



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y
FINANCIERA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE MESAS ARMABLES Y
DESARMABLES CON DISEÑOS EXCLUSIVOS ELABORADOS
EN MADERA, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO DEL AÑO 2018.**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Tecnólogo
en Administración Bancaria y Financiera**

AUTORA: Ibañez Collaguazo Alexandra Paola

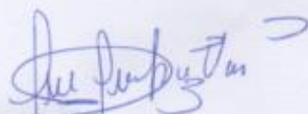
DIRECTORA: Ing. Angela María Pimbo Bastidas

Quito, Junio 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

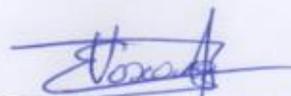
Quito, 14 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta), IBAÑEZ COLLAGUAZO ALEXANDRA PAOLA de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MESAS ARMABLES Y DESARMABLES CON DISEÑOS EXCLUSIVOS ELABORADOS EN MADERA, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DEL AÑO 2018; una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas, adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ING. ANGELA PIMBO

Tutor del Proyecto



ING. EDUARDO VASCONEZ

Lector del proyecto



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA
VICERRECTORÍA

DR. PATRICIO GUANOPATIN

Director de Escuela (E)



MSC. GEOVANNI URBINA

Coordinador Unidad de Titulación

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, auténtica, 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.



Ibañez Collaguazo Alexandra Paola

C.I: 1722867189

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Ibañez Collaguazo Alexandra Paola portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1722867189 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MESAS ARMABLES Y DESARMABLES CON DISEÑOS EXCLUSIVOS ELABORADOS EN MADERA, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DEL AÑO 2018. Con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA:  _____

NOMBRE: Ibañez Collaguazo Alexandra Paola

CEDULA C.I: 1722867189

Quito, Junio 2018

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por la salud y la fuerza que me ha dado para seguir adelante y como no a mis padres Collaguazo Chipantasig María Rosa, e Ibañez Collaguazo José Rafael, quienes fueron el empuje que necesitaba día a día para realizar mis tareas y mis obligaciones puesto que han sido un gran apoyo para mí, sobre todo por tenerme paciencia y nunca dejarme sola en los momentos duros, también reconozco la tolerancia de mi actual esposo Flores Chipantasi Franklin Jefferson ya que a pesar de mi carácter y de momentos difíciles ha sabido estar conmigo acompañándome día tras día en la culminación de mi proyecto y siempre demostrando el amor que siente por mí y por mi bebe gracias por nunca dejarme caer y por la gran confianza brindada en todos estos días donde no solo fue mi sacrificio sino el de ambos por eso quiero decirles que siempre recordare estos días donde me demostraron aun no estando juntos podemos ser una gran familia que puede cumplir sus metas a pesar de lo duro que pueda ser.

Como no agradecer a mí tutora la Ing. Angela Pimbo por inculcarme sus conocimientos y también por brindarme el apoyo y las oportunidades de seguir avanzando con la tesis, que, aunque a veces me daba por vencida estuvo para guiarme con paciencia durante todo el proceso y la culminación del proyecto.

DEDICATORIA

Dedicado a mis padres, a mis hermanos que han sabido forjarme con valores y con principios y por demostrarme que siempre puedo contar con ellos para cumplir cualquier objetivo que me proponga.

También quiero dedicarle a mi esposo y a mi bebe que siempre estuvieron conmigo, los quiero mucho.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	xxi
CAPÍTULO I.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes	2
CAPÍTULO II	5
2. Análisis Situacional.....	5
2.01 Ambiente Externo	5
2.01.01 Factor económico	5
2.01.01.01 Inflación	5
2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB).....	7
2.01.01.03 Balanza Comercial	9
2.01.01.04 Riesgo País	11
2.01.01.05 Tasa de Interés.....	13
2.01.01.05.01 Tasa Activa.....	13
2.01.01.05.02 Tasa Pasiva.....	14
2.01.02 Factor Social.....	15
2.01.02.01 Crecimiento Poblacional	15
2.01.02.02 Tasa de Desempleo.....	17

2.01.02.03 Pea (Población Económicamente Activa)	18
2.01.03 Factor Legal.....	19
2.01.03.01 Requisitos	20
2.01.04 Factor Tecnológico.....	22
2.02 Entorno Local	22
2.02.01 Clientes.....	22
2.02.01.01 Clientes Internos.....	23
2.02.01.02 Clientes Externos.....	23
2.02.02 Proveedores	23
2.02.03 Competidores	24
2.02.04 Análisis FODA	25
2.04 Propuesta Estratégica	26
2.04.01 Misión.....	26
2.04.02 Visión	27
2.04.03 Objetivos	27
2.04.03.01 Objetivo General	27
2.04.03.02 Objetivos Específicos	28
2.04.04 Principios o Valores	28
2.04.05 Gestión Administrativa	29
2.04.05.01 Planificación.....	29
2.04.05.02 Organización	30
2.04.05.03 Organización Estructural.....	30
2.04.05.04 Perfil y Funciones del Cargo.....	31
2.04.05.05 Dirección	36
2.04.05.06 Controlar.....	36
2.04.06 Gestión Operativa.....	36
2.04.06.01 Flujo grama de Procesos	37
2.04.07 Gestión Comercial.....	39
2.04.07.01 Producto	39
2.04.07.02 Precio.....	40
2.04.07.03 Plaza	40
2.04.07.04 Promoción	41

2.04.07.05 Logotipo	43
2.04.07.06 Papelería Corporativa	44
2.04.07.07 Material P.O.P	45
CAPÍTULO III	46
3. Estudio de mercado	46
3.01 Análisis del consumidor	46
3.01.01 Determinación de la Población y Muestra	47
3.01.01.01 Población	47
3.01.01.02 Tamaño del Universo	48
3.01.01.03 Muestra	48
3.01.01.04 Formulación de la Muestra	48
3.01.02 Técnicas de la obtención de la información	49
3.01.02.01 Modelos de La Encuesta	51
3.01.03 Análisis de la Información	53
3.02 Oferta	66
3.02.01 Oferta Histórica	66
3.02.02. Oferta Actual	67
3.02.03 Oferta Proyectada	67
3.03 Productos sustitutos cita bibliográfica	68
3.04 Demanda	69
3.04.01 Demanda Histórica	69
3.04.02 Demanda Actual	69
3.04.03 Demanda Proyectada	69
3.05 Balance Oferta-Demanda	70
3.05.01 Balance Actual	70
3.05.02 Balance Proyectado	71
CAPÍTULO IV	72
4. Estudio Técnico	72
4.01 Tamaño del Proyecto	72
4.01.01 Capacidad Instalada	72
4.01.02 Capacidad Óptima	73
4.02 Localización	74

4.02.01 Marco Localización.....	74
4.02.02 Micro Localización	75
4.02.03 Localización Óptima	76
4.03 Ingeniería del Producto	77
4.03.01 Definición del bien	77
4.03.02 Distribución de la planta	77
4.03.02.01 Código de Cercanías.....	77
4.03.02.02 Razones de Cercanías.....	78
4.03.02.03 Matriz Triangular	78
4.03.03 Proceso Productivo.....	82
4.03.04 Maquinaria y Equipo	84
CAPÍTULO V	87
5. Estudio Financiero.....	87
5.01 Ingreso	87
5.01.01 Ingresos Operacionales.....	87
5.01.02 Ingresos no Operacionales	88
5.02 Costos	88
5.02.01 Costo Directo.....	89
5.02.02 Costo Indirecto	90
5.02.03 Gastos Administrativos	91
5.02.04 Gastos de Ventas	92
5.02.05 Gastos Financieros	93
5.02.06 Costos Fijos	93
5.02.07 Costos Variables.....	93
5.03 inversiones.....	94
5.03.01 Inversión Fija.....	94
5.03.02 Activos Fijos	95
5.03.03 Activos Nominales (diferidos)	95
5.03.04 Capital de Trabajo	96
5.03.05 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.....	97
5.03.06 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)	98
5.03.07 Depreciaciones (tabla de depreciación).....	99

5.03.08 Estado de Situación Inicial	99
5.03.09 Estado de Resultados proyectado (a cinco años)	100
5.03.10 Flujo de Caja	101
5.04 Evaluación financiera	102
5.04.01 Tasa de descuento.....	102
5.04.02 VAN	103
5.04.03 TIR	104
5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión).....	104
5.04.05 RCB (Relación costo beneficio).....	106
5.04.06 Punto de equilibrio	107
5.04.07 Análisis de índices financieros	108
5.04.07.01 ROE.....	109
5.04.07.02 ROA	109
5.04.07.03 ROI.....	110
CAPÍTULO VI.....	111
6. Análisis de Impactos	111
6.01 Impacto Ambiental	111
6.02 Impacto Económico.....	112
6.03 Impacto Productivo	112
6.04 Impacto Social.....	113
CAPÍTULO VII	114
7. Conclusiones y Recomendaciones	114
7.01 Conclusiones	114
7.02 Recomendaciones.....	115
Bibliografía	117
ANEXOS	125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación	6
Tabla 2 Pib	7
Tabla 3 Pib Sectorial	8
Tabla 4 Riesgo País	12
Tabla 5 Tasa de Interés Activa.....	13
Tabla 6 Tasa Pasiva 2017.....	14
Tabla 7 Tasa de crecimiento Poblacional de Quito.....	15
Tabla 8 Tasa de Crecimiento Poblacional de la Parroquia	16
Tabla 9 Tasa de Desempleo de Quito	17
Tabla 10 Tasa de Desempleo de la parroquia	17
Tabla 11 Población Económicamente Activa	18
Tabla 12 Población por edad.....	19
Tabla 13 Proveedores	23
Tabla 14 Competidores Directos.....	24
Tabla 15 Competidores Indirectos	25
Tabla 16 Segmentación de Mercado	47
Tabla 17 Tamaño del Universo	48
Tabla 18 Género.....	54
Tabla 19 ¿Conocimiento del tipo de mesas?.....	55
Tabla 20 ¿Posee una mesa extensible?	56
Tabla 21 ¿Frecuencia de Renovación?.....	57
Tabla 22 ¿Cuánto pagaría por la mesa?	58

Tabla 23 ¿Qué medio de pago utilizaría?.....	59
Tabla 24 ¿Qué estilo de diseño le gustaría?	60
Tabla 25 ¿Cuál de los medio locales adquiriría el producto?	61
Tabla 26 ¿Qué aspecto valora al comprar?	62
Tabla 27 ¿Cómo le gustaría informarse del producto?	63
Tabla 28 ¿Estaría dispuesto a adquirir la mesa expandible?.....	64
Tabla 29 ¿Está de acuerdo con los diseños que ofrece la competencia?	65
Tabla 30 Proyección de fabricación de muebles en ventas.....	66
Tabla 31 Oferta Actual.....	67
Tabla 32 Proyección de la Oferta.....	67
Tabla 33 Productos Sustitutos	68
Tabla 34 Demanda Actual.....	69
Tabla 35 Proyección de la Demanda.....	70
Tabla 36 Cálculo de la demanda insatisfecha	70
Tabla 37 Cálculo de la demanda insatisfecha	71
Tabla 38 Capacidad Instalada	72
Tabla 39 Capacidad Óptima.....	73
Tabla 40 Macro-localización.....	74
Tabla 41 Localización Óptima	76
Tabla 42 Distribución de la Planta	77
Tabla 43 Código de Cercanías	77
Tabla 44 Razones de Cercanías.....	78
Tabla 45 Descripción del Proceso del Flujograma	84
Tabla 46 Maquinaria y Equipo.....	85
Tabla 47 Muebles y Enseres	85

Tabla 48 Equipos de Computación	85
Tabla 49 Equipos de Oficina.....	86
Tabla 50 Total	86
Tabla 51 Datos	87
Tabla 52 Ingresos Operacionales	88
Tabla 53 Costos Directos	89
Tabla 54 Materia Prima.....	89
Tabla 55 Mano de Obra.....	90
Tabla 56 Costos Indirectos.....	90
Tabla 57 Gastos Administrativos	91
Tabla 58 Gastos de Venta	92
Tabla 59 Gastos Financieros	93
Tabla 60 Inversión Fija	94
Tabla 61 Activos Fijos	95
Tabla 62 Activos Nominales.....	95
Tabla 63 Capital de Trabajo.....	96
Tabla 64 Fuentes de Financiamiento.....	97
Tabla 65 Amortización francés	98
Tabla 66 Amortización.....	98
Tabla 67 Depreciaciones	99
Tabla 68 Estado de Resultados	101
Tabla 69 Flujo neto de Efectivo	102
Tabla 70 TMAR	102
Tabla 71 Flujos Netos de Efectivo	103
Tabla 72 Período de Recuperación	105

Tabla 73 Periodo de recuperación Valores	105
Tabla 74 Periodo de Recuperación a Valores Actuales	105
Tabla 75 RCB.....	106

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Inflación.....	6
Figura 2 Pib.....	7
Figura 3 Balanza Comercial.....	10
Figura 4 Balanza Comercial (Exp.Impor).....	10
Figura 5 Riesgo País	12
Figura 6 Foda	25
Figura 7 Flujo-grama de venta	37
Figura 8 Flujo-grama.....	38
Figura 9 Proceso del Producto	39
Figura 10 Proceso del Producto	40
Figura 11 Pagina Web.....	41
Figura 12 Tríptico	42
Figura 13 Publicidad	42
Figura 14 Publicidad	43
Figura 15 Logotipo.....	43
Figura 16 Carpetas	44
Figura 17 Tarjetas	44
Figura 18 Sobres	44
Figura 19 Mandil.....	45
Figura 20 Manteles.....	45
Figura 21 Taza.....	45
Figura 22 Género.....	54
Figura 23 ¿Conocimientoi del tipo de mesas?	55

Figura 24 ¿Posee una mesa extensible?.....	56
Figura 25 ¿Frecuencia de Renovación?	57
Figura 26 ¿Cuánto pagaría por la mesa?	58
Figura 27 ¿Qué medio de pago utilizaría?	59
Figura 28 ¿Qué estilo de diseño le gustaría?.....	60
Figura 29 ¿Cuál de los medio locales adquiriría el producto?	61
Figura 30 ¿Qué aspecto valora al comprar?.....	62
Figura 31 ¿Cómo le gustaría informarse del producto?.....	63
Figura 32 ¿Estaría dispuesto a adquirir la mesa expandible?	64
Figura 33 ¿Está de acuerdo con los diseños que ofrece la competencia?	65
Figura 34 Mapa de Quito	74
Figura 35 Micro-localización.....	75
Figura 36 Plano de localización	75
Figura 37 Matriz Triangular.....	78
Figura 38 Plano de la Planta.....	78
Figura 39 Flujo-grama.....	83
Figura 40 Estado de situacion Inicial	100
Figura 41 Estado de Resultados	101
Figura 42 Calculo del Van	103
Figura 43 Cálculo de la Tir	104
Figura 44 Punto de Equilibrio	107
Figura 45 Punto de Equilibrio	108
Figura 46 ROE	109
Figura 47 ROA.....	109
Figura 48 ROI	110

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Permiso de Bomberos.....	125
Anexo 2 Permiso de patente.....	126

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad aportar con la comunidad en la implementación de mesas armables y desarmables en sector de San Antonio de Pichincha, con el propósito de que el cliente mejore la imagen de su hogar y la de su familia la misma que generará fuentes de trabajo en localidad.

Para la elaboración del proyecto se investigó a la competencia que producen insumos similares a la de la microempresa, pero al realizar el análisis se obtuvo que el 69.29% de la comunidad está dispuesta a adquirir nuevas mesas que sean innovadoras y que ayuden a mejorar la imagen y el ambiente, es así que se estableció la aceptabilidad del proyecto el cual es una oportunidad ya que más de la mitad de la población del sector comprará el producto debido a la calidad y al beneficio que les brindara el producto, pero 35.71% de las personas que no están de acuerdo con lo que oferta la microempresa el cual se tratará de solucionar con demostraciones que validan que el producto es útil para el cliente.

El estudio de mercado se concluyó que existe una gran demanda de la producción de inmuebles en la localidad pero que la mayoría no satisfacen el 100% al cliente ya que hasta el momento la competencia no ha innovado el producto que oferta al consumidor y no ha logrado posesionarse totalmente en el mercado debido a que el 64.29% acepta comprar el producto mientras que 35.71% aún se aferra a adquirir el producto de costumbre.

Mediante el estudio de financiero se determinó que el proyecto es factible, ya que el periodo de recuperación será dentro de dos años y 9 meses en el cual se invertirá \$7.975.61, 00 como recursos propios mientras que también se adquirirá un crédito de \$4.402,50 para cubrir el financiamiento del negocio. Mientras que al analizar los indicadores financieros se obtuvo que el proyecto es rentable según el (ROE) ya que por cada dólar vendido se obtendrá 0.63 ctvs según nuestro patrimonio, al igual que el (ROA) ya que por cada dólar de activos propios ganamos 0.68 ctvs. Y por último el (ROI) ha demostrado que por cada dólar que invertimos obtenemos un ingreso de 0.41 ctvs el cual ayudara al desarrollo empresarial del negocio.

Al imprimir el nuevo negocio se puede generar fuentes de empleo y fomentando el emprendimiento en el sector debido al incremento de capital que se obtuvo en los ingresos proyectados de la microempresa.

ABSTRACT

The purpose of this research project is to contribute with the community in the implementation of assemblable and disassemblable tables in the sector of San Antonio de Pichincha, with the purpose that the client improves the image of their home and that of their family that will generate work sources in locality.

For the elaboration of the project the competition was investigated that produce similar inputs to the one of the microenterprise, but when carrying out the analysis it was obtained that 69.29% of the community is willing to acquire new tables that are innovative and that help to improve the image and the environment, this is how the acceptability of the project was established, which is an opportunity since more than half of the population of the sector will buy the product due to the quality and the benefit that the product will offer them, but 35.71% of the people who do not agree with what the microenterprise offers, which will be solved with demonstrations that validate that the product is useful for the client.

The market study concluded that there is a great demand for the production of real estate in the town but that most do not satisfy 100% of the customer since until now the competition has not innovated the product offered to the consumer and has not achieved to take full possession of the market because 64.29% agree to buy the product while 35.71% still cling to acquire the usual product.

Through the financial study it was determined that the project is feasible, since the recovery period will be within two years and 9 months in which \$ 7,975.61.00 will be invested as own resources while a credit of \$ 4,402 will also be acquired, 50 to cover business financing. While analyzing the financial indicators it was obtained that the project is profitable according to the (ROE) since for each dollar sold 0.63 ctvs will be obtained according to our patrimony, like the (ROA) since for every dollar of own assets we earn 0.68 ctvs. And finally the (ROI) has shown that for every dollar we invest we get an income of 0.41 ctvs which will help the business development of the business.

By introducing new business, sources of employment can be generated and entrepreneurship in the sector can be encouraged due to the capital increase that was obtained in the projected income of the microenterprise.

INTRODUCCIÓN

La comercialización de los productos madereros en Pichincha ha tenido gran aceptación en el mercado puesto que ha aumentado el índice de emprendedores en esta localidad como pequeños y grandes locales que se dedican a la producción y distribución de muebles, haciendo que este comercio sea más competitivo y que el cliente sea más exigente.

El presente proyecto tiene como propósito apoyar al sector productivo y comercial creando un microempresa de muebles armables y desarmables a base de la madera de pino pues esto se lo realiza con el fin de crear nuevas tendencias y formas de emprendimiento, con el cual pueden ser comercial o de servicio en este caso escogí el innovar a un producto ya creado y que sea llamativo con el propósito de lograr que la microempresa pueda introducirse en el mercado ya que actualmente el emprendedor busca satisfacer las necesidades del consumidor y generar fuentes de trabajo y a la vez obteniendo un fin de lucro.

En la parroquia de San Antonio de Pichincha no existe una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de estas mesas que suelen expandirse lo por lo que la implementación de la microempresa busca satisfacer el nivel de demanda y oferta de productos de costumbre que no han sido innovados a través del tiempo. Se aprovechará el sector maderero con el diseño de nuevas mesas que sean de agrado del consumidor y que a la vez decoren el lugar en el que sea expuesto para que dé calidez al ambiente familiar según el diseño que se adquiera.

CAPÍTULO I

1.01 Justificación

El proyecto se enfocará en la construcción de mesas que puedan formar diseños, de una manera fácil y rápida la cual producirá un ambiente cálido en la sala o en el lugar en el que se ubique el inmueble dando una mejor vista al hogar.

En la actualidad la madera ha sido utilizada para realizar mesas o bienes que no han tenido ninguna innovación o que no han reflejado ningún cambio. Es por eso que el principal objetivo de este proyecto es impulsar el emprendimiento de mesas donde el cliente se sienta a gusto con el producto, ya que tendrá la facilidad de armar y desarmar el artículo donde no solo obtendrá un buen insumo, sino que a la vez se divertirá y beneficiará a su familia.

La importancia de este estudio se debe a la fuerte demanda del mercado ya que existe un gran potencial en el personal que se acoplará a la industria debido a que el ser humano está acostumbrado al constante cambio donde se vuela cada vez más existe y la utilidad que se le agregará a esta manufactura maderera será de gran innovación donde el comprador conseguirá algo único en el mercado debido a que aún no es elaborado en el comercio o sector donde se implantar el establecimiento.

El proyecto también tiene como finalidad de conformar una microempresa que apoye al sector productivo y comercial mediante un estudio de factibilidad de mesas ecuatorianas fomentando así, el emprendimiento y sobre todo generando fuentes de trabajo en el país, beneficiando a la sociedad y al estado donde se realizará el comercio de la mercancía.

Los beneficiarios directos del negocio serán las empresas, los proveedores, los proyectistas, los empleados y los futuros clientes o consumidores quienes serán testigos del buen funcionamiento y de la calidad del trabajo realizado por la microempresa.

Los beneficiarios indirectos serán la comunidad, el estado y la familia o el sector donde estará ubicado el almacén, estos grupos indirectos son parte esencial del proyecto puesto que, aunque no compren o no sean consumidores ayudaran al desarrollo de la compañía y también son quienes podrían dar ciertas restricciones a la mercancía puesto que el gobierno es quien también se lucrara de la compra y venta de lo que se ofrece.

