (29 de Septiembre de 2015). *Dorganizacional*. Obtenido de Dorganizacional: <http://dorganizacionaluni.blogspot.com/2015/09/organigrama-funcional-definicion.html>
- Economia.com. (1 de Noviembre de 2016). *Economia.com*. Obtenido de Economía.com: http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm
- Ecuador, F. (2017). *Foros Ecuador*. Obtenido de Foros Ecuador: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/3224-permiso-de-bomberos>
- Ecuador, Foros. (2017). *Foros Ecuador*. Obtenido de Foros Ecuador: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/3224-permiso-de-bomberos>

- Ecuador: Ministerio de Finanzas. (s.f.). *SRI*. Obtenido de SRI:
<http://www.sri.gob.ec/de/10055>
- Empleador, E. (13 de Enero de 2015). *El Empleador*. Obtenido de El Empleador:
<http://www.emprendedor.ec/obtener-registro-sanitario-ecuador/>
- Flores Cisneros Jorge. (2010). *Contabilidad de costos*. Quito: JF.
- Galindo. (1998). *Eumet.net*. Obtenido de Eumet.net: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html
- GestioPolis. (30 de Noviembre de 2011). Obtenido de
<https://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>
- Gitman, J., & Zutter, J. (2012). *PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA*.
- González, J. O. (2014). *Gestión de Deudas*. MEXICO.
- Guerra Espinel, G., & Aguilar Valdez, A. (1994). *Manual practico para la administracion de agronegocios*. Noriega.
- Guevara, J. (17 de mayo de 2014). Quito, Pichincha, Ecuador.
- Gutierrez Morales J. (2010). *ACADEMIA.EDU*. Obtenido de
http://www.academia.edu/9174860/Conceptos_banca
- Hevia. (2001). *Psicoarandu*. Obtenido de Psicoarandu:
<http://psicoarandu.blogspot.com/2015/06/analisis-de-datos.html>
- Hurtado. (s.f.). *Tecnicas de Recoleccion de Informacion*. Obtenido de Tecnicas de Recoleccion de Informacion: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm>
- INEC. (s.f.). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=desempleo>
- INEC. (OCTUBRE de 2017). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=desempleo>
- INEN. (2017). *Normalizacion*. Obtenido de Normalizacion:
<http://www.normalizacion.gob.ec/>
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (2017). *Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. Obtenido de Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2017). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos:

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf

Iturrioz del Campo, J. (2017). *Unidad Editorial Información Económica S.L.*
Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/inversion.html>

Jorge, F. C. (2010). *Contabilidad de costos*. Quito: JF.

Kotler, & Armstrong. (2012).

Lebet, G. (2010). *Técnicas de Recolección de Datos*. Obtenido de Técnicas de Recolección de Datos:
<https://gabriellebet.files.wordpress.com/2013/01/tecnicas-de-recoleccion3b3n4.pdf>

Legales, F. (2008). *Factores Legales*. Obtenido de Factores Legales:
<http://factoreslegales.blogspot.com/>

LOPEZ, R. (2008). *ECONOMIA*.

LUAE. (11 de 2017). *LUAE*. Obtenido de LUAE: <https://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/es/nuestros-servicios/obtenga-la-luae>

Malhotra. (2008). *El cuestionario*. Obtenido de El cuestionario:
<http://www.nodo50.org/sindpitagoras/Likert.htm>

Marketing, S. (2013). *Significados Marketing*. Obtenido de Significados Marketing:
<https://www.significados.com/cliente/>

Martínez Laguna, L. (2017). *Unidad Editorial Información Económica S.L.*
Obtenido de Amortización financiera:
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/amortizacion-financiera.html>

MARX. (1999). *EL CAPITAL*. MADRID.

Maximiano, A. (2009). *Fundamentos de Administración*.

Maximiano, A. (2009). *Fundamentos de Administración*.

Mesa, A. F. (16 de 05 de 2015). *CTORES TECNOLÓGICOS Y ESTRUCTURALES EXPLICATIVOS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN*. Obtenido de
<http://eprints.ucm.es/6639/1/4-97.pdf>

Miranda, C. (MAyo de 2013). *Blogspot*. Obtenido de Blogspot:
<http://cuadromicroymacrolocalizacion.blogspot.com/2013/05/cuadro-comparativo-micro-localizacion-y.html>