1.02 Antecedentes

(Rodríguez, 2009) Define que:

Madera fue uno de los primeros materiales utilizados por el hombre para construcción de viviendas, herramientas para cazar, fabricación de utensilios, etc. Después fue uno de los materiales predilectos para la construcción de palacios, templos y casas desde el siglo XX a.c. y hasta el siglo XIV d.c; donde al descubrirse nuevas técnicas y materiales para la construcción. (pág. 36)

(De la vega, 2012) Indicó que:

Una leyenda griega relata como la ninfa Dafne (laurel en griego), hija del dios Pireo y que juró no casarse jamás, huyó a las montañas para escapar del acoso del dios Apolo. Ante la persistencia de este Dafne pidió ayuda a su padre que la transformó en laurel, como muestra una de las esculturas de Gian Lorenzo Bernini conservada en la Galería Borghese de Roma. Apolo desconsolado por perder a su amada, cortó algunas ramas que se colocó en forma de corona y convirtió al laurel en árbol sagrado. Por esta razón la corona de laurel es el símbolo con el que se representa al dios del Olimpo, asociándolo también a ganadores y poetas. En los Juegos Olímpicos celebrados en Atenas el laurel entregado a los vencedores los elevaba a la categoría de dioses. (pág. 152)

Según (Menéndez & Moreno, 2015) dijo que:

El laurel es originario del mediterráneo. Hoy en día se pueden encontrar árboles de laurel en casi todo el mundo, principalmente por efecto de la colonización y de la inmigración. El laurel fue un árbol muy valorado en la antigua Grecia. De hecho, los griegos realizaban coronas de laurel para premiar y agasajar a los poetas, a los guerreros y a los atletas en los juegos olímpicos. Hoy en día, el laurel se utiliza como especie para enriquecer nuestros platos y como remedio casero o para varios tipos de dolencias. Ya sea masticando las hojas, elaborando aceite con sus bayas y hojas y con la madera del árbol se ahúma carnes o se realizan muebles o mesas con diseños excelentes. (pág. 56)

(Vinueza, 2012) Analizó que: “El laurel es una especie nativa de los bosques primarios y secundarios de la Costa y Amazonia ecuatorianas. Se distribuye de México a Ecuador, Perú, Bolivia, Brasil.”

(Vinueza, 2012)

El mismo autor sigue mencionando que:

Una de las características interesantes de este árbol para los sistemas propuestos, es que presenta auto poda, aun en condiciones abiertas. Los árboles adultos pueden ser deciduos, aun en climas no estacionales, durante uno o dos meses después de la producción de la semilla.

(Leonangeli, 2013) Investigó que: “El Laurel es muy fácil de trabajar y se logra un acabado liso, excepto por un porcentaje de grano mechudo después del cepillado.”

(Leonangeli, 2013)

El mismo autor agrega que:

En general las especies de Laurel se consideran muy durable en relación a la pudrición causada por el hongo café, pero muy variable en relación al hongo blanco. La especie se considera en promedio como durable. El Laurel se clasifica como moderadamente fácil de preservar.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

(Roman & Erenestor, 2009) Analiza que: “La situación del mercado comprende el examen de los ambientes externo e interno de la organización. En cada uno de ellos, conforme a lo establecido en el marco teórico, se especifican los componentes necesarios para un adecuado estudio.” (pág. 132)

2.01 Ambiente Externo

(Alava, 2017) Señala que:

Son aquellos factores de la sociedad y del mercado donde va a desenvolverse la organización. Reflejan las grandes tendencias de la realidad externa a la organización. Afectan a la organización, pero su capacidad de influencia en ellos es muy limitada. (pág. 107)

2.01.01 Factor económico

De acuerdo a: (Resico, 2012); “Estudia el desempeño de la economía nacional como un todo y, por lo tanto, no está enfocada en los comportamientos de individuos o pequeños grupos, sino en lo que se denominan variables agregadas.” (pág. 44)

2.01.01.01 Inflación

(Blacutt, 2013) Indicó que:

Es un crecimiento generalizado y continuo de los precios de los bienes, servicios y factores productivos de un país e implica la reducción de la capacidad adquisitiva del dinero. La inflación se vuelve problemática no sólo por el crecimiento sostenido de los precios sino, principalmente, porque los precios no varían en la misma proporción unos con relación a otros. (pág. 94)

Tabla 1 Inflación

AÑO	VARIACIÓN
Oct-2015	3,48%
Oct-2016	1,31%
Oct-2017	-0,09%

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) indicador de Inflación del Ecuador, 2015-2017

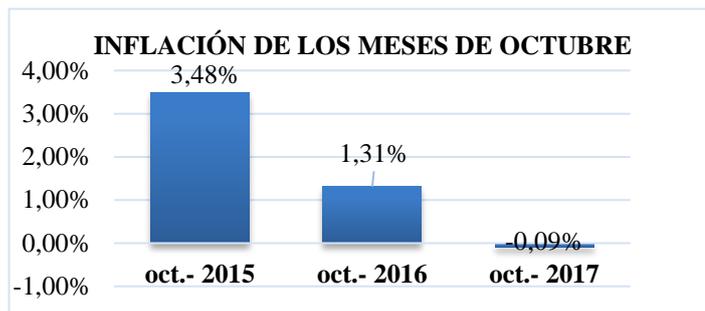


Figura 1 Inflación

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) indicador de Inflación del Ecuador, 2015-2017.

Análisis:

La inflación mensual del Ecuador del 2015 a Oct-2017 indica que en el año 2015 el país tuvo un 3.48% de inflación debido a la baja del petróleo, lo que afectó en gran parte a las empresas petroleras y, para tratar de equilibrar al país implementando las salvaguardias el cual también influyó en este indicador. El Presidente de la Republica decide invertir en el turismo ubicando a Quito como uno de los mejores atractivos turísticos y esto hace que a medida que pasa el tiempo baje la inflación al 1,31 % 2016 ya en el 2017 el país obtiene una inflación del -0,09 % esto se debe a las diferentes negociaciones que el Ecuador realizó en el mismo año con la Unión Europea asiendo que ciertos productos puedan ser exportados abriendo las puertas al Ecuador en países.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB)

(Ramales, 2010) Afirma que: “Es el valor monetario de todos los bienes y servicios de consumos finales producidos por una economía durante un periodo determinado de tiempo, independientemente de que sean de propiedad nacional o extranjera.” (pág. 172)

Tabla 2 Pib

AÑO	VARIACIÓN
2015	-2.5 %
2016	1.0 %
III 2017	3.3 %

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) indicador del PIB, 2015-2017

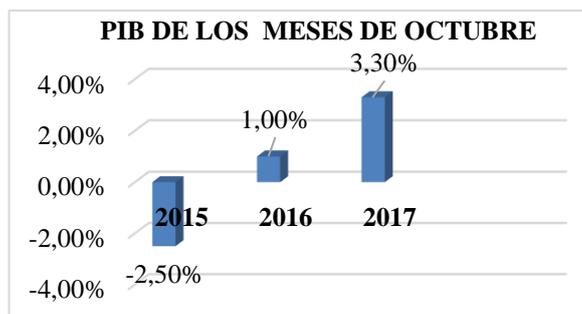


Figura 2 Pib

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) indicador del PIB ,2015-2017

Análisis:

En año 2015 el país tuvo un Pib negativo del -2.50% debido a la recesión económica que en ese entonces se enfrentaba dando como resultado varias pérdidas de empleo, en el 2016 sube al 1% por la mayor producción que el país realizó en exportaciones y gracias a las inauguraciones de varias hidroeléctricas que mejoraron la tecnología ya para Oct-2017 aumenta el Pib al 3.30% debido a la alta producción de servicios turísticos y de bienes naturales como flores, camarón, pescado, bananos, etc., originarios del Ecuador.

Tabla 3 Pib Sectorial

PIB por Sector	AÑO 2015 IV TRIMESTRE	AÑO 2016 IV TRIMESTRE	AÑO 2017 III TRIMESTRE
Manufactura	0,09%	0,14%	0,35%
Petróleo y minas	0,03%	-0,23%	-0,14%
Comercio	0,22%	-0,38%	0,54%
Construcción	0,27%	-0,19%	-0,80%
Agricultura	-0,02%	0,18%	-0,15%
Otros servicios	0,03%	0,00%	0,26%
Administración Pública y defensa	0,16%	-0,16%	0,29%
Actividades Profesionales y técnicas	0,22%	0,29%	0,40%
Transporte	0,04%	0,07%	0,34%
Enseñanza y Servicios Sociales y Salud	0,09%	-0,10%	0,50%
Suministro de electricidad, gas y agua	0,05%	0,11%	0,16%
Pesca (excepto camarón)	0,03%	-0,07%	0,01%
Correo y comunicaciones	0,01%	-0,13%	0,31%
Actividades de servicios financieros	0,01%	-0,07%	0,43%
Servicio Domestico	0,01%	0,00%	0,01%
Acuicultura y pesca de camarón	0,00%	0,08%	0,06%
Alojamiento y servicios de comida	-0,02%	-0,05%	0,10%

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Fuente: (INEC) indicador del Pib Sectorial, 2015-2017

Análisis:

El PIB Sectorial del proyecto se enfoca en el desarrollo de la manufactura el cual ha aportado de forma positiva al país ya que ha ido aumentando poco a poco, en el año 2015 la tasa de variación es del 0,09% por la baja participación del valor agregado por varias empresas y microempresas que se vieron afectadas económicamente por las distintas decisiones y acciones políticas que se manejaron en ese año, ya en el 2016 la tasa aumenta a 0,14% por la atención que brindó el gobierno ya que se tomó conciencia en la tala de árboles poniendo mayor restricción en su aumentando su valor debido a las innovaciones y al valor que se le dio a la madera ya para Oct-2017 volvió a crecer en un 0,35% por la mayor demanda que hay en el país en la manufactura. Además, el Ecuador lo considera como un sector Estratégico en la matriz productiva.

2.01.01.03 Balanza Comercial

(Lafuente, 2010) Asume que: “La balanza comercial es la diferencia resultante de los bienes materiales vendidos y comprados al / en el extranjero por un país durante un período determinado o ejercicio, normalmente un año.” (pág. 202)

(Cabrera, 2012) Concluyó que: “Enumera y cuantifica el valor monetario de la totalidad de las compras y las ventas únicamente por las mercancías que un país intercambia con el exterior. Dicha evaluación se refiere siempre a un periodo determinado, generalmente un año.”(pág. 206)

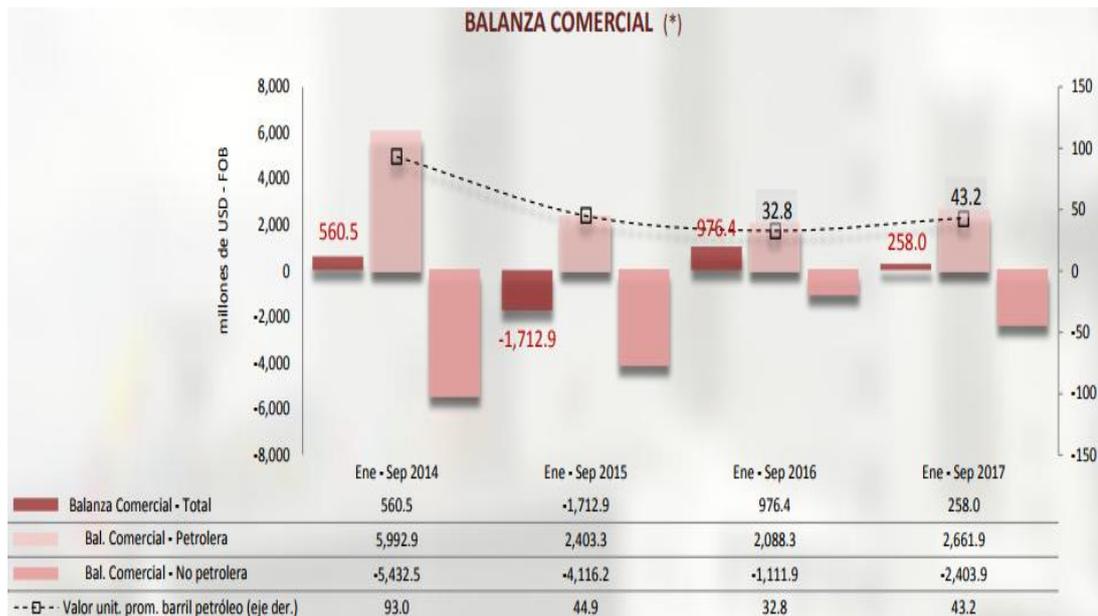


Figura 3 Balanza Comercial

Elaborado por: Banco Central del Ecuador (BCE)

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) indicador de la Balanza Comercial, 2015-2017.

Balanza Comercial (Exportaciones-Importaciones)

	Ene - Sep 2014		Ene - Sep 2015		Ene - Sep 2016		Ene - Sep 2017		Variación 2017 - 2016	
	TM	USD FOB	Absoluta	Relativa						
Exportaciones totales	22,986.1	19,965.3	24,130.9	14,242.5	23,870.4	12,160.0	23,897.1	14,045.3	1,885.4	15.5%
Petroleras	16,047.1	10,688.8	17,054.8	5,505.5	16,636.7	3,858.1	16,216.7	4,978.6	1,120.6	29.0%
No petroleras	6,939.0	9,276.5	7,076.2	8,737.1	7,233.7	8,301.9	7,680.4	9,066.7	764.8	9.2%
Importaciones totales	12,501.0	19,404.8	11,729.8	15,955.5	9,906.2	11,183.6	11,840.1	13,787.3	2,603.7	23.3%
Bienes de consumo	805.0	3,620.2	675.6	3,144.9	537.1	2,291.9	696.5	2,984.5	692.6	30.2%
Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)	3.3	160.7	1.9	88.4	2.1	88.9	2.8	110.9	22.0	24.8%
Materias primas	6,374.4	5,983.7	5,548.0	5,376.8	4,892.9	4,090.8	6,346.6	4,997.7	906.9	22.2%
Bienes de capital	427.5	4,867.7	383.2	4,150.0	267.6	2,894.4	348.4	3,352.2	457.9	15.8%
Combustibles y Lubricantes	4,886.7	4,728.8	5,116.1	3,146.8	4,202.0	1,773.0	4,441.5	2,304.7	531.7	30.0%
Diversos	4.1	36.7	5.0	43.6	4.5	44.1	4.3	35.1	-9.0	-20.5%
Ajustes (3)		7		5.07		0.5		2.17		319.8%
Balanza Comercial - Total		560.5		-1,712.9		976.4		258.0		-73.6%
Bal. Comercial - Petrolera		5,992.9		2,403.3		2,088.3		2,661.9		27.5%
Exportaciones petroleras		10,688.8		5,505.5		3,858.1		4,978.6		29.0%
Importaciones petroleras		4,695.9		3,102.2		1,769.7		2,316.7		30.9%
Bal. Comercial - No petrolera		-5,432.5		-4,116.2		-1,111.9		-2,403.9		-116.2%
Exportaciones no petroleras		9,276.5		8,737.1		8,301.9		9,066.7		9.2%
Importaciones no petroleras		14,709.0		12,853.3		9,413.9		11,470.6		21.8%

Figura 4 Balanza Comercial (Exp. Impor)

Elaborado por: Banco Central del Ecuador (BCE)

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) indicador de Balanza Comercial (Exp-Import), 2015-2017

Análisis:

Las exportaciones acumuladas en el mes de En-Sep del 2014 alcanzaron un valor de \$ 19965.30 de exportaciones y \$ 19404.80 de importaciones teniendo un superávit de 560.50 debido a los ingresos petroleros ya que en ese periodo aún se mantenía el bum petrolero el cual estaba próximo en bajar ya para el año 2015 las remesas alcanzaban los \$ 14242.5 y sus intercambios eran de \$ 15955.5 con un total de balanza comercial de -1712.9 esto por la caída petrolera que se dio el cual afectó a varios países que se vieron obligados a bajar sus costos de barril en el 2016 los envíos ecuatorianos eran de \$ 12160 y los negocios realizados en ese año eran de \$ 11183.60 y una balanza de 976.4 por ingresos no petroleros que aportaron al desarrollo del Ecuador como es el banano, el camarón, el cacao etc. En el 2017 las exportaciones fueron de 14045.3 y las importaciones \$ 13787.3 con un superávit de 258 quizá más bajo en el anterior año debido a la mala administración que se manejaba puesto que se recibían coimas a base del combustible el cual afectaría más tarde al país debido a que el dinero no ingresaba al estado ecuatoriano sino a manos de políticos.

2.01.01.04 Riesgo País

En cuanto a: (Díaz, 2012) analizó que:

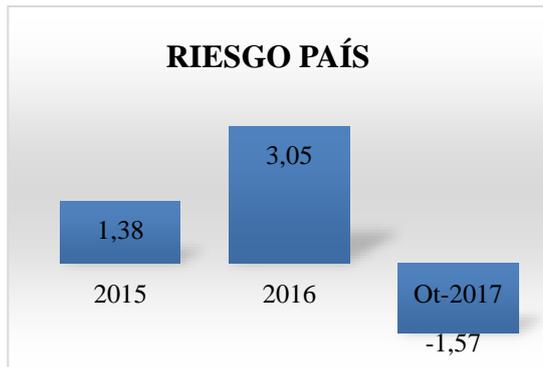
Es el que mide la capacidad financiera de una nación de pagar sus deudas externas. La medida tradicional es realizada por calificadoras internacionales, y expresa la sobretasa de interés que se exige sobre los intereses que pagan los bonos de Estados Unidos. (pág. 39)

Tabla 4 Riesgo País

MES – AÑO	PUNTUACIÓN	VARIACION
2015	1252	1.38%
2016	743	3.05%
Oct-2017	563	-1.57%

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) indicador de Riesgo País ,2015-2017


Figura 5 Riesgo País

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Fuente: (BCE) indicador de indicador de Riesgo País del Ecuador ,2015-2017

Análisis:

En el año 2015 el riesgo país obtiene en una puntuación 1252 siendo un gran riesgo para los inversionistas debido a inestabilidad política y a problemas económicos y a la caída de bonos y el intento del gobierno por salvar al país imponiendo las salvaguardias, en el 2016 disminuye la puntuación de riesgo a 743 la inversión de china en el sector minero y en energías renovables y a la inversión turística que tuvo la capital ecuatoriana ya para el 2017 el riesgo bajo a 563 por los resultados de la inversión turística realizado el anterior año asíéndolo acreedor al Ecuador de 14 premios por es la razón varios países extranjeros se han interesado en el Ecuador ya que inversores están a la expectativa de la disminución del riesgo.

2.01.01.05 Tasa de Interés

(Blacutt, 2013) Determinó que: “La demanda de inversión y la oferta de ahorro en el mercado global de capital. La demanda de inversión y la oferta de ahorro dependen de la tasa de interés real.”(pág. 317)

2.01.01.05.01 Tasa Activa

(Delgado, 2016) Destaca que:

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca. (pág. 41)

Tabla 5 Tasa de Interés Activa

Tasas de Interés			
octubre - 2017			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	7.13	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.81	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	8.03	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.86	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.86	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.18	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.66	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.46	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.47	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.48	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.58	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	24.77	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.45	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.36	Inversión Pública	9.33

Elaborado por: Banco Central del Ecuador (BCE)

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) indicador de Tasa de interés Activa ,2015-2017

Análisis:

Los Pymes de la tasa de interés activa es de 11.20% y un máximo de 11.83% según la banca ecuatoriana lo cual indica que las entidades de financiamiento pueden otorgar un crédito a personas naturales por un plazo mayor a un año para la financiar un proyecto que registre ventas de \$100.000 lo cual no es recomendable para el negocio ya que es un riesgo que se toma al pedir un préstamo que podría ser pagado debido a la experiencia y al posicionamiento de la microempresa.

2.01.01.05.02 Tasa Pasiva

(Delgado, 2016) Considera que:

Es el Precio que se recibe por un depósito en los bancos. Las tasas de interés fundamentan básicamente en la información consolidada a nivel nacional de todas las operaciones activas y pasivas que reporta el sistema financiero nacional al Banco Central del Ecuador. (pág. 35)

Tabla 6 Tasa Pasiva 2017

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.80	Depósitos de Ahorro	1.14
Depósitos monetarios	0.94	Depósitos de Tarjetahabientes	1.12
Operaciones de Reporto	0.09		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.43	Plazo 121-180	4.67
Plazo 61-90	3.97	Plazo 181-360	5.19
Plazo 91-120	4.71	Plazo 361 y más	7.15
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 009-2010)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	4.80	Tasa Legal	7.86
Tasa Activa Referencial	7.86	Tasa Máxima Convencional	9.33

Elaborado por: Banco Central del Ecuador (BCE)

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) indicador de Tasa de interés Pasiva ,2015-2017

Análisis:

La tasa de interés pasiva refleja el 3.43% que la banca paga por los créditos o ahorros que una persona natural tiene con una entidad financiera, esto quiere decir que es mejor invertir o ahorrar ya que un proyectista ganaría dinero fácil, según el dinero guardado las ganancias obtenidas serán mayores, mientras que si utiliza un crédito para realizar un negocio se enfrentaría, a un riesgo donde la microempresa no estaría segura.

2.01.02 Factor Social

(Dumorné , 2012) Relacionan que: “Se constituye la empresa con el propósito de ganar dinero, Sin ánimo de lucro en ellas lo más importante es el factor social buscan el bienestar de su familia.”(pág. 32)

2.01.02.01 Crecimiento Poblacional

(Gonzalez, 2015) Asumen que: “Es el crecimiento demográfico ha sido producto de la natalidad, la mortalidad y la migración, que a su vez se ven determinadas por las condiciones sociales y económicas.” (pág. 32)

Tabla 7 Tasa de crecimiento Poblacional de Quito

Provincia-Cantón-Parroquia	PROYECCIONES REFERENCIALES DE POBLACIÓN A NIVEL CANTONAL-PARROQUIAL PERÍODO 2018 - 2023					
	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
QUITO	2690150	2735987	2781641	2827295	2872949	2918603

Elaborado por: Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)

Fuente: (SENPLADES) indicador de Tasa de crecimiento Poblacional de Quito, 2018-2023

Análisis:

La ciudad de Quito es el lugar donde se encuentra ubicado la microempresa donde el crecimiento poblacional general proyectado del 2018 con 2,690.150 de habitantes el que aumentará probablemente en 5 años a 2,918.603 siendo una oportunidad del negocio, debido a la gran cantidad de personas que podrían interesarse en el producto que ofrece el mismo.

Tabla 8 Tasa de Crecimiento Poblacional de la Parroquia



Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

PROYECCIONES REFERENCIALES DE POBLACIÓN A NIVEL CANTONAL-PARROQUIAL
PERÍODO 2018 - 2023

Provincia-Cantón-Parroquia			Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
PICHINCHA	SAN ANTONIO	170180	38873	39536	40196	40855	41515	42175
PICHINCHA	SAN ANTONIO	Tasa de crecimiento	1,74%	1,71%	1,67%	1,64%	1,62%	1,59%

Elaborado por: Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)

Fuente: (SENPLADES) indicador de Tasa de crecimiento Poblacional de la Parroquia, 2018-2023

Análisis:

El proyecto está ubicado en San Antonio de Pichincha el cual tiene una tasa de crecimiento poblacional del 1.74% y una población de 38.873 en el 2018 beneficiando a la microempresa para la venta del producto ya que según analistas esta localidad es una de las más visitadas y más poblada y se caracteriza por la innovación, la creación de productos y por la acogida que éstos tienen ya que al ser un lugar muy habitado existe más oportunidades de desarrollo económico ya que según la proyección a 5 años demuestra la tasa natalidad seguirá siendo alta, hasta llegar a un número de personas de 42.175 para 2023.

2.01.02.02 Tasa de Desempleo

(Romero, 2009) Manifiesta que: “Es actualmente uno de los principales motivos de preocupación tanto social como individual. Los sectores políticos y económicos tratan de analizar sus causas y aplicar distintas fórmulas con el fin de combatirlo o reducirlo.” (pág. 19)

Tabla 9 Tasa de Desempleo de Quito

Periodo	Quito
jun-17	7,8%
sep-17	7,8%

Elaborado por: Banco Central del Ecuador (BCE)

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) indicador de Tasa de Desempleo de Quito ,2017

Análisis:

La tasa de desempleo representa una amenaza para el negocio debido a en la actualidad es del 7.8% y va aumentando con respecto a los años anteriores esto se debe a varios factores políticos como la mala administración realizada por el Expresidente Rafael Correa, a la disminución del petróleo y a la baja inversión extranjera.

Tabla 10 Tasa de Desempleo de la parroquia

DESCRIPCION	SAN ANTONIO**	
Tasa de Desempleo	Total	3,0
	Hombre	2,5
	Mujer	3,6

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Fuente: Unidad de Estudios e Investigación, Indicador de Tasa de Desempleo de la parroquia, 2017.

Análisis:

La tasa de desempleo refleja que el 3% los habitantes de San Antonio no trabajan o se encuentran desocupados y que están dispuestos a realizar alguna actividad para percibir un salario este porcentaje es bajo debido a que la mayoría de personas de esta localidad buscan la manera de subsistir ya que esta Parroquia es muy visitada por turistas y la mayoría realiza un trabajo informal (vendiendo comida).

2.01.02.03 Pea (Población Económicamente Activa)

(Ramos Soto & Gómez Brena, 2009) Mencionan que: “El (PEA), representa el total de trabajadores en activo, también que es el monto de la población que no tiene una actividad formal, y predispuesta a ingresar al mercado informal.” (pág. 60)

Tabla 11 Población Económicamente Activa

DESCRIPCION		SAN ANTONIO**
Población Económicamente Activa (PEA)	Total	22.111
	Hombre	12.382
	Mujer	9.729

Elaborado por: (INEC) y Secretaría de Territorio Hábitat y Vivienda – MDMQ

Fuente: Unidad de Estudios e Investigación; DMPT, Indicador de PEA de la parroquia 2017

Análisis:

El (PEA) total es de 22.111 el cual demuestra que aún existe un machismo o una preferencia de género puesto que el hombre es el que más ocupa un trabajo, ya sea formal e informal, siendo 12.382 individuos que perciben un salario o un dinero a cambio de su trabajo mientras que 9.729 mujeres son quienes tienen problemas a ejercer un cargo y buscan la manera de solventar sus necesidades puesto que muchas damas trabajan de una forma informal es decir que deambulan vendiendo cosas para sobrevivir y que tratan de aportar económicamente en su hogar.

Tabla 12 Población por edad

DESCRIPCION		SAN ANTONIO **	
Grupos de Edad	Hombres	Total Hombres	15.912
		Menos de 5 años	1.606
		Niños (5-11)	2.368
		Adolescentes (12-18)	2.237
		Jovenes (19-35)	4.723
		Adultos (36-64)	4.186
		Tercera edad (65 y más)	792
	Mujeres	Total Mujeres	16.445
		Menos de 5 años	1.553
		Niños (5-11)	2.344
		Adolescentes (12-18)	2.138
		Jovenes (19-35)	4.873
		Adultos (36-64)	4.565
		Tercera edad (65 y más)	972

Elaborado por: Censos (INEC) y Secretaría de Territorio

Fuente: Unidad de Estudios e Investigación, de La Población por edad, 2017.

Análisis:

La Población por edad demuestra la mayor proporción de habitantes de San Antonio son mujeres ya que existe un total de 16.445 personas de sexo femenino que buscan mejorar su hogar, siendo esto una oportunidad ya que existe una gran posibilidad de la acogida del producto, en cambio 15.912 individuos son hombres que en su mayoría se fijan en la calidad y el costo de lo que el negocio ofrece lo cual es bueno ya que el inmueble que se oferta es creativo y único en el mercado local.

2.01.03 Factor Legal

(Ramales, 2010) Determina que: “Permite identificar vacíos en las obligaciones que el gobierno debiera tener con la ciudadanía sobre su toma de decisiones y rendición de cuentas.” (pág. 217)

2.01.03.01 Requisitos

Requisitos Generales. Para ser Artesano Calificado:

➤ Requisitos para la Afiliación:¹

2 copias de Cédula de Ciudadanía y Papeleta de Votación

1 foto tamaño carnet

Copia de una planilla de Servicio Básico: Agua, Luz o Teléfono

Pagar el Costo de Afiliación

➤ Requisitos para Calificación en el MIPRO

Presentar solicitud y formulario

Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía y Papeleta de Votación a color

Original y copia del último recibo de pago de Luz, Agua o Teléfono

Original y copia de la Patente Municipal (si la tiene)

Permiso de Funcionamiento o Carnet de Salud Ocupacional

Copia de Pasaporte, Visa de Residente y/o Documento de Refugiado para personas de otra nacionalidad.

Declaración Juramentada notariada, para artesanos que por su actividad no tienen taller o lugar de trabajo determinado

Copia de otros documentos habilitantes.

¹ <http://camaraartesanalpichincha.com.ec/servicios/afiliacion/>

1 copia del Carnet de la Cámara

3 fotografías a color de la persona interesada trabajando en su taller y del Local con toda la herramienta de trabajo

2 facturas de compra de materiales a nombre del interesado

Inventario de herramientas con el valor de cada una y el total

➤ Requisitos Generales. Para el Artesano Calificado:²

El SRI, en cumplimiento de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, reconoce únicamente a los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano como beneficiarios.

- Inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y comunicar cualquier cambio al SRI.
- Emitir y entregar comprobantes de venta autorizados.

Notas de venta – RISE, Facturas.

Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios.

Tiquetes de máquinas registradoras.

- Llevar un registro de ingresos y gastos.
- Presentar las declaraciones de impuesto que le correspondan y pagarlas.

IVA: obligatoria en todos los casos.

²

http://www.academia.edu/31932307/MI_GU%C3%8DA_MI_GU%C3%8DA_TRIBUTARIA_TRIBUTARIA_3_Artesanos_calificados_por_la_Junta_Nacional_de_Defensa_del_Artesano

Impuesto a la Renta: obligatoria solo si supera la base exenta de ingresos, establecida en la tabla del Impuesto a la Renta vigente.

- Presentarse en el SRI cuando se requiera su presencia.

2.01.04 Factor Tecnológico

(Escudero, 2017) Establece que: “Son cambios que puede generar el desarrollo de nuevas tecnologías industriales, comerciales o de servicio, así como la aparición de nuevos productos o nuevos materiales.” (pág. 83)

Análisis:

Este factor es significativo ya que aporta de forma positiva para el desarrollo de la microempresa y mantenerse a la vanguardia de la competencia puesto que en la actualidad la mayoría del mercado competitivo adopta nuevas formas tecnológicas que amplían las oportunidades de posicionamiento es por eso que “ingenious table” no se queda atrás y siempre está en busca de una mejora continua.

2.02 Entorno Local

(Carvajal, 2011) Interpreta que:

“Es el que Conjuga la dimensión territorial, las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y la dimensión económica. Es una apuesta a la democratización de las localidades, al desarrollo sustentable y equitativo repensando las potencialidades del territorio y la sociedad local.” (pág. 63)

2.02.01 Clientes

(Camacho, 2011) Plantean que: “Es aquel ente, natural o jurídico, a quien va orientada la empresa con el fin de satisfacer de manera adecuada y con una excelente política de calidad las necesidades propias al mismo.”(pág. 85)

2.02.01.01 Clientes Internos

Es aquel que forma parte necesaria de la microempresa y que trabajan en conjunto, puesto que son trabajadores o empleados de una misma organización con el fin de cumplir con la misión propuesta y lograr los objetivos planteados.

2.02.01.02 Clientes Externos

Son fundamentales para la empresa ya que son quienes ayudan al desarrollo económico del negocio puesto que satisfacen sus necesidades como también son quienes consumen el producto convirtiéndose en clientes leales o esporádicos ya que encuentran lo que les gusta en la microempresa.

2.02.02 Proveedores

(Atonal & Parra, 2010) Relacionan que: “Es aquella en la que manifiestan los deseos de llegar a un acuerdo beneficioso para ambos y una alta cooperación. La máxima prioridad es el respeto por el beneficio mutuo.” (pág. 23)

Tabla 13 Proveedores

MATERIA PRIMA E INSUMOS	EMPRESA	UBICACIÓN	TELF:
MADERA	EDIMCA	Av. de La Prensa y Av del Maestro Quito Ecuador, Avenida La Prensa	2294259 259 4691
MADERA	TECHNOWIS	Manuel Maria Hidalgo e Interoceánica, Quito 170906	(02) 238-0659
PINTURA	PINTULAC	Rumihurco Pedro Freile, Rumihurco Oe4 - 365, Quito	(02) 253-0912
PUBLICIDAD	CENTRO DIGITAL K-100	Av. Real Audiencia N56-242 y Borrero. (Frente Col. Matovelle.)	2419-524 098 7731 285
TORNILLOS	ACERCONS	Av 6 de Diciembre N44-182 y Rio Coca, Quito 170138, Ecuador,	(02) 245-6927

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Los proveedores son de gran importancia ya que son los que abastecen de materia prima al negocio siendo una fortaleza para el proyecto y trabajan por un beneficio común el cual es servir a la empresa con elementos necesarios para obtener ingresos para que sus clientes estén a gustos con su puntualidad al igual que el mismo objetivo empresarial que maneja la microempresa.

2.02.03 Competidores

(Ezquer & Castellano, 2010) Distinguen que: “Son aquellas compañías reconocidas con líderes en la industria que sigue un proceso continuo de administración.” (pág. 223)

Tabla 14 Competidores Directos

COMPETIDORES	DIRECCIÓN	TELF:
MUEBLES ROSITA	Juan Baltazar y Thomas atandahua	(02) 245-3786
MUEBLES EDGAR	José Aldar y Juan Baltazar	(02) 247-4789
MUEBLERIA CHINA	Thomas Atandahua y calle 4 (callejón huasipungo)	(02) 274-4512

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El proyecto también tiene sus desventajas puesto que tiene varios competidores directos que ofrecen productos sustitutos y que, aunque no cumple la misma función, sí satisface la misma necesidad, donde el cliente podría optar por la competencia, aunque el producto que se oferte sea nuevo y único en el mercado tiene fuertes rivales.

Tabla 15 Competidores Indirectos

COMPETIDORES	DIRECCIÓN	TELF:
MUEBLES FADEL	Francisco de Orellana, Quito 170157	289-3986
MADELAC MODULARES	José Andrade y Av. Juan De Selis,	247-6815
MUEBLES PRIETO	Av. América N30-48, Quito 170129	252-6592

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Estos competidores son importantes ya que, aunque no se encuentran por la misma localidad, pero ofrecen y se comprometen en vender diferentes inmuebles que podrían reemplazar al producto, aunque el inmueble de la microempresa tiene características diferentes ya que es movable y puede crear diseños con tan solo moverlo cosa que los demás no lo hacen.

2.02.04 Análisis FODA

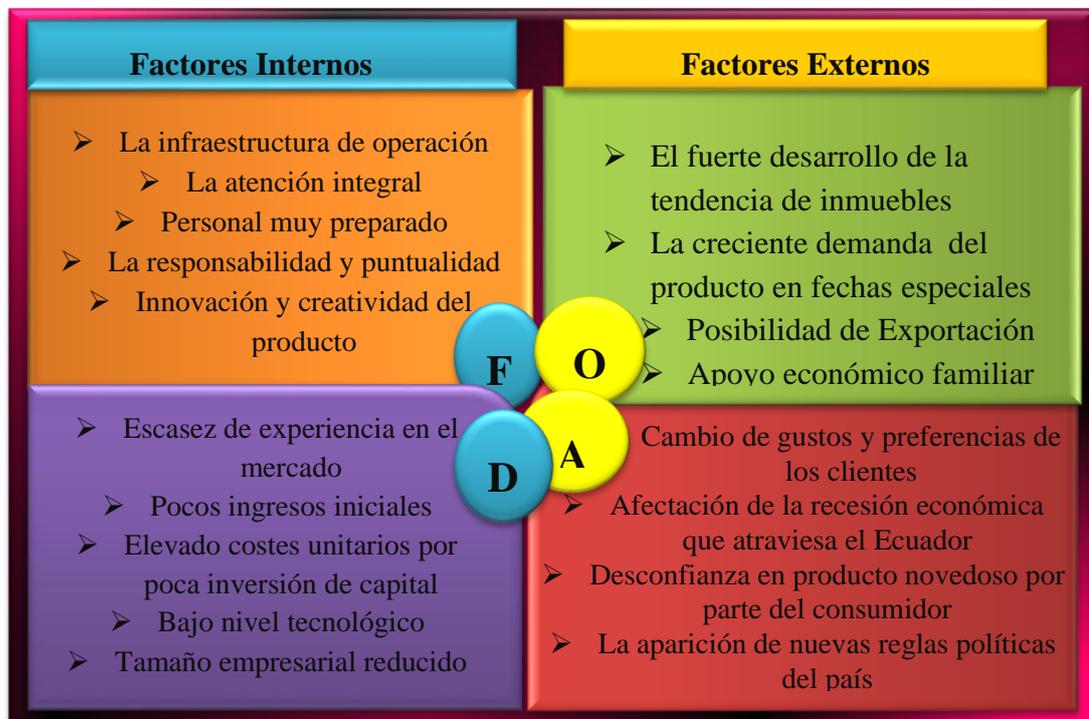


Figura 6 Foda

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

2.04 Propuesta Estratégica

(Del Río, Sepúlveda, & Meriño, 2009, pág. 12) Relacionan que: “Es el que aumenta las probabilidades de éxito en la aplicación de normas técnicas, aumento de la calidad, ampliación de la gama de productos/servicios ofertados, nuevos procesos y tecnologías, al tiempo que reduce los costos.” (pág. 12)

Análisis:

El proyecto cuenta con una fácil movilidad al momento de formar el diseño que el cliente requiera según la mesa comprada, este producto es único en el mercado ya que la mayoría de inmuebles no cuenta con este movimiento, ahorrando espacio y dando comodidad al ambiente en el que se lo ubique.

2.04.01 Misión

(Lacalle, Caldas, & Carrión, 2012) Describen que: “Es la razón de existir de una empresa. Representa su identidad y personalidad en el momento presente. La cual debe ser reconocida por todos los integrantes de la organización” (pág. 19)

Somos una microempresa productora y comercializadora de mesas con diseños únicos, buscamos ser una referencia en el sector de la madera mediante la creatividad, la responsabilidad y la puntualidad, brindando un alto nivel de servicio que a la vez supere las necesidades del consumidor y logrando siempre que el cliente esté a gusto.

2.04.02 Visión

(Lacalle, Caldas, & Carrión, Recursos humanos y responsabilidad social corporativa, 2012) “Es una imagen del futuro deseado que la empresa busca y quiere crear sus esfuerzos y acciones.” (pág. 19)

“INGENIOUS TABLE” será reconocido en la industria del mueble nacional en 5 años alcanzando la aceptación de inmuebles movibles que creen un ambiente cálido y moderno, donde la eficiencia y la solidez micro-empresarial está basada en los recursos humanos y la materia prima que es propia del país, asegurando así la confianza y la excelencia del producto, generando una buena imagen en el mercado competitivo.

2.04.03 Objetivos

- Cuantificar la cantidad de individuos o personas que les interesa el producto para su respectivo estudio de viabilidad.
- Determinar el precio que el consumidor está dispuesto a pagar o adquirir para satisfacer sus necesidades.
- Detectar o medir la necesidad y las características que contiene el producto acorde al gusto del cliente.

2.04.03.01 Objetivo General

Promover una mejor condición de trabajo y calidad laboral del personal en las empresas del sector maderero mejorando el producto de costumbre, con nuevas formas de uso optimizando los recursos de materia prima y Garantizar el cumplimiento de entrega según las preferencias del consumidor.

2.04.03.02 Objetivos Específicos

- Innovar el producto con diseños acordes al gusto del cliente
- Fomentar el emprendimiento, de nuevos productos de metal que generen ingresos y satisfacción de la necesidad del cliente.
- Analizar y Optimizar nuestra competitividad en el mercado.

2.04.04 Principios o Valores

Principios:

➤ Coherencia:

Entre lo que lo que se compromete el cliente y lo que se efectúa en el trabajo.

➤ Comunicación:

Constante y efectiva, entre todos los miembros que forman parte de la empresa, así como con los proveedores y clientes.

➤ Confianza:

En que se realiza las labores de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a cada uno de los clientes.

➤ Calidad:

En todos los ámbitos de cada uno de los proyectos que se realiza.

➤ Espíritu emprendedor:

Se aprecia el espíritu empresarial y un tipo de gestión descentralizado, con la función de los empleados que desafíen las operaciones, con rapidez e innovación.

Valores:

➤ -Responsabilidad:

Cumplimiento del total de los compromisos adquiridos con los clientes.

➤ -Honestidad:

Siempre actuar con ética sólida para la ejecución de proyectos y negociaciones.

➤ -Superación:

Permanente superación e investigación para asegurar la calidad del producto y la competitividad ante el mercado.

➤ -Innovación y renovación.

Mejora continua para satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores y clientes

➤ -Puntualidad:

En la entrega de los trabajos solicitados por los clientes

2.04.05 Gestión Administrativa

(Román & Pablos, 2009) Asegura que: “Es una disciplina que estudia la forma en que las empresas u organizaciones que obtienen y utilizan los recursos que tienen a disposición para el logro de determinados fines y objetivos.”(pág. 117)

2.04.05.01 Planificación

(Dumorné , 2012) Identifica que: “Es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones entorno al que hacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas.” (pág. 22)

Análisis:

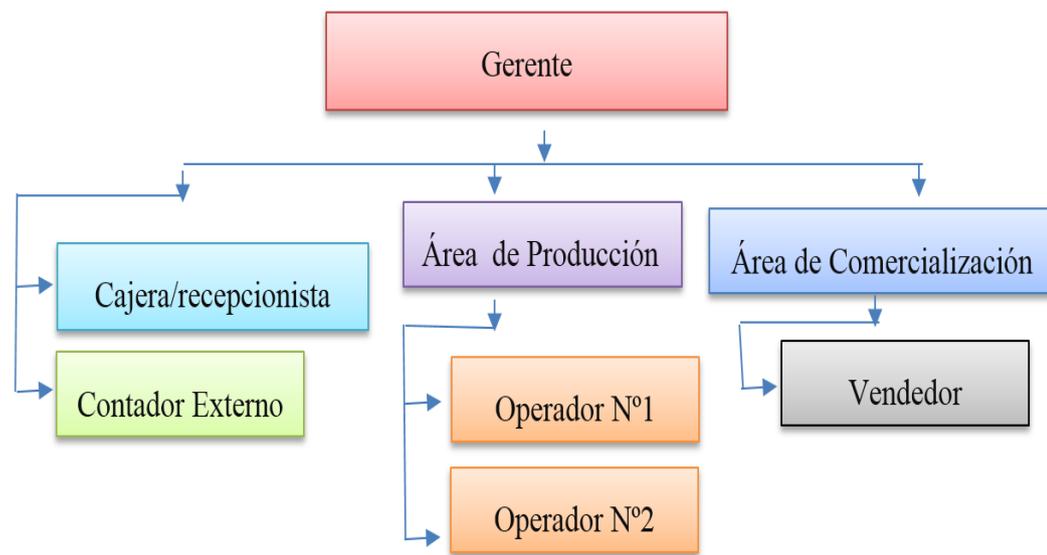
Son procesos o acciones que la empresa realizará para alcanzar tener una visión de futuro, en donde es posible determinar y lograr los objetivos. De esta manera definir los procedimientos acciones que necesita la empresa para realizar y alcanzar sus metas propuestas.

2.04.05.02 Organización

(Muñoz, 2012) Declara que: “Son el conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa.”(pág. 214)

2.04.05.03 Organización Estructural

(Arnoletto, 2010) Deduce que: “Es todo conjunto de personas relacionadas para alcanzar un fin o una meta. Es una estructura, configurada en base a relaciones internas y externas predeterminadas, entre personas que trabajan para realizar un objetivo definido.”(pág. 246)



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

2.04.05.04 Perfil y Funciones del Cargo

Gerente o Propietario

Funciones:

Definir la dirección estratégica de la compañía y sus políticas.

Controlar el desarrollo de los planes de cada una de los departamentos de la empresa para lograr los objetivos propuestos.

Toma de decisiones administrativas, de financiamiento.

Definir y supervisar los procesos de selección de personal.

PERFIL:

➤ **Identificación del Puesto:** jefe del taller (Gerente)

➤ **Área:** Administrativa

➤ **Habilidades Requeridas:**

Para percibir colores, detalles, tamaño, cantidad y formas, Saber supervisar.

➤ **Formación:**

Educación Básica.

Curso actualizado de Carpintería.

Título de 3er nivel en Técnico Superior de Formación Profesional industrial-

➤ **Experiencia:** 2 años de experiencia.

➤ **Conocimientos:** Cálculo de materiales del taller.

Sobre operación y uso de equipo y herramientas de carpintería

Cajera o Recepcionista

Funciones:

Lleva el control de la agenda del gerente

Atender a los clientes que soliciten información acerca de los productos.

Atender a los proveedores y coordinar la entrega de materiales.

Preparar comunicaciones escritas de información correspondientes a los diferentes departamentos

PERFIL:

➤ **Identificación del Puesto:** Cajera

➤ **Área:** Administrativa-financiera

➤ **Habilidades Requeridas:**

Atender personal y público en general

Expresarse y comunicarse correcta y claramente en forma oral.

Seguir instrucciones orales y escritas, Recibir mensajes.

➤ **Formación:**

Educación Básica, Bachiller. Título de 3er nivel en Adm. o en contabilidad.

➤ **Experiencia:** 1 año de experiencia de carácter operativo en el área de recepción.

3 años de experiencia de carácter operativo en el área de contabilidad

➤ **Conocimientos:** El manejo telefónico y funciones básicas de Word, Excel.

Identificación y ubicación de cuentas contables y balances, Cálculos contables

Contador Externo

Funciones:

Solicitar asignaciones de fondos, libramientos, cheques y otros.

Llevar control del cumplimiento de los programas de pago de las obligaciones contraídas por la institución.

Autorizar solicitudes de fondos para cubrir gastos internos de la institución.

Emitir e informar pago a proveedores

Emitir y controlar la emisión de facturas.