- Moreno, M. A. (07 de julio de 2010). *blog salmon*. Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>
- Muñiz, R. (s.f.).
- Muñoz de Bustillo, L., & Mora. (2005). *Economía*.
- Negocios, C. (26 de 04 de 2012). *Focus Group*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/focus-group/>
- NEgocios, C. (26 de 04 de 2012). *Focus Group*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/focus-group/>
- Nunes, P. (20015). *knoow.com*. Obtenido de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>
- Nunes, P. (2015). *Ciencias Economicas y Comerciales*. Brasil.
- Nuñez, E. (2016). *FundaPymes.com*. Obtenido de <http://www.fundapymes.com/cuales-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>
- Peréz, J. (2008). *Definición.de*. Recuperado el 2016, de <http://definicion.de/costo/>
- Perez, J., & Merino, M. (2012).
- Perry, C. (1996).
- Pro, Q. (s.f.). *Modelo de encuesta*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/modelo-de-encuesta.html>
- Públicas, C. (s.f.). *Compras Públicas*. Obtenido de Compras Públicas: <http://portal.compraspublicas.gob.ec/compraspublicas/proveedores>
- PYME, H. (2016). *Herramienta PYME*. Obtenido de Herramienta PYME: <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3530/Los-competidores>
- Ramos, M. A. (2011). Recuperado el 2016, de [http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/9719/1/ALEXANDRA%20RAMOS%20\(BIBLIOTECA\).pdf](http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/9719/1/ALEXANDRA%20RAMOS%20(BIBLIOTECA).pdf)
- Render, & Heizer. (2009). *Cadena de Suministros*.
- RUIZ, J. B. (2014). *Presupuestos Enfoque de planeación y control de recursos* (2da ed.).
- Sapag, C., & Sapag, C. (2008). *Preparacion y evaluacion de proyectos*. edicion digital.
- Serrano, E. (2011). *Gestion Comercial*.

- Sevilla, A. P. (18 de Octubre de 2017). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<http://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- Significados. (2013). *Significados*. Obtenido de Significados:
<https://www.significados.com/planeacion-estrategica/>
- Slidershare. (2010). *Slidershare*; . Obtenido de Slidershare;:
<https://es.slideshare.net/fugere/factores-sociales-14859883>
- Solorzano, R. (13 de Junio de 2011). *Administracion Nocturna*. Caracas .
- SRI. (s.f.). *SRI*. Obtenido de SRI: <http://www.sri.gob.ec/de/10055>
- Suarez, J. (2009). *maxmail.com*. Obtenido de Curso Contabilidad Práctica (5/5).
Estado de ganancias y pérdidas: <http://www.mailxmail.com/curso-contabilidad-practica-5-estado-ganancias-perdidas/ingresos-operacionales>
- Thompson. (2008).
- Thompson Baldviego, J. M. (2006). *Promonegocios.net*. Obtenido de Evaluación de
Proyectos: Conceptos: <https://www.promonegocios.net/proyecto/evaluacion-proyectos.html>
- Tirado, M. (2013).
- Toro, J. (2016). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/74609939/Costos-Indirectos-de-Fabricacion>
- Váquiro, J. D. (2007). *Pymes Futuro*. Obtenido de
<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- Vargas, G. V. (19 de Septiembre de 2015). *Blogger*. Obtenido de Blogger:
<http://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2015/09/estrategias-de-distribucion-plaza-en-la.html>
- Vasquez, V. h. (2009). *Organizacion Aplicada*. Quito: Gráficas Vasquez.
- Vasquez, V. H. (2009). *Organización aplicada*. Quito: Gráficas Vasquez.
- Zambrano, P. (2007). *Macroeconomía*.

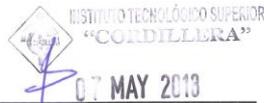


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) SIMBAÑA SIMBAÑA HENRY ANARIO, portador de la cédula de identidad N° 1725856817, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 07 de mayo del 2018



Sra. Mariela Balseca

CAJA **VISTO FINANCIERO**
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Carlos Guerra
Adm. Industrial y Producción
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



07 MAY 2018

9.22.185
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Dr. Patricio Guanopatin
DIRECTOR DE CARRERA



Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA

URKUND

Urkund Analysis Result

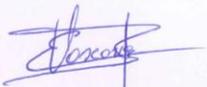
Analysed Document: 2018 TESIS.pdf (D37058901)
Submitted: 3/29/2018 4:14:00 AM
Submitted By: henrys_35@hotmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

Urkund_Quinga_Eduardo_Producción_2017.pdf (D26604199)
arteagacevallos_ignacioalfonso_bf_2018.pdf (D37058557)
urkund_Loachamin_Edwin_Produccion_2017.pdf (D26603178)
PROYECTO DE TESIS EMPRESA DE PUBLICIDAD DIGITAL.pdf (D26651532)
Tesis Peach Palm Chonta en almíbar de Marizol Solórzano Apa sara e APA.pdf (D30323411)
ANDREA MARIBEL AREVALO NINAHUALPA.pdf (D30346203)
MISHEL PUGA APA.docx (D36995233)
<http://www.aulafacil.com/cursos/120315/empresa/organizacion/evaluacion->
<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/3224-permisos->
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=desempleo>
<https://www.crecenegocios.com/focus-group/>
<http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>
<http://economipedia.com/definiciones/precio.html>

Instances where selected sources appear:

21


11/05/18
EDUARDO VASQUEZ