PERFIL:

➤ **Identificación del Puesto:** Contador

➤ **Área:** Financiera

➤ **Formación:**

(Contador Autorizado) o Licenciado en Contaduría Pública.

➤ **Experiencia:** Mínima de 5 años como “Contador Externo” en Empresas varias

➤ **Habilidades Requeridas:**

Debe ser Analítica, Buena Organización, Capacidad y criterio para tomar decisiones.

Buen manejo de relaciones interpersonales, Habilidad numérica, Capacidad de trabajo bajo presión.

➤ **Conocimientos:** Manejo avanzado del Sistema Operativo Windows y herramientas como Word, Excel y Power Point.

Conocimiento y experiencia en labores de auditoría, y gestión contable.

Operario 1 y 2

Funciones:

Seguir normas de seguridad pertinentes, a fin de evitar accidentes de trabajo.

Responsabilizarse de todas las herramientas e implementos asignados ya que de esto depende el correcto desempeño de la maquinaria asignada.

Informar a su jefe las actividades realizadas en el transcurso de la jornada.

Mantener la planta de producción limpia y ordenada.

PERFIL:

➤ **Identificación del Puesto:** Operador- Empleado

➤ **Área:** Producción

➤ **Habilidades Requeridas:**

Tener destreza manual.

Dominar las técnicas en carpintería.

Ser atento y puntual

➤ **Formación:**

Cursos de Carpintería terminados y bachiller.

Secundaria terminada o estudios técnico

➤ **Experiencia:** 1 año de experiencia en carpintería

➤ **Conocimientos:** Saber cortar, medir madera

Tener conocimiento en pinturas de madera, saber lacar y realizar círculos de calidad)

Vendedor

Funciones:

Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos.

Asesorar a los clientes, acerca de los productos o servicios que se ofrece.

Satisfacer las necesidades y deseos del cliente al momento de la compra.

Informar a la empresa las inquietudes de los clientes (requerimientos, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias, y otros).

PERFIL:

➤ **Identificación del Puesto:** Vendedor

➤ **Área:** Marketing

➤ **Habilidades Requeridas:**

Saber Escuchar, generar y cultivar relaciones con los clientes

Tener Buena Memoria, Ser Creativo,

Tener Espíritu de Equipo, Ser Auto-disciplinado

➤ **Formación:**

Bachiller-cursos de atención al cliente en ventas

➤ **Experiencia:** Dos años de experiencia en venta

➤ **Conocimientos:** Conocimiento del mercado

Conocimiento de los productos y servicios de la microempresa

Conocimiento en opciones de pago que brinda a los clientes, tiempos de entrega.

2.04.05.05 Dirección

(Cabrera, 2012) Define que: “Sirve de fundamento para una adecuada interpretación de los procesos estratégicos en los sistemas organizativos y, consiguientemente, de los resultados de esta investigación.” (pág. 3)

Se trabajará con el personal idóneo para el cumplimiento de objetivos esto implica que los empleados serán direccionados, motivados de la manera correcta y que logren realizar las tareas correspondientes. Esto se lleva a cabo siempre y cuando se haya elaborado planes y cuente con el personal capacitado.

2.04.05.06 Controlar

(Arnoletto, 2010) Propone que: “Puede controlar la misión y los objetivos de la organización se están realizando de forma adecuada, y detectar cualquier desviación para proponer, finalmente, las acciones correctivas necesarias.” (pág. 246)

EL control de “INGENIOUS TABLE”, se realizará con Kardex que permitirá verificar que todo el trabajo se vaya desarrollando según lo que estaba previsto en los planes, en las políticas y los programas establecidos, detallados de forma organizada siendo un plan más efectivo ya que son registros que evaluarán los resultados obtenidos, a fin de corregir desviaciones y errores para mejorar continuamente.

2.04.06 Gestión Operativa

(Arnoletto, 2010) “Se realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas.” (pág. 73)

2.04.06.01 Flujo grama de Procesos

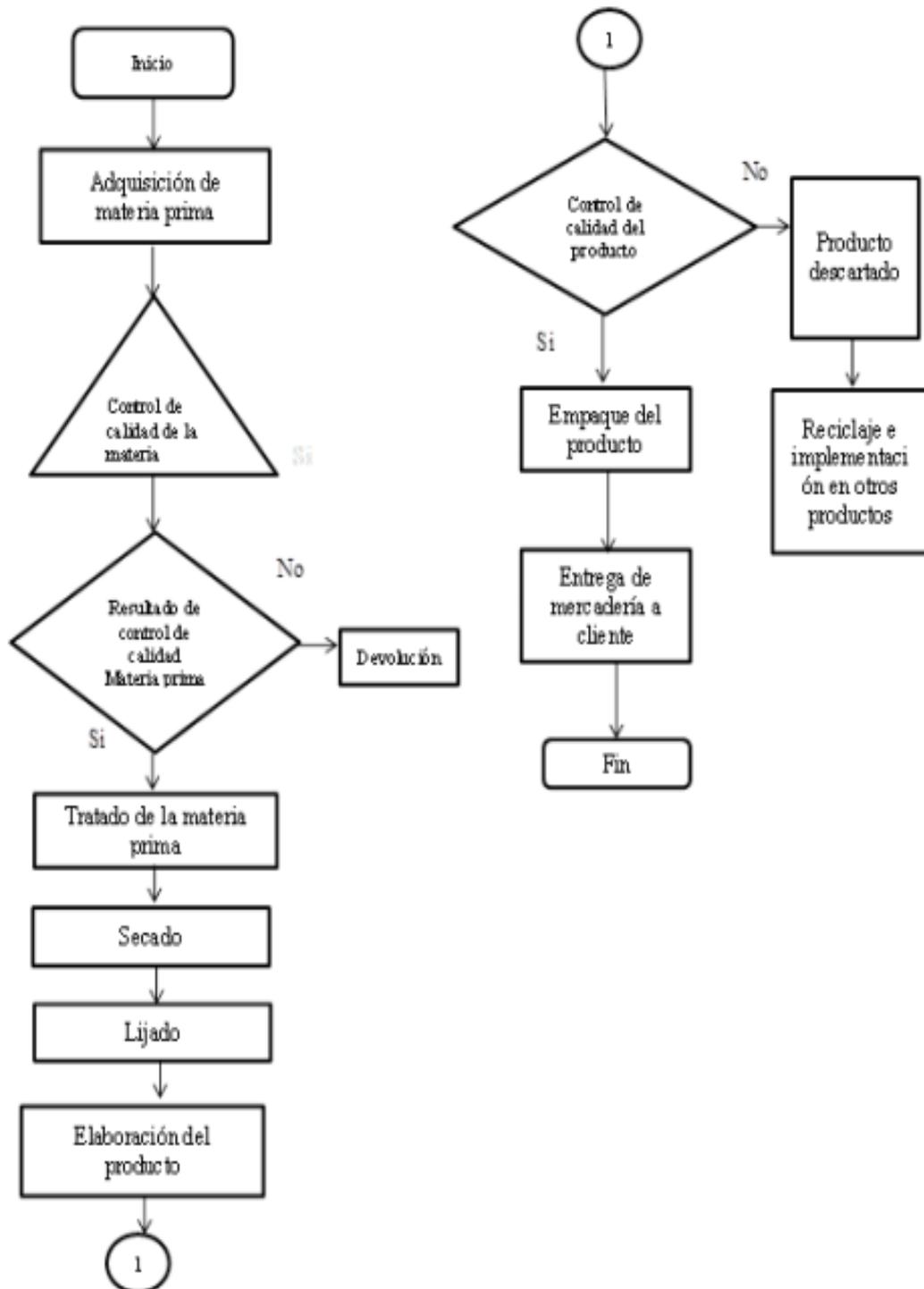


Figura 7 Flujo-grama de venta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

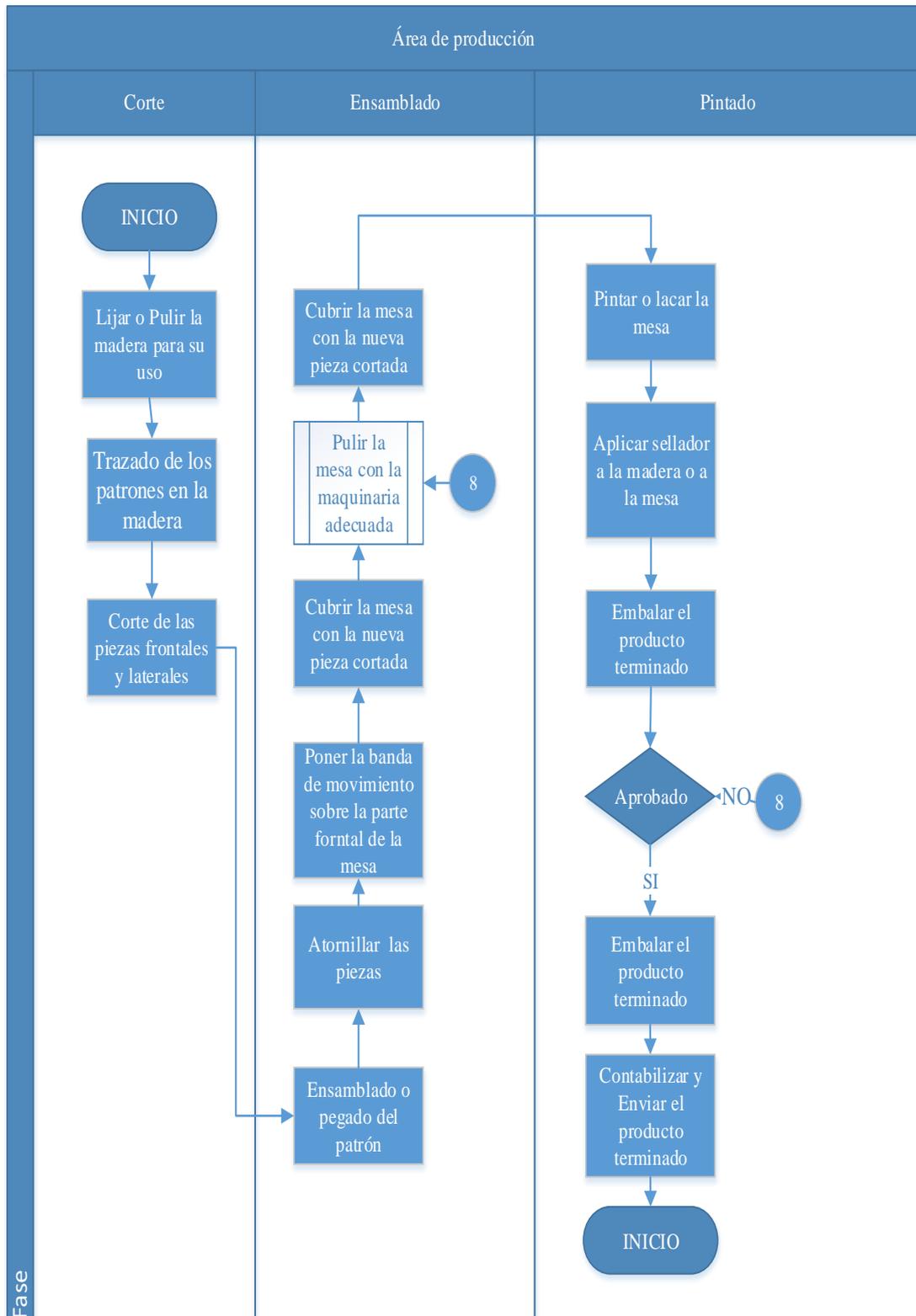


Figura 8 Flujo-grama

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

2.04.07 Gestión Comercial

(Guerrero & Pérez, 2009) Analizan que:

La gestión comercial da respuesta a las preguntas de quién, dónde, cuándo y cómo y su ejecución efectiva requiere del conocimiento de la distribución de los recursos, de su control y organización, así como la interacción con otros grupos en todos los niveles de actividad comercial. (pág. 80)

2.04.07.01 Producto

(Domínguez, 2009) Argumenta que:

Se refiere principalmente a los elementos de diseño, rasgos y beneficio que ofrece el producto o servicio al consumidor o usuario. Tan solo en las empresas en las que el Marketing es parte integral de la misma y su proceso de planificación, el experto podrá tener influencia en el diseño del producto. (pág. 28)

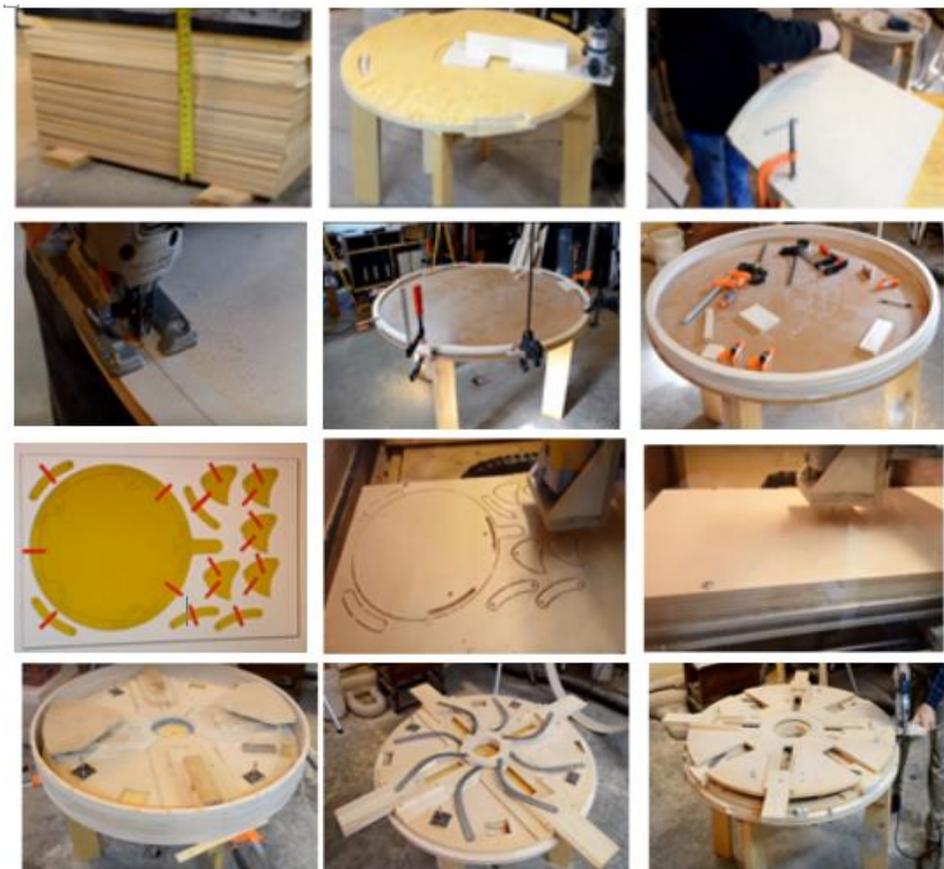


Figura 9 Proceso del Producto

Fuente: Youtube.com

Elaborado por: Alexandra Ibañez

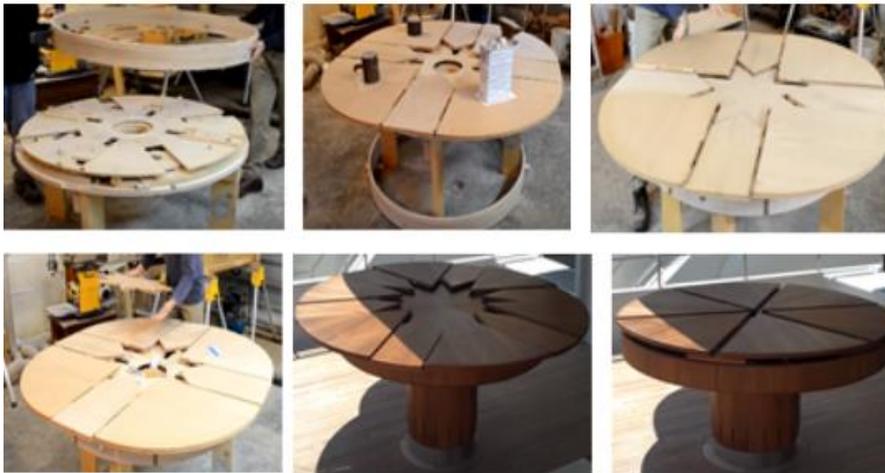


Figura 10 Proceso del Producto

Fuente: Youtube.com

Elaborado por: Alexandra Ibañez

2.04.07.02 Precio

(Domínguez, 2009) Manifiesta que: “Es una estrategia adecuada para que el producto entre en el mercado sin rechazo previo, por culpa del valor que hayamos estimado. Se tendrán en cuenta los niveles de precio existentes en el mercado respecto a otros productos similares.” (pág. 40)

Análisis:

El precio es importante para la microempresa puesto que para su determinación se toma en cuenta la mano de obra, la materia prima y los costos indirectos de fabricación que ayudan a la obtención del valor del producto en el mercado, frente al posicionamiento de la competencia.

2.04.07.03 Plaza

(Domínguez, 2009) Define que: “Este es el término generalmente empleado para diseñar la estrategia de comunicación entre la empresa y los consumidores. Comprende las áreas de comunicación personal y de masas.” (pág. 29)

Análisis:

La ubicación del negocio es en la parroquia de San Antonio de Pichincha, calle Juan Baltazar y Tomás Atandahua junto a la cartonera Pichincha. Está dirigido para toda clase social y para todas las personas puesto que se enfoca en el hogar ya son mesas que forman figuras únicas y que mejoran el ambiente de la casa en especial el de la sala.

2.04.07.04 Promoción

(García, Medina, & Moreno, 2012)

Es un conjunto de técnicas que realizan las empresas buscando obtener éxito en el incremento de las ventas de sus productos o servicios que busca llamar la atención de los clientes, mostrándole los beneficios que podría obtener si adquiere el producto que se está promocionando. (pág. 175)

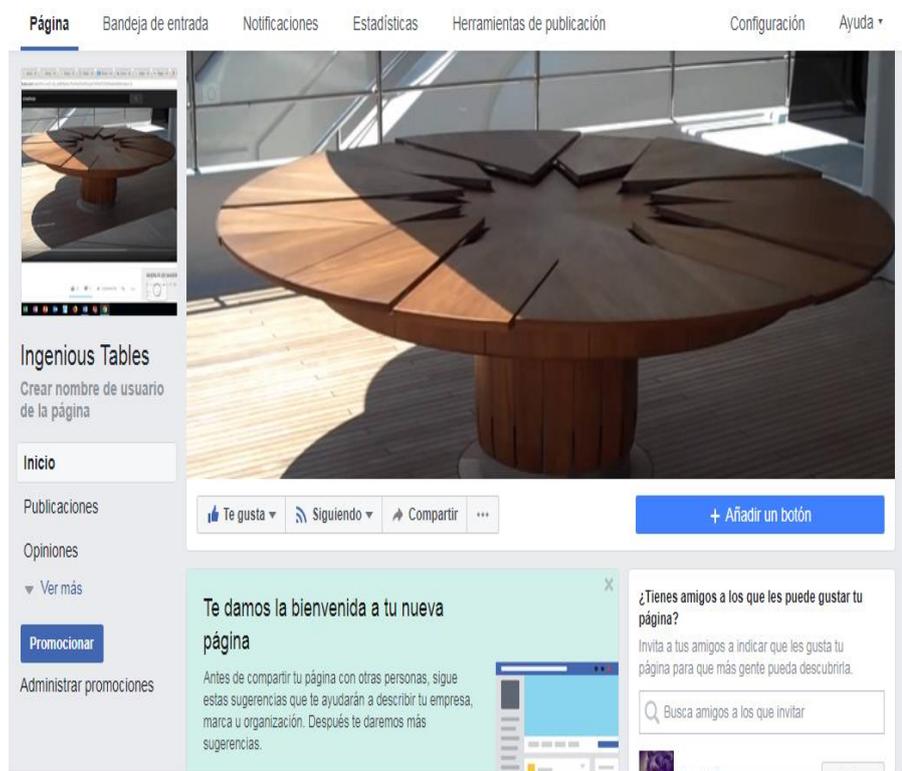


Figura 11 Pagina Web

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo



Figura 12 Tríptico

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

La publicidad se realizara así:



Figura 13 Publicidad

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo



Figura 14 Publicidad

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

2.04.07.05 Logotipo



Figura 15 Logotipo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Significado de colores:

Ocre Dorado: Da Riqueza, prosperidad y valores

Café chocolate: Refleja la Estabilidad, protección y seguridad.

Negro: Simboliza la elegancia, la profundidad y el misterio

SLOGAN

“El Arte y Comodidad para su hogar”

2.04.07.06 Papelería Corporativa



Figura 16 Carpetas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo



Figura 17 Tarjetas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo



Figura 18 Sobres

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

2.04.07.07 Material P.O.P



Figura 19 Mandil

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo



Figura 20 Manteles

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo



Figura 21 Taza

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

CAPÍTULO III

3. Estudio de mercado

(Domínguez, 2009) Explica que: “Es el que explora la serie de problemas en la gestión del Marketing y la forma de resolverlos y describe los patrones del Marketing que podemos utilizar.” (pág. 257)

3.01 Análisis del consumidor

(Martínez Gonzalez, 2012)

Los consumidores tienen más poder, no sólo desde un punto de vista legal, sino como actores en los mercados. Esto es así en gran medida por el desarrollo de los medios de comunicación, por el tiempo que invierten interactuando y por la forma y significado de las interacciones, habida cuenta de la información a la que tienen acceso. (pág. 11)

Objetivo del Estudio de mercado

Posesionar el producto de mesas expandibles de la empresa “INGENIOUS TABLE”, evaluando a la competencia y desarrollando un plan estratégico de marketing, mediante la investigación optima realizada al mercado y al consumidor.

Objetivos Específicos del Estudio de Mercado

- Examinar el marketing y el precio de la competencia
- Investigar la acogida que tiene el producto sustituto tiene con el consumidor.
- Examinar la calificación y resultado del estudio de mercado a través de métodos estratégicos.

- Analizar la perspectiva que los clientes actuales tienen con respecto al producto que se oferta.
- Determinar el número de aceptación del producto.

Segmentación de Mercado

(Rodríguez, 2013)

La segmentación de mercados es el proceso mediante el que se identifica o se toma a un grupo de compradores homogéneos, es decir, se divide el mercado en varios sub-mercados o segmentos de acuerdo con los diferentes deseos de compra y requerimiento de los consumidores. (pág. 30)

Tabla 16 Segmentación de Mercado

Características Geográficas	Características Demográficas	Características Conductuales
PROVINCIA: Pichincha	Género: Indistintos	Calidad de materia prima
CANTÓN: Quito	Población: PEA	Por beneficio
PARROQUIA: San Antonio de Pichincha	Nacionalidad: Indistintos	Frecuencia de Uso
LOCALIDAD: Calle Juan Baltazar y Thomas Atandahua	Nivel Socio Económico: Clase Media- Alta	Costos del Producto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra

3.01.01.01 Población

(Rodríguez, 2013)

Es el mercado en grupos con base en variables demográficas como edad, sexo, tamaño de familia, ciclo de vida familiar, ingresos, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad. Sus variables son: edad, género, tamaño de la familia, ciclo de vida familiar, ingreso, ocupación, educación, religión, raza, generación y nacionalidad. (pág. 33)

3.01.01.02 Tamaño del Universo

Tabla 17 Tamaño del Universo

Universo	N°.
Población De Quito	2'690.150
Población De La Parroquia	38.873
Población Pea	22.111

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

3.01.01.03 Muestra

(Villafuerte, 2010)

Es una porción significativa a y representativa de esa totalidad que se emplea cuando estamos ante poblaciones muy grandes y se necesita hacer extensiva sus características al resto del universo, el muestreo se convierte en una exigencia metodológica, para poder a partir de un pequeño grupo. (pág. 74)

3.01.01.04 Formulación de la Muestra

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

Nomenclatura: n = Tamaño De La Muestra

N= Población O Universo

P= Posibilidad De Éxito (50%)

Q= Posibilidad De Fracaso (50%)

e²= Margen De Error (5%)²

Z²= Nivel De Confianza (1.96)²

Desarrollo de La Muestra

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

Datos:

$$n = \frac{22.111 \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot 1,96^2}{(22.111 - 1)0,05^2 + 0,50 \cdot 0,50 \cdot 1,96^2}$$

$$n = \frac{22.111 \cdot (0,25) \cdot (3,8416)}{(22.110)0,0025 + 0,96}$$

$$n = \frac{21235,40}{55,275 + 0,9604}$$

$$n = \frac{21235,40}{56,24}$$

$$n = 378 \text{ Encuestas}$$

3.01.02 Técnicas de la obtención de la información

(García, 2013) “Son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes que le permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada.” (pág. 6)

Entrevista

(Vargas, 2010) “Es una técnica empleada con distintos fines. En este rubro nos referiremos a la entrevista formal e informal.” (pág. 68)

Cuestionarios

(Rodrigues, Hoffmann, Mackedanz, & Hoffmann, 2011) “Se define como una forma de encuesta caracterizada por la ausencia del encuestador, por considerar que para recoger información sobre el problema objeto de estudio es suficiente una interacción impersonal con el encuestado.” (pág. 114)

Test

(Perez, 2009) “Es una palabra de origen inglés que significa, prueba estandarizada para medir la inteligencia, es decir, es una psicométrica.” (pág. 135)

Observación

(Palacios & Salvadores, 2013) “Los datos observados son recogidos en un registro, que habitualmente se elabora para un caso en concreto el que suelen ser relativos que contribuyen a la aparición del problema.” (pág. 100)

Encuesta

(Salom, 2011) “Mide las actitudes de las personas entrevistadas; en este caso concreto: conocer la percepción respecto a la calidad.” (pág. 25)

Análisis:

La microempresa utilizará la encuesta como una técnica de obtención de la información que el cliente proveerá para el estudio respectivo de la competencia y el mercado y para la planificación de estrategias de marketing.

3.01.02.01 Modelos de La Encuesta**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA”****ADM. BANCARIA Y FINANZAS****ENCUESTA**

Objetivo: Recolectar la información necesaria para medir el grado de aceptación del producto que ofrece la microempresa.

INSTRUCCIONES: Llenar con la mayor seriedad posible, ya que esto ayudará a obtener datos precisos sobre la investigación, Por favor marque con una X la opción que usted considere la mejor.

NOMBRE Y APELLIDO _____ **Género:** F ___ M ___ **Edad:** _____

Desarrolla alguna actividad económica: SI NO

PREGUNTAS:

1) **¿Conoce usted muebles con formas y movimientos?**

SI NO

2) **¿tiene en su hogar u oficina una mesa extendible?**

SI NO

3) **¿Con que frecuencia usted renueva su mueblería?**

Cada 2 años

Cada 5 años

Cada 10 años

Nunca

4) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una mesa desplegable?

\$ 200-250

\$ 251-300

\$ 301 - 350

\$ 351-400

\$ 401- 450

\$ 451-500

5) ¿Qué medios de pago utiliza para pagar su compra?

En efectivo

Con cheque

Con tarjetas

6) ¿Qué estilo en diseño de mesa le gustaría tener?

Estilo colonial

Contemporáneos

Rústicos

Clásico y tradicional

7) ¿En qué lugares se siente cómodo, al adquirir un mueble?

Local

Centro comerciales

Ferias

8) ¿Qué aspectos valora al comprar un producto de madera?

Precio

Calidad

Diseño

Garantía

9) ¿Cómo le gustaría informarse sobre el producto que es está ofertando?

Amigos-familia

Volantes

Facebook

Propia

10) ¿Estaría dispuesto adquirir una mesa extendible con diseño personalizado?

SI

NO

11) ¿Usted está de acuerdo con los diseños que ofrecen otras empresas?

SI

NO

3.01.03 Análisis de la Información

(Camacaro, 2010) “Es la aplicación de los instrumentos de investigación, que se procede a codificarlos, tabularlos, utilizar la información que permite la elaboración y presentación de tablas y gráficas estadísticas que reflejan los resultados.” (pág. 259)

Datos Generales:

Tabla 18 Género

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	187	49.47%
Femenino	191	50.53%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

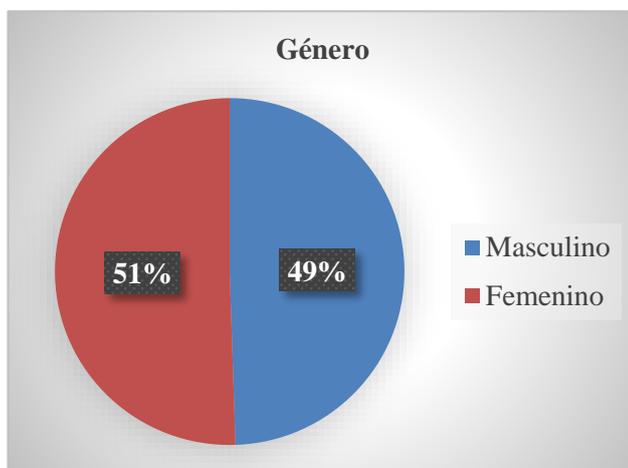


Figura 22 Género

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Según la encuesta el 50.53% del género femenino es el más interesado en adquirir una mesa para su hogar debido a que las amas de casa son quienes les gusta redecorar u organizar el hogar mientras que el 49.47% pertenece al género masculino que al igual que las mujeres son quienes se interesan en la calidad, la durabilidad y el costo del producto.

1) ¿Conoce usted muebles con formas y movimientos?

Tabla 19 ¿Conocimiento del tipo de mesas?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	181	47.88%
No	197	52.12%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

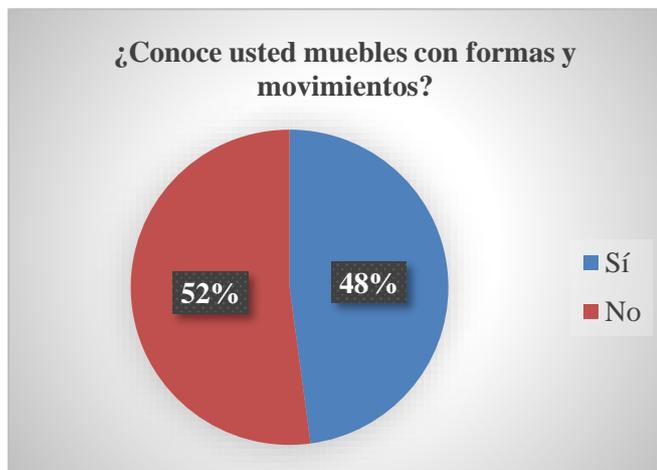


Figura 23 ¿Conocimiento del tipo de mesas?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Mediante la pregunta 1 se determinó que el 52.12% de las personas conoce muebles que puedan originar un movimiento o una expansión debido a la evolución de la tecnología muchas personas han podido conocer el mercado moderno mientras tanto el 47.88% de los individuos no saben que existe un producto nuevo como mesas que podrían mejorar el ambiente en el hogar.

2) ¿Tiene en su hogar u oficina una mesa extendible?

Tabla 20 ¿Posee una mesa extendible?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	119	31.48%
No	259	68.52%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

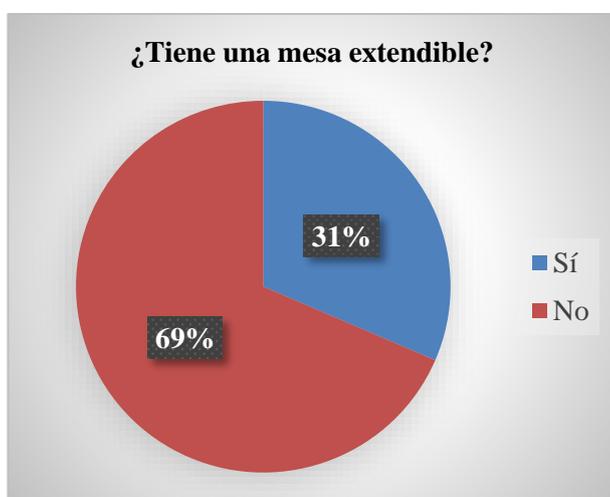


Figura 24 ¿Posee una mesa extendible?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

En cuanto a la pregunta 2 el 68.52% de los oficinistas de la localidad no cuentan con mesas expandibles en sus departamentos o en la sala de reuniones debido al costo del producto y que piensan que no es necesario pero el 31.48% de empresarios dijo que si cuentan con uno o varios de estos productos debido a los diseños, el acabado, la apariencia que da al ambiente y que ayuda a resaltar la imagen de la empresa.

3) ¿Con que frecuencia usted renueva su mueblería?

Tabla 21 ¿Frecuencia de Renovación?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Cada 2 años	141	37.30%
Cada 5 años	105	27.78%
Cada 10 años	111	29.37%
Nunca	21	5.55%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo



Figura 25 ¿Frecuencia de Renovación?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Con la pregunta 3 se estableció la frecuencia de compra el cual es del 37.30% debido a que algunas personas prefieren cambiar su mueblería por daños o por mala calidad mientras que el 29.37% lo renueva cada 10 años por desgaste de la madera y porque piensan que es mejor conservar los insumos por más tiempo, en cambio el 27.78% de las personas remodela su hogar cada 5 años debido al deterioro de los muebles o por las polillas que suelen tener por otro lado el 5.55% decide poner en mantenimiento sus mesas, armarios, etc.

4) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una mesa desplegable?

Tabla 22 ¿Cuánto pagaría por la mesa?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$ 200-250	86	22,75%
\$ 251-300	101	26.72%
\$ 301-350	134	35.45%
\$ 351-400	57	15.08%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo



Figura 26 ¿Cuánto pagaría por la mesa?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Por medio de la pregunta 4 se obtuvo que el 35.45% de las personas estaría dispuesta a pagar de \$301-350 por el producto ya que piensan que es algo novedoso y creativo mientras que el 26.72% dijo que las mesas estarían muy caras y que el precio normal sería de \$251-300, por lo contrario el 22.75% está de acuerdo en que las mesas expandibles estén a \$200-250 porque la competencia ofrece algo mejor, y por último el 15.085 dicen que el producto no lo conocen y que pagarían \$351-400 siempre y cuando sea de buena calidad y de gran durabilidad.

5) ¿Qué medios de pago utiliza para pagar su compra?

Tabla 23 ¿Qué medio de pago utilizaría?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
En efectivo	197	52.12%
Dinero Electrónico	19	5.03%
Con tarjetas	162	42.86%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

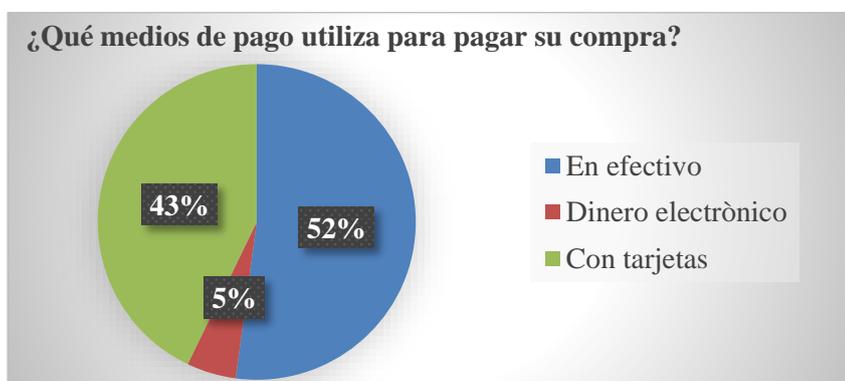


Figura 27 ¿Qué medio de pago utilizaría?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Se obtuvo que el 52.12% de las personas prefieren pagar sus productos en efectivo ya que muchos no confían en las tarjetas de crédito debido al miedo que corren con extracción del código de las tarjetas por otro lado el 42.86% piensa que las tarjetas son un medio más fácil de pago ya que no tienen que cargar dinero o carteras que molesten su espacio y por último el 5.03% prefiere pagar por dinero electrónico debido a la actualidad tecnológica que existe en el mundo.

6) ¿Qué estilo en diseño de mesa le gustaría tener?

Tabla 24 ¿Qué estilo de diseño le gustaría?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Estilo colonial	104	27,51%
Contemporáneos	77	20,37%
Rústicos	63	16,67%
Clásico y tradicional	134	35,45%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

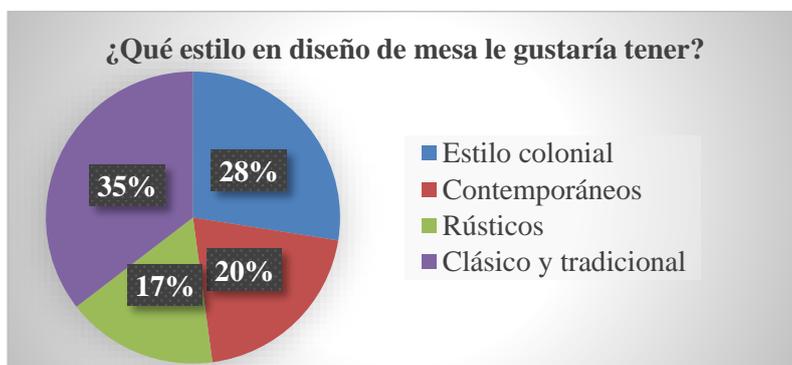


Figura 28 ¿Qué estilo de diseño le gustaría?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

La encuesta a determinado que el 35.45% de las personas prefieren el estilo clásico y el tradicional porque están acostumbrados a los diseños ya creados por otra parte el 27.51% dice que el hogar se vería bien con bocetos de la época de reyes y virreyes mientras que el 20.37% piensa que el estilo contemporáneo resaltaría la elegancia del hogar por el contrario 16.67% se decidió por un estilo rustico para representar la sencillez y la humildad del hogar y por el costo del producto.

7) ¿En qué lugares se siente cómodo, al adquirir un mueble?

Tabla 25 ¿Cuál de los medio locales adquiriría el producto?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Local	198	52.38%
Centro comerciales	133	35.19%
Ferias	47	12.43%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo



Figura 29 ¿Cuál de los medio locales adquiriría el producto?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El 52.38% de clientes se siente cómodo yendo al propio local donde se va a conseguir el producto que pasar el tiempo en ferias esto reflejo ni perder un minuto sino ir al lugar exacto para conseguir el producto necesario mientras que el 35.19% opta por comprar en centros comerciales donde supieron manifestar que existen descuentos únicos por la cantidad de gente que los visita mientras que el más bajo con 12.43% prefiere asistir a ferias para distraerse un poco.

8) ¿Qué aspectos valora al comprar un producto de madera?

Tabla 26 ¿Qué aspecto valora al comprar?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Precio	141	37.30%
Calidad	74	19.58%
Diseño	102	26.98%
Garantía	61	16.14%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

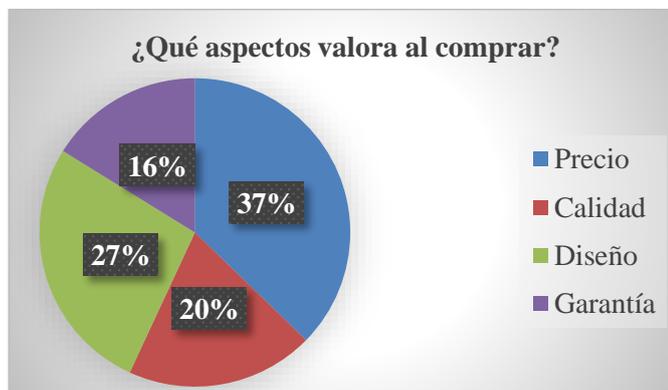


Figura 30 ¿Qué aspecto valora al comprar?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El 37.30% de las personas se decidió por el precio de un producto ya que deben estar seguros de poder pagar lo que adquieren, mientras que el 26.98% dice que el diseño es lo que les atrae al momento de realizar alguna compra, por otra parte el 19.58% dijo que la calidad de un producto es lo que determina la seguridad del cliente al comprar por último el 16.14% Cree que antes de realizar cualquier pago de un insumo se deben fijar en la garantía de cuánto tiempo va a durar el producto.

9) ¿Cómo le gustaría informarse sobre el producto que es está ofertando?

Tabla 27 ¿Cómo le gustaría informarse del producto?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Amigos-familia	89	23.54%
Volantes	61	16.14%
Facebook	121	32.01%
Propia	107	28.31%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

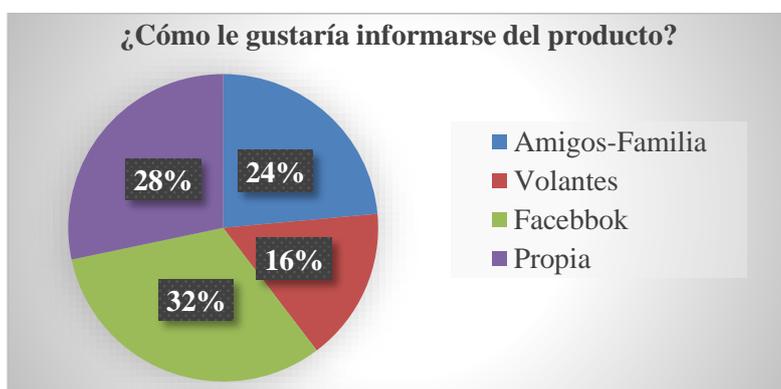


Figura 31 ¿Cómo le gustaría informarse del producto?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Según la pregunta 9 el 32.01% prefiere informarse por Facebook debido a la cantidad de usuarios que tiene esta red mientras que 28.31% elige averiguar directamente en el local donde se vende el producto que se necesita en cambio el 23.54% se entera por amigos o la familia que les recomiendan los productos debido a la experiencia que tienen con la compras y por último el 16.14% se informa por volantes que suelen entregar en las calles y por curiosidad las personas los vistan.

10) ¿Estaría dispuesto adquirir una mesa extendible con diseño personalizado?

Tabla 28 ¿Estaría dispuesto a adquirir la mesa expandible?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	243	64.29%
No	135	35.71%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

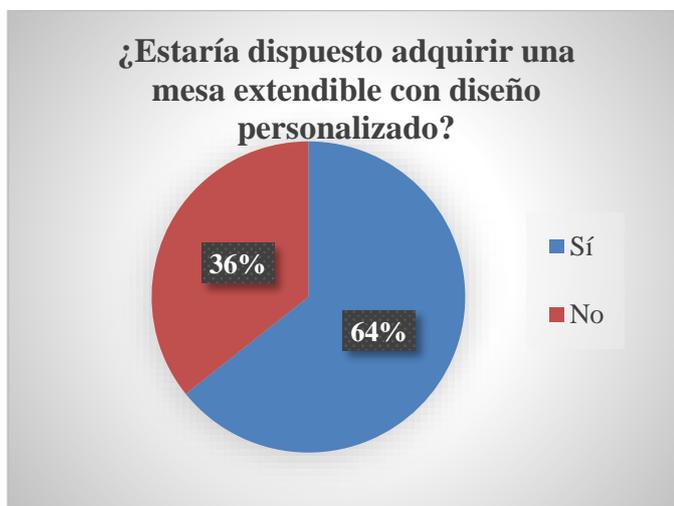


Figura 32 ¿Estaría dispuesto a adquirir la mesa expandible?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Sin duda el 64.29% de los consumidores les encantaría comprar mesas con diseños a su gusto y manera ya que piensan que eso influye en la imagen del hogar y en ambiente que se le da al poner un producto en algún sitio de la casa por lo contrario el 35.71% no diseños personalizados ya que están conformes con los estilos que existen y no pretenden cambiarlos por nuevos estilos.

11) ¿Usted está de acuerdo con los diseños que ofrecen otras empresas?

Tabla 29 ¿Está de acuerdo con los diseños que ofrece la competencia?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	183	48.41%
No	195	51.59%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo



Figura 33 ¿Está de acuerdo con los diseños que ofrece la competencia?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

A través de la encuesta se dedujo que el 51.59% no está de acuerdo con los diseños de la competencia debido a que no cuentan estilos nuevos y que la mayoría suelen ser tradicionales y no se los hace a gusto del cliente por otro lado el 48.41% está dispuesto a adquirir la misma forma del inmueble, sin ningún problema y cambio en las mesas o el producto de madera.

3.02 Oferta

(Astudillo, 2012) Define que: “Es como el monto que los productores están dispuestos a vender en el mercado durante un periodo dado a un precio específico.” (pág. 62)

3.02.01 Oferta Histórica

(Salom, 2011) Entiende que:

Se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro. Además, permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores e incorporar dicha experiencia en beneficio del proyecto. (pág. 86)

Tabla 30 Proyección de fabricación de muebles en ventas

C16	Producción de madera y fabricación de productos de madera y corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de paja y de materiales trenzables	211	2,8%	9,7%
C1610	Aserrado y acepilladura de madera	56	0,8%	8,4%
C1621	Fabricación de hojas de madera para enchapado y tableros a base de madera	23	0,3%	8,5%
C1622	Fabricación de partes y piezas de carpintería para edificios y construcciones	86	1,2%	9,8%
C1623	Fabricación de recipientes de madera	27	0,4%	21,6%
C1629	Fabricación de otros productos de madera; fabricación de artículos de corcho, paja y materiales trenzables	19	0,3%	1,8%
C17	Fabricación de papel y de productos de papel	157	2,1%	6,8%
C1701	Fabricación de pasta de madera, papel y cartón	24	0,3%	10,1%
C1702	Fabricación de papel y cartón ondulado y de envases de papel y cartón	46	0,6%	1,5%
C1709	Fabricación de otros artículos del papel y cartón	87	1,2%	9,1%
C18	Impresión y reproducción de grabaciones	673	9,0%	8,0%

Fuente: Cámara de comercio

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

3.02.02. Oferta Actual

(Gonzalez, 2015) “Capacidad de entregar servicios de acuerdo a las normas y estándares determinados por la autoridad que corresponda (el recurso humano, físico y también financieros disponibles de acuerdo a estándares de calidad, que la comunidad requiere).” (pág. 25)

Tabla 31 Oferta Actual

Oferta Actual			
Año	Demanda Actual	Aceptación de la competencia (%)	Oferta Actual
2018	5.302	0,4841	2.567

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

3.02.03 Oferta Proyectada

(Cabrera, 2012) “Es la extrapolación de la tendencia de la oferta, incorporación de nuevos proyectos, que cuya ejecución se sabe que está financiada y posibles cambios en las variables que afectan la oferta y proyección.” (pág. 105)

Tabla 32 Proyección de la Oferta

Proyección de la Oferta			
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2019	5.393	0,4841	2.611
2020	5.483	0,4841	2.654
2021	5.573	0,4841	2.698
2022	5.663	0,4841	2.742
2023	5.753	0,4841	2.785

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Según la oferta actual del 2018, 2567 personas están de acuerdo con el producto que se lanzará al mercado el cual al proyectarse a 5 años tendrá una aceptabilidad ya que para el 2019 la oferta será del 2.611 y para el 2020 aumentará el número de personas a 2.654 al igual que para el 2021 será 2.698 mientras que para el 2022 será de 2.742 y por último en el año 2023, 2.785 personas se interesaran por el producto lo cual es positivo para la microempresa porque cada vez crecerá la oferta del inmueble.

3.03 Productos sustitutos cita bibliográfica

(Cabrera, 2012) “Son aquellos que satisfacen la misma necesidad; los complementarios deben utilizarse en forma conjunta (el combustible y los automóviles).” (pág. 75)

Tabla 33 Productos Sustitutos

PARTICIPANTES DEL MERCADO	PRODUCTOS	DIRECCIÓN
MUEBLES ROSITA	Mesas Movibles	Juan Baltazar y Thomas atandahua
MUEBLES EDGAR	Mesas-muebles	José Aldar y Juan Baltazar
MUEBLERIA CHINA	Mesas de plásticos, metal, madera	Thomas Atandahua y calle 4 (callejón huasipungo)

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Los Productos sustitutos influyen mucho en el mercado ya que cuentan con un posicionamiento en el mercado el cual afectará al producto que se está ofertando ya que el consumidor podrá elegir entre la mesa expandible o la mesa normal, pudiendo afectar las ventas de la microempresa.

3.04 Demanda

(Sellers & Díaz, 2010) “Es la formulación o exteriorización de las necesidades y deseos de los consumidores (mercado) y está condicionada por los recursos disponibles del comprador y por los estímulos de marketing recibidos.” (pág. 101)

3.04.01 Demanda Histórica

(Muñoz, 2012) “Es la petición que el litigante formula y justifica la cantidad del producto que se demanda puede variar, dependiendo de varios factores, fundamentalmente su precio, su disponibilidad y la riqueza y necesidad de quien desea adquirir.” (pág. 125)

3.04.02 Demanda Actual

(Resico, 2012) “Determina el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir.” (pág. 58)

Tabla 34 Demanda Actual

Demanda Actual			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2018	5.302	1	5.302

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

3.04.03 Demanda Proyectada

(Camacaro, 2010) Dijo que: “Es el procedimiento más importante para tomar decisiones en todo tipo de proyecto, ya que, lo que se trata de predecir son las posibles cantidades que los consumidores estarán dispuestos a adquirir del bien o servicio proyectado.” (pág. 94)

Tabla 35 Proyección de la Demanda

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2019	5.302	1,71%	5.393
2020	5.393	1,67%	5.483
2021	5.483	1,64%	5.573
2022	5.573	1,62%	5.663
2023	5.663	1,59%	5.753

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

La demanda actual a determinado aproximadamente 5.393 personas podrían adquirir el producto sin problema ya que el inmueble es necesario para su hogar u oficina y al proyectarlo al 2023 la tasa de crecimiento va aumentando lo cual es bueno para la microempresa ya que en al año 5 habrá 5.753 demandantes que desearan adquirir el producto.

3.05 Balance Oferta-Demanda

(León, 2009) Explica que:

Permite conocer si existe un déficit que debe ser cubierto por el proyecto o si este déficit puede ser cubierto progresivamente sin recurrir al proyecto, la magnitud de la cobertura del déficit ya depende de los recursos que posea la entidad ejecutora o de su programación anual de inversiones, no necesariamente se debe cubrir el déficit ya que ello depende de las estrategias de cobertura con los grupos de usuario. (pág. 75)

3.05.01 Balance Actual

Tabla 36 Cálculo de la demanda insatisfecha

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2018	5.302	2.567	2.735

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis

Mediante el cálculo de la demanda se obtuvo que 2.735 personas esta insatisfecha con el producto lo cual se tratará de resolver y tomar un 3% para buscar soluciones y mejorar el producto a gusto del cliente con el fin de que acepte el producto como tal.

3.05.02 Balance Proyectado

Tabla 37 Cálculo de la demanda insatisfecha

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA

Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2019	5.393	2.611	2.782
2020	5.483	2.654	2.829
2021	5.573	2.698	2.875
2022	5.663	2.742	2.922
2023	5.753	2.785	2.968

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Según el cálculo de la demanda proyectada a 5 años aumentara la cantidad de individuos insatisfechos que no se interesaran por el insumo lo cual es negativo para la microempresa ya que para el año 2023 la demanda insatisfecha será de 2.968 personas que probablemente no adquieran el producto en la localidad de san Antonio de pichincha.

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

(Luque, 2012)

Conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción. (pág. 107)

4.01 Tamaño del Proyecto

(Crespo Alambarrio , 2010)

Es el número de usuarios por año (Ej. número de camas en proyectos de salud; número de pasajeros en proyectos de terminales de pasajeros; número de microbuses o autobuses en proyectos de transporte colectivo público), Área disponible del terreno, Financiamiento, Tecnología, Localización o Disponibilidad de insumo. (pág. 43)

4.01.01 Capacidad Instalada

(Nunes, 2015)

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. (pág. 56)

Tabla 38 Capacidad Instalada

CAPACIDAD INSTALADA	
TRABAJADORES	2
CAPACIDAD DE PRODUCCION DIARIA	4
CAPACIDAD DE PRODUCCION MENSUAL	96
CAPACIDAD DE PRODUCCION ANUAL	1152
PRECIO	325,00
TOTAL	374.400

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

La capacidad instalada refleja que la capacidad de producción diaria es de 4 mesas realizadas por 2 trabajadores lo cual mensualmente produce 96 inmuebles y al año 1.152 insumos que se venderían con un precio promedio de \$325.00, logrando una utilidad anual de \$374.400 según la producción anual y el precio del producto.

4.01.02 Capacidad Óptima

(Del Río, Sepúlveda, & Meriño, 2009)“Es uno de los parámetros fundamentales que debe determinar un laboratorio de calibración cuando se somete a un proceso de acreditación.” (pág. 86)

Tabla 39 Capacidad Óptima

CAPACIDAD ÓPTIMA	
TRABAJADORES	2
CAPACIDAD DE PRODUCCION DIARIA	4
CAPACIDAD DE PRODUCCION MENSUAL	96
CAPACIDAD DE PRODUCCION ANUAL	1152
% DE ACEPTACION	0,6429
TOTAL	740,62
% DE FRECUENCIA	0,3730
TOTAL	276,25
PRECIO	325
TOTAL	89.781,76

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez

Análisis:

De acuerdo a la estadística realizada a los 2 trabajadores la capacidad de producción diaria de 4 productos, y una producción mensual de 96, al igual que si la microempresa logra trabajar esta cantidad produciría 1.152 productos anualmente y según el porcentaje de aceptación y de frecuencia, sí se vende la mesa expandible en \$325,00 el negocio ganaría una utilidad de \$89.781,76 anualmente siendo rentable según la capacidad óptima.

4.02 Localización

(Gonzalez, 2015) “La capacidad del individuo de determinar la ubicación de una fuente en el espacio.” (pág. 79)

4.02.01 Marco Localización

(Fernández, 212, pág. 13) “Es el estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto.” (pág. 13)

Tabla 40 Macro-localización

MACRO-LOCALIZACIÓN	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	San Antonio de Pichincha
Sector	Calle Juan Baltazar y Thomas Atandahua

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Mapa de Quito



Figura 34 Mapa de Quito

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

4.02.02 Micro Localización

(Fernández, 212) “Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.”(pág. 13)



Figura 35 Micro-localización

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo



Figura 36 Plano de localización

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

4.02.03 Localización Óptima

(Reyes, 2010) “La ubicación debe cumplir con las especificaciones de maquinaria, instalaciones, dimensiones para alojar la maquinaria y los trabajadores, se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.” (pág. 107)

Tabla 41 Localización Óptima

Factores	Ponderación	Av. 29 de mayo y Tomas Atandagua		Juan Bereche y Gregorio Bermejo		Julian Arbaiza y Andres Corcino	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Instituciones financieras	0,25	8	2,00	9	2,25	6,0	1,50
Servicios básicos	0,15	10	1,50	10	1,50	10,0	1,50
Seguridad	0,20	9	1,80	8	1,60	7,0	1,40
Vías de acceso	0,15	10	1,50	10	1,50	10,0	1,50
Parqueaderos	0,15	9	1,35	6	0,90	5,0	0,75
Competencia	0,10	6	0,60	8	0,80	6,0	0,60
TOTAL	1,00	8,75		8,55		7,25	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

La localización Óptima determino que el 8.75% de la Av. 29 de mayo y Tomas Atandagua es importante ya que es la ubicación del negocio al igual que el 8.55% de la Juan Bereche y Gregorio Bermejo es muy significativo para la microempresa ya que está cerca de la compañía ya la ha fluida de clientes que tiene esa vía mientras que Julian Arbaiza y Andres Corcino con el 7.25% estableció que no tienen gran acceso de clientela.

4.03 Ingeniería del Producto

(Menéndez & Moreno, 2015) “Se refiere al proceso de diseño y desarrollo de un equipo, sistema o aparato de forma tal que se obtiene un elemento apto para su comercialización mediante algún proceso de fabricación.” (pág. 89)

4.03.01 Definición del bien

(Reyes, 2010) “Es un concepto que proviene del pensamiento político católico, desarrollado particularmente por la Escolástica o elemento protagónico.” (pág. 129)

4.03.02 Distribución de la planta

Tabla 42 Distribución de la Planta

ÁREAS	DIMENSIONES	TOTAL
Área de Administración	3m x 3m	9 m ²
Recepción	3m x 2m	6 m ²
Baño administrativo	1.44m x 1.44m	2.07 m ²
Área de producción	5m x 4m	20 m ²
Bodega	3m x 2m	6 m ²
Baño producción	1.44m x 1.44m	2.07 m ²
Área de Ventas	3m x 3m	9 m ²
parqueadero	12.5 m x 4	37.50 m ²
Total		97.64 m²

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

4.03.02.01 Código de Cercanías

Tabla 43 Código de Cercanías

Código De Cercanía	
1	Por Procesos
2	Por Gestión Administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

4.03.02.02 Razones de Cercanías

Tabla 44 Razones de Cercanías

Razones De Cercanías	
A	Absolutamente Necesario Que Este Cerca
E	Especialmente Necesario Que Este Cerca
I	Importante Que Este Cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía Indiferente
X	Cercanía Indeseable

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

4.03.02.03 Matriz Triangular

Área Administrativa									
Recepción	I2								
Baño Administrativo	O5	O4							
producción	U3	U4	X3						
Bodega	X5	O3	X5	X5					
Baño de Producción	E6	I3	O1	O3	O3				O6
Área de Ventas	X3	E1	O5	U3					
Parqueadero	O5	U3	X3						
	I3								

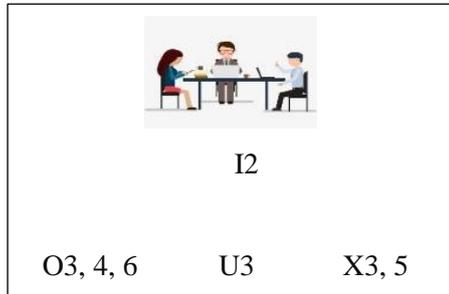
Figura 38 Plano de la Planta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Tabulación de la matriz triangular

Área de Administración



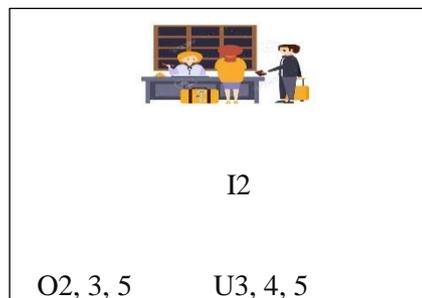
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El área administrativa ocupa una dimensión de 9m² para trabajar en conjunto con la recepcionista.

Recepción



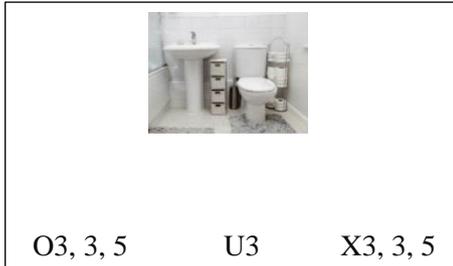
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El área de Recepción mide 6m² y atenderá a toda la clientela para cualquier información.

Baño administrativo



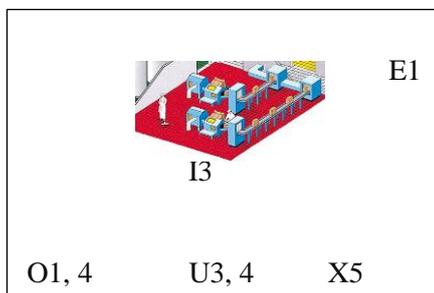
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El baño administrativo mide 2.07m² y será de uso del gerente y su recepcionista ya que estará junto a esa área por higiene.

Área de producción



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El área de producción es de gran importancia para la supervisión del proceso del producto y tiene una dimensión de 20m² para controlar la calidad del producto.

Bodega

			E1, 1
I1			
O3	U3	X3, 3	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

La bodega mide alrededor de 6m² para el almacenamiento y distribución del material para el área de producción.

Baño producción

			
I3			
O3, 5	U3, 5	X3, 5	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El baño de producción mide 2.07m² es necesario para el uso de los trabajadores ya que son quienes laboran el producto

Área de Ventas



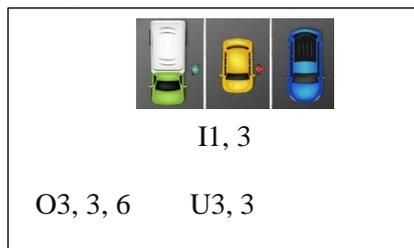
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El área de ventas tiene una dimensión de 9m² ya que es donde se exhibe el producto y es donde el cliente realiza su compra.

Parqueadero



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El parqueadero tiene un área de 12.5 m² es decir cada puesto del automóvil y son 3 lugares el cual tiene alrededor de 37.50 m².

4.03.03 Proceso Productivo

(Delgado Vera, 2016) “Es la secuencia de actividades requeridas para elaborar bienes que realiza el ser humano para satisfacer sus necesidades; esto es, la transformación de materia y energía (con ayuda de la tecnología) en bienes y servicios (también, inevitablemente, residuos).” (pág. 106)

Flujo-grama

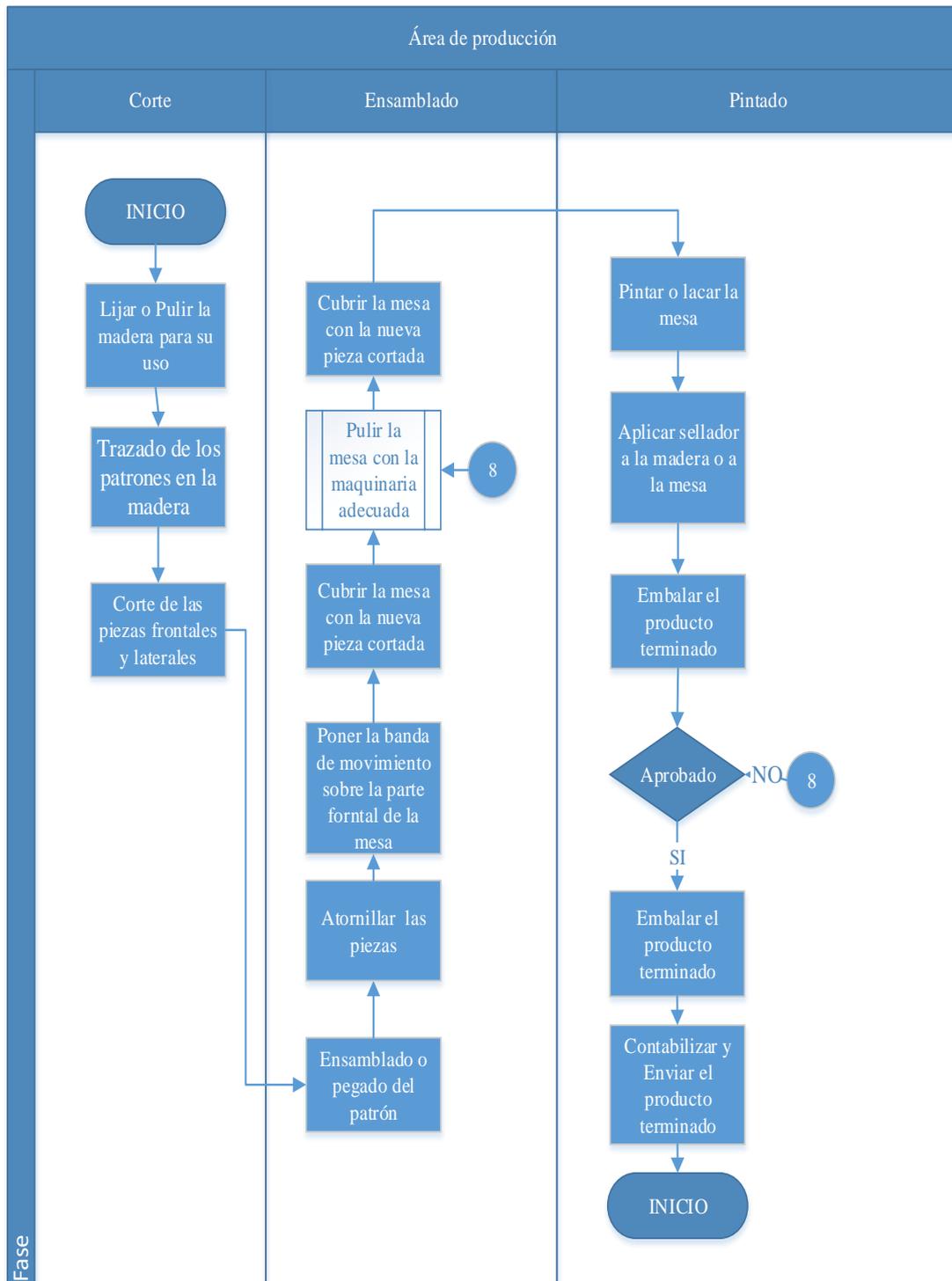


Figura 39 Flujo-grama

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Tabla 45 Descripción del Proceso del Flujograma

Área	Descripción de las Actividades	Tiempo
Área de producción	Lijar o Pulir la madera para su uso	30 min
Área de producción	Trazado de los patrones en la madera	30 min
Área de producción	Corte de las piezas frontales y laterales	60 min
Área de producción	Ensamblado o pegado del patrón	30 min
Área de producción	Atornillado de las piezas	40 min
Área de producción	Poner la banda de movimiento sobre la parte frontal de la mesa	10 min
Área de producción	Cubrir la mesa con la nueva pieza cortada	10 min
Área de producción	Pintar o lacar la mesa	100 min
Área de producción	Aplicar sellador a la madera o a la mesa	100 min
Área de producción	Embalar el producto terminado	15 min
Área de producción	Contabilizar y Enviar el producto para la venta	10 min
Total		350 min

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

4.03.04 Maquinaria y Equipo

(Luque, 2012) “Son destinados al proceso de producción de bienes y servicios como: máquina de planta, carretillas de hierro y otros vehículos empleados para movilizar materia primas y artículos terminados dentro del edificio (no incluye herramientas).”(pág. 89)

Tabla 46 Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Compresor de Aire	2	145	290
Taladro Eléctrico	2	110	220
Taladro Vertical	2	180	360
Sierra Circular	2	160	320
Cepilladora	1	130	130
Torno	1	2100	2100
Caladora	1	65	65
Lijadora de banda	2	150	300
Clavadora	2	75	150
Grapadora de madera	1	70	70
Total			4005

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Tabla 47 Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Archivador vertical	1	85	85
Escritorios	2	165	330
Estanterías	2	70	140
Mesa de Trabajo	2	150	300
Sillas	6	20	120
Total			975

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Tabla 48 Equipos de Computación

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Computadoras	2	350	700
Laptop	1	300	300
Impresora	1	300	300
Total			1300

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Tabla 49 Equipos de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Telefono-fax	2	35	70
Calculadora	2	11	22
Perforadora	3	3	9
Caja Registradora	1	210	210
Grapadoras	3	3	9
Total			317

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Tabla 50 Total

Descripción	Total
Maquinaria y equipo	4005
Muebles y enseres	975
Equipos de computación	1300
Equipos de oficina	317
Total	6597

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

(García & Ceja, 2013)

Es el desempeño de una empresa está determinado por el funcionamiento de cada uno de sus subsistemas (producción, ventas, finanzas, dirección, tesorería, compras, etc.), y por los elementos del entorno donde interactúa (inflación, tipos de cambio, tasas de interés, situaciones políticas, leyes, efectos naturales, regulaciones, competidores, etc.). (pág. 5)

5.01 Ingreso

(García, 2009)

Los ingresos, componentes positivos del resultado, pueden definirse como los incrementos del patrimonio neto durante el ejercicio, ya sean en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en aportaciones de los socios o propietarios. (pág. 74)

5.01.01 Ingresos Operacionales

(Borrero & Ortiz, 2016) “Contempla los importes recibidos o causados por el resultado de las actividades ordinarias de la compañía mediante la entrega de bienes o servicios, así como participaciones dividendos y demás ingresos.” (pág. 106)

Tabla 51 Datos

DATOS	
Crecimiento	1,74
Inflación	0,19

Figura 32

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Tabla 52 Ingresos Operacionales

INGRESOS OPERACIONALES			
Año	Q	V/U	Ingreso
1	276	\$ 325,00	\$ 89.700,00
2	281	325,62	\$ 91.498,52
3	286	326,24	\$ 93.303,55
4	291	326,86	\$ 95.115,10
5	296	327,48	\$ 96.933,21
TOTAL		\$ 1.631,19	\$ 466.550,37

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

En la siguiente tabla se puede analizar los ingresos operacionales de los productos ofertados proyectados a 5 años en cual el primer año la fabricación será de 276 mesas, hasta llegar al año quinto año con una fabricación de 296 inmuebles dando como resultado un total de ingresos de \$ 96.933,2.

5.01.02 Ingresos no Operacionales

(Borrero & Ortiz, 2016)

Es aquellos ingresos provenientes de transacciones diferentes a la actividad ordinaria de la compañía; también estos incluyen las cuentas relacionadas con operaciones de carácter financiero en moneda nacional o extranjera, honorarios, utilidad en venta de propiedades. (pág. 106)

5.02 Costos

(Toro López, 2016) “Es un recurso que se sacrifica o consume para alcanzar un objetivo específico, también es la cantidad de dinero que hay que pagar a fin de adquirir un producto o servicio. (pág. 12)

5.02.01 Costo Directo

(Toro López , 2016)

Están directamente relacionados a un determinado objeto de costo y pueden ser reconocidos en éste mediante un fácil, y a veces obvio, mecanismo de seguimiento económicamente factible y efectivo en términos del costo ejemplo: materia prima, mano de obra, materiales directos etc. (pág.13)

Tabla 53 Costos Directos

COSTOS DIRECTOS		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima	\$ 3.226,11	\$ 38.713,37
Mano de obra Directa	\$ 772,00	\$ 9.264,00
Total		\$ 47.977,37

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Según la tabla de costos directos se necesitará un total de \$47.977,37 de los costos directos de fabricación que se derivan de la Materia Prima con un valor mensual de 3.226,11 y la mano de obra de 772,00 de los dos operarios de producción que son de suma importancia para el desarrollo del producto.

Tabla 54 Materia Prima

Materia Prima				
Detalle	Cantidad	Unidades	V/U	valor total
Planchas Mdf	5	Planchas	\$ 15,00	\$ 75,00
Tablones Mdf	4	Tablones	\$ 14,00	\$ 56,00
Tornillos	22	Unidades	\$ 0,02	\$ 0,44
Clavos	17	Unidades	\$ 0,02	\$ 0,34
Pegameto	1/2	litro	\$ 4,50	\$ 2,25
Pintura blanco	1/2	litro	\$ 2,50	\$ 1,25
Pintura Cafè	1/2	litro	\$ 2,50	\$ 1,25
laca y sellador	1	unidad	\$ 2,00	\$ 2,00
Masilla	1	unidad	\$ 1,80	\$ 1,80
Barniz	1	unidad	\$ 1,20	\$ 1,20
TOTAL			\$ 45,09	\$ 138,99

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Mediante el de los costos de materia prima principales que se usaran en la producción para la elaboración de los productos y la mano de obra directa calculados mensual para producción son de \$138.99.

Tabla 55 Mano de Obra

Mano de obra directa			
Detalle	Descripción	Cantidad	valor mensual
Salario	Operador 1 y 2	2	\$ 386,00
Total			\$ 772,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

La tabla 56 de la mano de obra de la microempresa obtuvo que la producción de la mesa será llevada a cabo por 2 personas que realizarán el proceso productivo del negocio el cual recibirá el sueldo básico de \$ 386.00 dispuesto por el gobierno.

5.02.02 Costo Indirecto

(Toro López , 2016)“Están relacionados con un objeto de costo específico, no pueden ser reconocidos en este mediante una simple fórmula económica.” (pág. 13)

Tabla 56 Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS			
Detalle	Valor mensual	valor anual	
Servicios Básicos	\$ 42,00	\$ 504,00	
Útiles de aseo	\$ 10,94	\$ 131,25	
Útiles de oficina	\$ 10,14	\$ 121,70	
Depreciación de Maquinaria		\$ 400,50	
Total		\$ 1.157,45	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Se determinó que los costos indirectos que incurren en la realización del bien o inmueble son servicios básicos del área de producción será de \$42 y anualmente será de \$504.00 al igual que los útiles de aseo serán de \$ 131.25, los útiles de oficina serán de \$ 121.70 y por último respectiva depreciación de la maquinaria que es de \$ 400.50 dando un costo indirecto anual de \$ 1.157,45.

5.02.03 Gastos Administrativos

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

Tabla 57 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldos	\$ 1.196,00	\$ 14.352,00
Prestaciones Sociales	\$ 334,77	\$ 4.017,23
Servicios básicos	\$ 36,25	\$ 435,00
Útiles de Aseo	\$ 10,44	\$ 125,25
Útiles de Oficina	\$ 8,96	\$ 107,50
Arriendo	\$ 425,00	\$ 5.100,00
Depreciación equipo de computo	-	\$ 633,33
Depreciación de Equipo de Oficina	-	\$ 56,90
Depreciación muebles y enseres	-	\$ 106,00
TOTAL		\$ 24.933,22

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Según la tabla de los gastos administrativos se necesitará pagar un total \$24.933,22 en sueldos administrativos, arriendo, suministros de oficina y limpieza, servicios básicos, depreciaciones de equipo de computación, oficina y muebles de y enseres para el correcto funcionamiento “Ingenious Table”.

5.02.04 Gastos de Ventas

(Rivadeneira, 2014)

Los gastos de venta están constituidos por el conjunto de erogaciones, depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones relacionadas con el almacenamiento, despacho y entrega de los bienes que produce la empresa; los gastos de promoción y propaganda y los gastos del departamento de ventas y su personal. (pág. 56)

Tabla 58 Gastos de Venta

Gastos de Venta		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldo	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Prestaciones sociales	\$ 159,47	\$ 1.913,63
servicios básicos	\$ 31,75	\$ 381,00
Publicidad	\$ 35,00	\$ 420,00
TOTAL		7514,63

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

En la tabla de gastos de venta se da a conocer el gasto que se mensual y anualmente en sueldos de la misma área, las prestaciones sociales, los servicios básicos del mismo departamento y la publicidad que se necesitará para dar a conocer el producto como volantes y tarjetas dando un total de \$ 7.514,63.

5.02.05 Gastos Financieros

(Rivadeneira, 2014) “Representan el conjunto de gastos relacionados con la obtención de recursos ajenos para financiar las operaciones de la empresa.” (pág. 59)

Tabla 59 Gastos Financieros

GASTOS FINANCIEROS	
Descripción	Valor
Intereses a corto plazo	\$ 968,55
Intereses a largo plazo	\$ 532,27
TOTAL	\$ 1.500,82

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Según el costo de financiamiento se determinó de acuerdo a la tasa de interés vigente del Banco Pichincha que va a determinar los intereses que se tienen que pagar a corto plazo por \$968,55 y a largo plazo por \$532,27 generando un interés anual de \$1500.82

5.02.06 Costos Fijos

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

5.02.07 Costos Variables

(Rivadeneira, 2014) “Son aquellos cuya magnitud cambia en proporción directa con los cambios en los volúmenes de producción, de venta o de cualquier otra base de actividad. Estos costos son variables en total, pero fijos por unidad.” (pág. 51)

5.03 inversiones

(Marín, Montiel, & Ketelhörn, 2014)

Significa formación de capital. Desde el punto de vista económico se entiende por capital al conjunto de bienes tangibles e intangibles que sirven para producir otros bienes. Dentro del capital se incluyen todos los bienes destinados a las labores producidas, desde terrenos, edificios, instalaciones y maquinarias, etc. También es el aumento de capital en activos tangibles e intangibles. (pág. 14)

5.03.01 Inversión Fija

(Atonal & Parra, 2010) “Es aquella que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros.” (pág. 125)

Tabla 60 Inversión Fija

INVERSION FIJA						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	-194,00					97,00
Muebles y Enseres	-1.060,00					530,00
Equipo de Computo	-1.900,00					950,00
Equipo de Oficina	-530,00			-530,00		176,67
TOTAL	-3.684,00			-530,00		1.753,67

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Según la inversión Fija consiste en la adquisición de activos fijos para el cumplimiento de las actividades diarias de la microempresa tomando en cuenta que la vida útil de los activos debe ser mayor a un año para que sea considerada una inversión fija.

5.03.02 Activos Fijos

(Alava, 2017)“Un activo fijo es un bien de la empresa que no puede convertirse en liquidez a corto plazo.” (pág. 75)

Tabla 61 Activos Fijos

Activos Fijos	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 4.005,00
Muebles y Enseres	\$ 1.060,00
Equipo de Computo	\$ 1.900,00
Equipo de oficina	\$ 530,00
TOTAL	\$ 7.495,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Mediante la tabla de los activos que va adquirir “Ingenious Table” son para el correcto funcionamiento en donde la inversión es de \$7.495,00 el cual va hacer financiado y con capital propio para dar inicio a su actividad económica.

5.03.03 Activos Nominales (diferidos)

(Gonzalez, 2015, pág. 96) “Corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.”

Tabla 62 Activos Nominales

Activos Nominales	Valor
Gastos de Organización	\$ 400,00
Gastos de Instalación	\$ 0,00
Capacitación de Personal	\$ 130,00
Gastos de Publicidad	\$ 100,00
TOTAL	\$ 630,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

La tabla de los activos nominales es la inversión que se necesita para la constitución de la microempresa de un total de \$630 y así dar inicio a su actividad económica considerando que este gasto se va amortizar en su debido tiempo.

5.03.04 Capital de Trabajo

(Morales Castro, Morales Castro, & Alcocer Martínez, 2014) “Se refiere a la inversión de la empresa en activos circulante o de corto plazo. Es la diferencia entre los activos circulantes menos pasivos circulantes.” (pág. 50)

Tabla 63 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Materia Prima Existente	\$ 3.226,11	\$ 3.226,11	\$ 3.226,11
Servicios Básicos	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00
Mano de obra directa	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00
Arriendo	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 425,00
TOTAL	\$ 4.253,11	\$ 4.253,11	\$ 4.253,11

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

La tabla 64 del capital de trabajo está constituido por los gastos administrativos, los gastos de ventas y gasto interés, es decir “Ingenious Table” debe poseer recursos propios para cumplir con sus obligaciones hasta que la microempresa genere sus recursos propios el valor a los tres meses es de \$4.253,11.

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

(Zalazar, 2012)

Es un estado financiero auxiliar o complementario que resulta de la comparación del balance general en dos períodos determinados, de tal manera se deduce de dónde obtuvo una empresa recursos financieros y qué destinación. (pág. 214)

Tabla 64 Fuentes de Financiamiento

	Fuentes de financiamiento			
	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO	PROVEEDORES
INVERSIONES FIJAS	\$ 7.495,00	\$ 3.592,50	\$ 3.902,50	\$ 0,00
Maquinaria y Equipo	\$ 4.005,00	\$ 2.002,50	\$ 2.002,50	
Muebles y Enseres	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00		
Equipo de Computo	\$ 1.900,00		\$ 1.900,00	
Equipo de oficina	\$ 530,00	\$ 530,00		
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 630,00	\$ 130,00	\$ 500,00	\$ 0,00
Gastos de Organización	\$ 400,00		\$ 400,00	
Gastos de Instalación	\$ 0,00			
Capacitación de Personal	\$ 130,00	\$ 130,00		
Gastos de Publicidad	\$ 100,00		\$ 100,00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4.253,11	\$ 4.253,11	\$ 0,00	\$ 0,00
Materia Prima Existente	\$ 3.226,11	\$ 3.226,11		
Servicios Básicos	\$ 42,00	\$ 42,00		
Mano de obra directa	\$ 560,00	\$ 560,00		
Arriendo	\$ 425,00	\$ 425,00		
TOTAL	\$ 12.378,11	\$ 7.975,61	\$ 4.402,50	\$ 0,00
	100%	64%	36%	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Las fuentes de financiamiento hacen referencia a todos los recursos que “Ingenious Table” necesita para consolidarse, cumpliendo las expectativas de los clientes y del personal administrativo, el total de la inversión es de \$7975.61 el cual el 64% se va a financiar con capital propio y el 36% se va a financiar con el Banco Pichincha mediante un préstamo.

5.03.06 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

(Toro López , 2016)“Se refiere a reintegrar un capital, generalmente un pasivo (un préstamo por ejemplo), a través de la distribución de pagos en el tiempo. Aunque también se puede acordar el pago de todo el préstamo de una sola vez.” (pág. 124)

Tabla 65 Amortización francés

Amortización francés		
Inversión 100%	\$ 12.378,11	
Financiamiento 42%	\$ 4.402,50	
Plazo	2	años
Interés	22,00%	anual

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Tabla 66 Amortización

#	amortización	interés	valor anual	saldo insoluto
0				\$ 4.402,50
1	\$ 1.983,11	\$ 968,55	\$ 2.951,66	\$ 2.419,39
2	\$ 2.419,39	\$ 532,27	\$ 2.951,66	(\$ 0,00)

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

La presente amortización se da por el préstamo que se va a solicitar al Banco Pichincha por el valor del \$4.402,50 con un interés del 22% anual por un periodo de 2 años para la constitución de “Ingenious Table”.

5.03.07 Depreciaciones (tabla de depreciación)

(Resico, 2012, pág. 28)“Es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se haga de el con el paso del tiempo.” (pág. 28)

Tabla 67 Depreciaciones

DEPRECIACIONES							
DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA UTIL	año1	año2	año3	año4	año5
Maquinaria y Equipo	\$ 4.005,00	10	\$ 400,50	\$ 19,40	\$ 19,40	\$ 19,40	\$ 19,40
Muebles y Enseres	\$ 1.060,00	10	\$ 106,00	\$ 116,50	\$ 116,50	\$ 116,50	\$ 116,50
Equipo de oficina	\$ 569,00	10	\$ 56,90	\$ 43,30	\$ 43,30	\$ 43,30	\$ 43,30
Equipo de Computación	\$ 1.900,00	3	\$ 633,33	\$ 381,33	\$ 381,34	\$ 381,34	\$ 381,34
TOTAL			\$ 1.196,73	\$ 560,53	\$ 560,54	\$ 179,20	\$ 179,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

La depreciación es el desgaste físico que sufren los activos fijos por el uso que se les da, cada activo fijo tiene una vida útil la cual se considera para su devaluación, en el primer año el valor depreciado es por \$1.196,73.

5.03.08 Estado de Situación Inicial

(Rodríguez & Hernández, 2013)“También llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable.” (pág. 72)

MICROEMPRESA "INGENIOUS TABLES"			
Balance General			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		\$ 425,00	PASIVO CORRIENTE
Bancos	\$ <u>425,00</u>	Cuentas por pagar	-
		Total Pasivo Corriente	-
ACTIVOS NO CORRIENTE		\$ 7.495,00	PASIVO LARGO / PLAZO
Propiedad planta y equipo	\$ 7.495,00	Prestamo L/P	\$ 4.402,50
Equipo de Oficina	\$ 530,00	TOTAL DE PASIVO	\$ <u>4.402,50</u>
Maquinaria o Equipos	\$ 4.005,00		
Equipo de Computo	\$ 1.900,00	PATRIMONIO	\$ 4.147,50
Muebles y Enseres	\$ 1.060,00	Capital	\$ 4.147,50
OTROS ACTIVOS		\$ 630,00	
Gastos d Organización	\$ 400,00		
Gastos de Instalacion	\$ 0,00		
Gastos de Publicidad	\$ 130,00		
Capacitacion persona	\$ 100,00		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ <u>8.550,00</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ <u>8.550,00</u>
<u>FIRMA GERENTE</u>		<u>FIRMA CONTADOR</u>	

Figura 40 Estado de situacion Inicial

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El estado de situación inicial refleja los valores del activo, pasivo y patrimonio es decir de q manera va a dar inicio a sus operaciones, contando con un patrimonio del \$8.550,00

5.03.09 Estado de Resultados proyectado (a cinco años)

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

Tabla 68 Estado de Resultados

MICROEMPRESA "Ingenious Tables"					
ESTADOS DE RESULTADOS					
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018					
DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 89.700,00	\$ 91.498,52	\$ 93.303,55	\$ 95.115,10	\$ 96.933,21
SERVICIOS TOTALES	\$ 89.700,00	\$ 91.498,52	\$ 93.303,55	\$ 95.115,10	\$ 96.933,21
INFLACIÓN:	0,19%				
	1	2	3	4	5
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 49.134,82	49228,17616	\$ 49.321,71	\$ 49.415,42	\$ 49.509,31
COSTO DIRECTO	\$ 47.977,37	\$ 48.068,53	\$ 48.159,86	\$ 48.251,36	\$ 48.343,04
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	\$ 1.157,45	\$ 1.159,65	\$ 1.161,85	\$ 1.164,06	\$ 1.166,27
GASTOS DE VENTAS	\$ 7.514,63	\$ 7.528,91	\$ 7.543,22	\$ 7.557,55	\$ 7.571,91
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 24.933,22	\$ 24.980,59	\$ 25.028,05	\$ 25.075,60	\$ 25.123,25
GASTOS FINANCIEROS	\$ 968,55	\$ 532,27	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
DEPRECIACIÓN	\$ 1.196,73	\$ 560,53	\$ 560,54	\$ 179,20	\$ 179,20
UTILIDAD BRUTA	\$ 5.952,05	\$ 8.668,05	\$ 10.850,03	\$ 12.887,33	\$ 14.549,54
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 892,81	\$ 1.300,21	\$ 1.627,50	\$ 1.933,10	\$ 2.182,43
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 5.059,24	\$ 7.367,84	\$ 9.222,52	\$ 10.954,23	\$ 12.367,11
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 54,86
UTILIDAD NETA	\$ 5.059,24	\$ 7.367,84	\$ 9.222,52	\$ 10.954,23	\$ 12.312,25

Figura 41 Estado de Resultados

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El estado de resultado refleja si en el ejercicio fiscal ha existido pérdida y ganancia y se ve que el proyecto es factible ya que hay una utilidad en el primer año y si se lo proyecta a cinco años demuestra que si hay utilidad neta de \$12.312,25 el cual puede ir variando de acuerdo a los ingresos o gastos que posee la microempresa.

5.03.10 Flujo de Caja

(Cruz Gutiérrez Gorostiaga, 2015) "Flujo de caja o cash flow, que puede definirse como el resultado de comparar el conjunto de cobros y de pagos que se producen en un período de tiempo."

Tabla 69 Flujo neto de Efectivo

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-\$ 12.378,11			-\$ 1.900,00		
Excedente Operacional		\$ 6.381,97	\$ 8.054,37	\$ 9.909,06	\$ 11.259,43	\$ 12.617,45
FLUJOS DE EFECTIVO	-\$ 12.378,11	\$ 6.381,97	\$ 8.054,37	\$ 8.009,06	\$ 11.259,43	\$ 12.617,45

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El flujo de caja considera el estado de resultados con las depreciaciones y amortizaciones los cuales son parte del capital de trabajo es decir son parte del funcionamiento de la microempresa.

5.04 Evaluación financiera

(Rodríguez & Hernández, 2013)“Determina los niveles de rentabilidad de un proyecto para lo cual se compara los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que el proyecto incurre tomando en cuenta el costo de oportunidad.” (pág. 24)

5.04.01 Tasa de descuento

(Rosales Asensio, 2015)“Utilizada para descontar los flujos de caja futuros a su valor presente.”(pág. 128)

Tabla 70 TMAR

CALCULO DE LA TMAR	
TMAR = TASA ACTIVA + TASA PASIVA	
Tasa Activa	11,83%
Tasa Pasiva	4,80%
TMAR	16,63%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

La tasa de descuento está relacionada con la tasa activa que se encuentra con el 11,83% y tasa pasiva que se encuentra con el 4,80% lo cual suma al 16,63% vigentes en el sistema financiero que se toman en cuenta para los indicadores financieros.

5.04.02 VAN

(Pacheco & Pérez, 2015)

El valor presente de una inversión, se define como “la cantidad máxima que una compañía estaría dispuesta a invertir en un proyecto” A la diferencia entre el valor presente de los flujos y el valor de la inversión, se le denomina valor presente neto o valor actual neto. Por valor presente neto de un proyecto, se entiende el dividendo que podría anticiparse a los accionistas a cuenta del proyecto sabiendo que éste habrá de recuperarse y además se pagará el costo de su financiamiento. (pág. 43)

Tabla 71 Flujos Netos de Efectivo

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	-\$ 12.378,11			-\$ 1.900,00		
Total						
Excedente Operacional		\$ 6.381,97	\$ 8.054,37	\$ 9.909,06	\$ 11.259,43	\$ 12.617,45
FLUJOS DE EFECTIVO	-\$ 12.378,11	\$ 6.381,97	\$ 8.054,37	\$ 8.009,06	\$ 11.259,43	\$ 12.617,45

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

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	=	-\$ 12.378,11	+	\$ 6.381,97	+	8.054,37	+	8.009,06	+	11.259,43	+	12.617,45
				1,17	1,36	1,59	1,85	2,16				
VAN	=	-\$ 12.378,11	+	\$ 5.471,98	+	5.921,22	+	5.048,37	+	6.085,21	+	\$ 5.846,83
VAN	=	-\$ 12.378,11	+	\$ 28.373,60								
VAN	=	\$ 15.995,49										

Figura 42 Calculo del Van

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El valor actual neto que refleja “Ingenious Table” es de \$15995,49 con una inversión de \$12.617,45 lo que significa que el proyecto es rentable y lo más importante es qué es aceptable por los clientes.

5.04.03 TIR

(Pacheco & Pérez, 2015) “Consiste en encontrar la tasa de descuento de los flujos de efectivo contables que al sumarles y restarles la inversión queda un flujo de efectivo contable a valor presente igual a cero.” (pág. 46)

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 =	12.378,11	+	6.381,97	+	8.054,37	+	8.009,06	+	11.259,43	+	12.617,45
			1,58		2,50		3,95		6,24		9,86
	-\$		\$		\$		\$		\$		\$
VAN =	12.378,11	+	4.038,40	+	3.225,08	+	2.029,30	+	\$ 1.805,24	+	1.280,10
	-\$		\$								
VAN =	12.378,11	+	12.378,11								
VAN =	\$ 0,00										
TIR =	58,03%										

Figura 43 Cálculo de la Tir

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

La tasa interna de retorno permite evaluar la rentabilidad del proyecto buscando la tasa de interés de descuento del 58.03%

5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión)

(Pacheco & Pérez, 2015) “Mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a (VP). Revela la fecha que será cubierta la inversión inicial.” (pág. 45)

Tabla 72 Período de Recuperación

PERÍODO DE RECUPERACIÓN					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
Actualizado					
0	-\$ 12.378,11	-\$ 12.378,11	1,00	-\$ 12.378,11	-\$ 12.378,11
1	\$ 6.381,97	-\$ 5.996,14	0,86	\$ 5.471,98	-\$ 6.906,13
2	\$ 8.054,37	\$ 2.058,23	0,74	\$ 5.921,22	-\$ 984,91
3	\$ 8.009,06	\$ 10.067,29	0,63	\$ 5.048,37	\$ 4.063,45
4	\$ 11.259,43	\$ 21.326,72	0,54	\$ 6.085,21	\$ 10.148,66
5	\$ 12.617,45	\$ 33.944,17	0,46	\$ 5.846,83	\$ 15.995,49

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑO Y 9 MESES	PRVC
PERIODO DE RECUPERACIÓN:	3 AÑO Y 3 MESES	PRVA

Tabla 73 Período de recuperación Valores Corrientes

PERIODO DE RECUPERACION A		
VALORES CORRIENTES		
	Inversión a	
	Ingresos	Recuperar
AÑO 2	\$ 8.054,37	-\$ 5.996,14
1 mes	\$ 671,20	-\$ 5.324,94
2 mes	\$ 671,20	-\$ 4.653,75
3 mes	\$ 671,20	-\$ 3.982,55
4 mes	\$ 671,20	-\$ 3.311,35
5 mes	\$ 671,20	-\$ 2.640,15
6 mes	\$ 671,20	-\$ 1.968,96
7 mes	\$ 671,20	-\$ 1.297,76
8 mes	\$ 671,20	-\$ 626,56
9 mes	\$ 671,20	\$ 44,64
10 mes	\$ 671,20	\$ 715,83
11 mes	\$ 671,20	\$ 1.387,03
12 mes	\$ 671,20	\$ 2.058,23

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Tabla 74 Período de Recuperación a Valores Actuales

PERIODO DE RECUPERACION A		
VALORES ACTUALIZADOS		
	Inversión a	
	Ingresos	Recuperar
AÑO 3	\$ 5.048,37	-\$ 984,91
1 mes	\$ 420,70	-\$ 564,22
2 mes	\$ 420,70	-\$ 143,52
3 mes	\$ 420,70	\$ 277,18
4 mes	\$ 420,70	\$ 697,87
5 mes	\$ 420,70	\$ 1.118,57
6 mes	\$ 420,70	\$ 1.539,27
7 mes	\$ 420,70	\$ 1.959,97
8 mes	\$ 420,70	\$ 2.380,66
9 mes	\$ 420,70	\$ 2.801,36
10 mes	\$ 420,70	\$ 3.222,06
11 mes	\$ 420,70	\$ 3.642,76
12 mes	\$ 420,70	\$ 4.063,45

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El periodo de recuperación de la inversión permite evidenciar que en 2 años 9 meses se va a recuperar toda la inversión realizada en “Ingenious Table” para su financiamiento demostrando que es rentable.

5.04.05 RCB (Relación costo beneficio)

(Vargas, 2010) “Compara de forma directa los beneficios y los costes. Para calcular la relación (B/C), primero se halla la suma de los beneficios descontados, traídos al presente.” (pág. 85)

Tabla 75 RCB

RELACION BENEFICIO COSTO				
RBC =				
	INGRESOS ACTUALIZADOS			
	COSTOS ACTUALIZADOS			
PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	ACTUAL
1	\$ 89.700,00	\$ 89.700,00	\$ 49.134,82	\$ 49.134,82
2	\$ 91.498,52	\$ 91.498,52	\$ 49.228,18	\$ 49.228,18
3	\$ 93.303,55	\$ 93.303,55	\$ 48.159,86	\$ 48.159,86
4	\$ 95.115,10	\$ 95.115,10	\$ 49.415,42	\$ 49.415,42
5	\$ 96.933,21	\$ 96.933,21	\$ 49.509,31	\$ 49.509,31
		\$ 466.550,37		\$ 245.447,58
RBC = 1,90				

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

La relación costo beneficio que refleja “Ingenious Table” es de 1.90 lo que quiere decir es que cada dólar invertido se recupera \$ 0.90 por lo que se determina que es un proyecto rentable y genera fuentes de ingreso.

5.04.06 Punto de equilibrio

(Vinueza, 2012, pág. 56) “Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.”

PUNTO DE EQUILIBRIO	
P.E. =	$\frac{\text{CF}}{p - Cvu}$
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	\$ 24.933,22
Gastos de Ventas	\$ 7.514,63
Gastos Financieros	\$ 1.500,82
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 33.948,67
Costo Variable unitario	\$ 151,91
Precio	\$ 325,00
PE =	$\frac{\text{CF}}{p - Cvu}$
PE =	$\frac{\$ 33.948,67}{\$ 325,00 - \$ 151,91}$
PE =	$\frac{\$ 33.948,67}{\$ 173,09} = 196 \text{ u}$
DEMOSTRACION	
VENTAS	\$ 63.742,01
(-) Costo Variable	\$ 29.793,34
(=) Margen Contribucion	\$ 33.948,67
(-) Costo Fijos	\$ 33.948,67
(=) Utilidad Operacional	\$ 0,00

Figura 44 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

PUNTO DE EQUILIBRIO

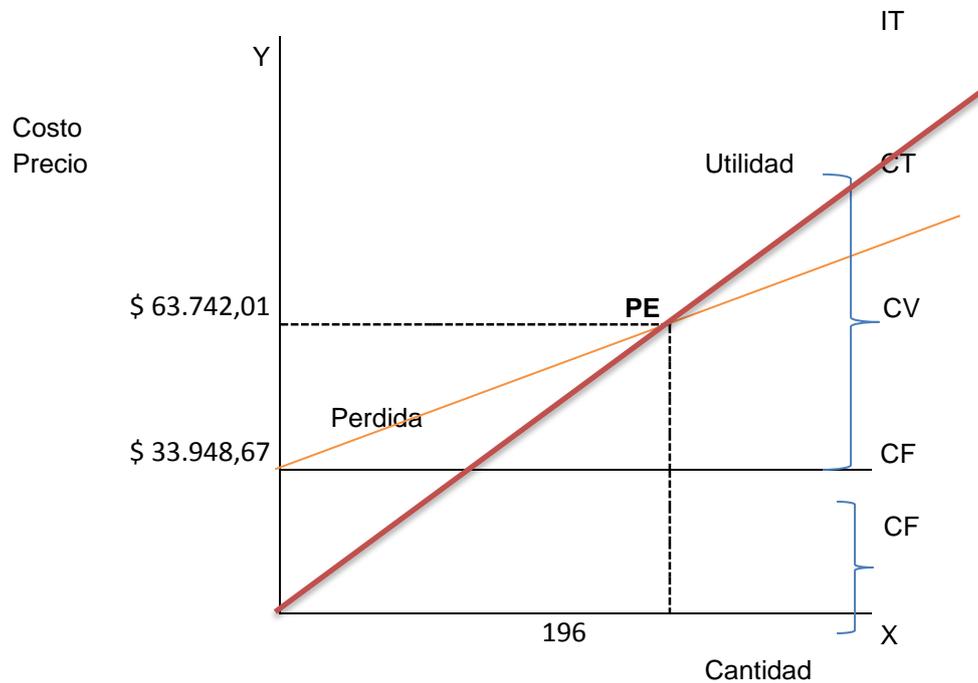


Figura 45 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Se determinó que en el punto de equilibrio 196 mesas que se producirán y un ingreso de las ventas serán de \$ 63742.01 para de esta manera mantener un equilibrio.

5.04.07 Análisis de índices financieros

(Nunes, 2015) “Es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos.”

(pág. 68)

5.04.07.01 ROE

(Timothy. & Todd, 2010)

Sus siglas en inglés: Return on equity, es importante para administradores e inversionistas. Es frecuente que la efectividad de los administradores se mida por cambios en el ROE con el tiempo, y su compensación puede estar ligada a metas basadas en el ROE. (pág. 116)

R.O.E =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$
R.O.E =	$\frac{5.059,24}{7.975,61}$
R.O.E =	0,63

Figura 46 ROE

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Mediante este indicador se observa la rentabilidad del patrimonio que por cada dólar invertido en el patrimonio se dispondrá 0,63 solo del patrimonio.

5.04.07.02 ROA

(Timothy. & Todd, 2010)

Muestra los efectos combinados de rentabilidad (medida por el margen de utilidad neta) y la eficiencia del uso de activos (la rotación del activo total). Por tanto, el ROA podría mejorar al aumentar la rentabilidad mediante la reducción de gastos o con el uso más eficiente de activos. (pág. 116)

R.O.A =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$
R.O.A =	$\frac{5.059,24}{7.495,00}$
R.O.A =	0,68

Figura 47 ROA

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

Se observa que en este indicador que por cada dólar que la empresa invierte en los activos tienen 0,68 de rentabilidad en los activos.

5.04.07.03 ROI

(González & Morales, 2013)

La técnica cuantitativa por excelencia y la que actualmente está teniendo más presencia en la industria de los eventos es el ROI o Return on Investment. El retorno de la inversión es justamente lo que quiere decir el término: cuánto has invertido y cuánto has ganado. (pág. 99)

ROI=	<u>UTILIDAD NETA</u> INVERSIÓN
ROI=	<u>5.059,24</u> 12.378,11
ROI=	0,41

Figura 48 ROI

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

Análisis:

El ROI mide el rendimiento en la inversión obteniendo el 0,41 es decir es aceptable ya que hay un crecimiento notable.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

(Muñoz S. A., 2009)

El proceso de identificación de impactos obliga al analista profundizar la manera en que el proyecto afecta el bienestar de los demás miembros de la colectividad nacional. (pág. 27)

6.01 Impacto Ambiental

(Álvarez & Morales, 2013)

Es aquel que tiene por objetivo es prevenir, mitigar y restaurar los daños al ambiente, así como la regulación de obras o actividades para evitar o reducir sus efectos negativos en el ambiente y en la salud humana. (pág. 1)

El proyecto causa un gran impacto ambiental puesto que la materia prima proviene de la naturaleza y tiene efectos negativos, pero gracias al control forestal se previene en lo posible la contaminación y la tala de árboles, lo cual ha logrado que el desenfreno y la ambición de la obtención de la madera, haga que aumente la contaminación.

Al ser una empresa que elabora y comercializa muebles los impactos que se generan son altos como: el ruido, el polvo, el fomento de la tala de árboles, el uso de líquidos peligrosos.

- Sin embargo, la microempresa considera ciertos aspectos para prevenir estos efectos en la naturaleza:
- Tratamiento de desperdicios mediante programas de reciclajes donde se da un nuevo uso y mantenimiento a la madera.
- La recolección respectiva de la basura sólida y líquida del sobrante después de realizar el proceso de producción.
- El uso de equipos y herramientas adecuadas para el manejo de la materia prima para el cuidado de la salud del personal.

6.02 Impacto Económico

(Soto, 2009) Es uno de los elementos claves para reinsertarnos favorablemente en una economía mundial abierta, radica en el mejoramiento substancial de nuestra competitividad y básicamente se logra consolidando y transformando mediante una eficiente y efectiva gestión pública e inversiones. (pág. 15)

El desarrollo económico de la madera ha evolucionado constantemente debido al uso que se le da en el mundo, también ha aportado positivamente al Ecuador, es decir es parte esencial de la producción ecuatoriana. Lo cual es importante para el proyecto ya que favorecerá al desarrollo económico del país y aportará al crecimiento del PIB, sobre todo generará empleo en la localidad ayudando a personas que necesiten un ingreso salarial.

6.03 Impacto Productivo

(Atonal & Parra, 2010) “Es asegurar el desarrollo de la sociedad, la técnica y la ciencia, se requiere disponer de un gran número de recursos, en el proceso de producción del producto.” (pág. 125)

“Ingenious Table” pretende aportar a la comunidad dándole nuevos usos al producto terminado ya que no solo satisfacerla al cliente, sino que generará una nueva reacción del comprador al mejorar la imagen de su hogar puesto que se utilizará una nueva técnica en el proceso del producto generando nuevas fuentes de trabajo y aportando con el desarrollo del sector artesanal.

6.04 Impacto Social

(Astudillo, 2012) “Es el que posibilita la visualización de los cambios que se producen, los aprendizajes colectivos dentro del proyecto, así como la utilización de aprendizajes anteriores, los cuales pueden ser positivos o negativos.” (pág. 68)

Con el presente negocio se pretende ofertar un producto que satisfaga la necesidad de los clientes y a gusto del comprador. También a fomentar fuentes de empleo y a contribuir con el emprendimiento en la localidad.

El proyecto al igual que la competencia intenta contribuir con el bienestar y la satisfacción del consumidor además de este beneficio se aspira mejorar el ambiente del hogar o de la oficina y ahorrar espacio dando un buen aspecto al lugar donde se ubica el producto.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

En el análisis situacional en donde se determina el ambiente interno y externo existe oportunidades y fortalezas que ayudan a considerar que el proyecto puede ser factible y que la microempresa podría realizar sus funciones respetando los según los requisitos expuestos en el producto.

Mediante el estudio de mercado se pudo obtener que el 64.29% de aceptabilidad y el 37.30% de frecuencia de compra, logrando satisfacer la necesidad de gran parte de la demanda y donde la comunidad está de acuerdo con la formación de la microempresa y está dispuesto en adquirir el producto de mesas expandibles, lo cual es positivo para el negocio ya que tiene más oportunidades de desarrollo en la localidad.

Al analizar el estudio Técnico se analizó que la capacidad óptima o real de producción de 2 trabajadores será de 276 inmuebles anualmente y se estableció la localización de la microempresa a través de un estudio exhaustivo del lugar en el que obtuvo la ubicación exacta donde se instalara el negocio, también se conoció la maquinaria y el equipo que se utilizará para el proceso y la elaboración del producto terminado.

El estudio financiero es el más importante del proyecto ya que se pudo determinar que el proyecto sea viable ya que la microempresa necesitara de un crédito de \$4.402.50 y \$7975.61 de recursos propios y un van de 15995.49 con una tir del 58.03% dando como resultado un período de recuperación de 2 años y 9 meses donde a un dólar vendido se obtendrá 0.90 de ganancias realizando los indicadores financieros se determinó que la TMAR será de 16.63%

Se pudo determinar el impacto general que tendrá el proyecto tanto económico, como ambiental social y productivo es positivo puesto que existe el apoyo del gobierno debido al cambio de la matriz productiva y por los controles reforestales, estos negocios han tenido una gran demanda debido que han sido productivos y debido a la confianza del consumidor.

7.02 Recomendaciones

Se debe actualizar y utilizar nuevas estrategias de publicidad para captar la atención del cliente de tal manera que se logre obtener la aceptación completa de la demanda insatisfecha.

Mantener capacitado al personal para la realización del proceso y la distribución adecuada del producto según el dictamen de la microempresa.

Cumplir con las normas legales dispuestas en el proyecto y acatar las reglas del ministerio para la correcta función del negocio y la respectiva distribución de las ventas.

Implementar un sistema de monitoreo para el control de asistencia del personal y evaluar la puntualidad del trabajador.

Es recomendable reutilizar la madera y producir nuevos productos que puedan aportar al medio ambiente y generar nuevas fuentes de trabajo y no permitir la deforestación de la naturaleza que hoy en día está siendo devastada.

Bibliografía

Toro López , F. J. (2016). *Costos ABC y presupuestos, Segunda Edición*. Bogotá-Colombia: Ecoe Ediciones Ltda.

Alava, S. N. (2017). *Entorno externo de la organización*. Tudela: Cátedra calidad UNED.

Álvarez, G. A., & Morales, C. J. (2013). *DELOS: Desarrollo Local Sostenible*. MEXICO: EUMED.

Arnoletto, E. J. (2010). *LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL EN LOS GOBIERNOS LOCALES*. Argentina : Academia Española.

Astudillo. (2012). *Fundamentos de la Economía*. México: Instituto de Investigaciones Económicas: Probooks.

Atonal, & Parra, J. B. (2010). *TÁCTICAS DE NEGOCIACIÓN SUGERIDAS COMO PRODUCTO DEL LENGUAJE CORPORAL ANALIZADO*. Mexico: Thomsom.

BLACUTT MENDOZA MARIO. (2013). *EL DESARROLLO LOCAL COMPLEMENTARIO*. LA PAZ /BOLIVIA: Fundación Universitaria Andalu.

Blacutt, M. M. (2013). *EL DESARROLLO LOCAL COMPLEMENTARIO*. Oregon: Fundación Universitaria Andalu.

Borrero, P. A., & Ortiz, T. O. (2016). *Pymes Implementación de normas De información financiera Internacional*. Colombia-Barranquilla: Universidad del Norte.

- Cabrera. (2012). *La dirección estratégica y sus etapas constituyentes*. Cuba: Observatorio de la Economía Latinoamericana.
- Camacaro, P. R. (2010). *APROXIMACIÓN A LA CALIDAD DE VIDA EN EL TRABAJO EN LA ORGANIZACIÓN CASTRENSE VENEZOLANA*. . Venezuela / Caracas: eumed.
- Camacho, J. C. (2011). *MARKETING DE SERVICIOS*. España: Academia Española.
- Carvajal, A. (2011). *Manual Básico para Agentes de Desarrollo Local*. España.
- Crespo Alambarrio , M. A. (2010). *GUÍA DE DISEÑO DE PROYECTOS SOCIALES COMUNITARIOS BAJO EL ENFOQUE DEL MARCO LÓGICO*. Caracas: Texto C.A Caracas.
- Cruz Gutiérrez Gorostiaga, J. (2015). *Gestión y control administrativo de las operaciones de caja*. España: Paraninfo.
- De la vega, G. (2012). *historia y mitología friega*. España: Literatura Catellana.
- Del Río Cortina, J., Infante Velasco, A. R., Mendoza Jimenez, W., Pérez Narváez, K., Castilla Puello, C., Orozco Barrera, A., & Herrera Ballesteros, W. (2009). *UNA PERSPECTIVA DE LA LOGÍSTICA DESDE LA ACADEMIA*. Cartagena de Indias: LOGISTIC.
- Del Río Cortina, J., Sepúlveda Chaverra, J. D., & Meriño Stand, L. I. (2009). *Propuesta de modelo de gestión estratégica en la filosofía empresarial en el sector turístico de la ciudad de cartagena de indias*. Cartagena.

- Del Río, J., Sepúlveda, J. D., & Meriño, L. I. (2009). *Modelo de gestión estratégica en la filosofía empresarial en el sector turístico de la ciudad de cartagena de indias*. Cartagena: Fundación Universitaria Tecnológica Comfenalco.
- Delgado Vera, S. C. (2016). *APLICACIÓN DE LOS INTERESES PASIVOS Y ACTIVOS EN EL SISTEMA BANCARIO ECUATORIANO Y SUS EFECTOS MACROECONOMICOS 2007-2013*. Ecuador.
- Delgado, V. (2016). *Aplicación intereses pasivos y activos en sistema bancario ecuatoriano*. Guayaquil: Académica Española.
- Díaz Olivera, A. P., & Matamoros Hernández, I. I. (2011). *EL ANÁLISIS DAFO Y LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS*. Cuba: eumed.
- Díaz, G. (2012). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA EN EL AÑO 2011*. Quito /Ecuador: Morata.
- Domínguez. (2009). *¿CÓMO LLEGAR A SER UN EXPERTO EN MARKETING?* Madrid-España: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.
- Dumorné , K. (2012). *Diagnóstico económico-financiero y planificación estratégica de tres*. Valdivia- Chile: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.
- Escudero. (2017). *Comunicación y atención al cliente 2.ª edición*. ESPAÑA: Paraninfo S.A.
- Ezquer, F., & Castellano. (2010). *Big to small: Las estrategias de las grandes corporaciones al alcance de la mediana empresa*. España: Netbiblo S.L.
- Fernández, Z. V. (212). *ESTRUCTURA DE UN PROYECTO TURISTICO. PARQUE ECO-RECREATIVO*. Mexico: Eumed.

García. (2009). *INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD*. España: Eumed.

García. (2013). *METODOLOGIA PARA LA EVALUACION DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO (SCI)*. Cuba: ISMMM.

García, Medina, & Moreno. (2012). *EL ENFOQUE DE LA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE VENTAS EN LA MERCADOTECNIA*. Mexico: Eumed.

García, P. V., & Ceja, P. J. (2013). *PROPUESTA DE ANÁLISIS FINANCIERO INTEGRAL*. México - Unidad Santo Tomas: eumed.

Gonzalez, H. (2015). *GESTIÓN DE PROVEEDORES*. España: Master en Organización y Dirección de Empresas.

González, R. F., & Morales, P. S. (2013). *Ciudades efímeras: Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. España-Barcelona: UOC.

Guerrero, & Pérez. (2009). *PROCEDIMIENTO PARA EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN EN CADENAS DE TIENDAS*. Colombia.

Lacalle, G., Caldas, E., & Carrión, R. (2012). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. España: Editex.

Lacalle, G., Caldas, E., & Carrión, R. (2012). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. España: Editex.

Lafuente, F. (2010). *ASPECTOS DEL COMERCIO EXTERIOR*. Madrid: Tecnos.

León, C. (2009). *EVALUACIÓN DE INVERSIONES*. Perú: Eumed.

- Leonangeli. (5 de 3 de 2013). *Arvoles Laurel*. Obtenido de Arvoles Laurel:
http://leonangeli.com.ar/site/index.php?option=com_k2&view=item&id=974
:arboles-%7C-laurel&Itemid=1
- Luque. (2012). *Historia del laurel, un árbol mágico*. España: Cátedra.
- Marín, J. N., Montiel, E. L., & Ketelhörn, N. (2014). *Evaluación de inversiones estratégicas*. Bogotá- Colombia: Colección Acción Empresarial de LID .
- Martínez Gonzalez, J. A. (2012). *EL CARÀCTER CIENTIFICO DEL MARKETING Y DEL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR*. España: Universidad de la Laguna.
- Menéndez, J. Á., & Moreno, Á. (2015). *Aplicaciones industriales*. Ecuador: Universidad técnica de cotopaxi.
- Morales Castro, A., Morales Castro, J. A., & Alcocer Martínez, F. R. (2014). *Administración Financiera*. MÉXICO: EDITORIAL PATRIA S.A.
- Muñoz. (2012). *ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS: PROGRAMAS DE ACTIVIDADES Y CENTROS DE RECURSOS*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Muñoz, S. A. (2009). *OS MÉTODOS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO EN LA EVALUACIÓN DE IMPACTOS EN PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL*. Guatemala: Eumed.
- Nunes, P. (2015). *Economía de gestión*. Lisboa: UNIVERSIDAD NOVA.
- Pacheco, C. C., & Pérez, B. G. (2015). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Mexico: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Palacios, D., & Salvadores. (2013). *CUIDADOS EN PERSONAS MAYORES CON ALTERNACIONES COGNITIVAS Y EMOCIONALES EN RESIDENCIAS.*

Madrid: DYKINSON, S.L.

Perez. (2009). *APRENDA A INTERPRETAR DIBUJOS.* Argentina: Grupo de imaginador.

Ramales. (2010). *APUNTES DE MACROECONOMÍA.* México: Fondo de cultura Económica.

Ramos Soto, A. L., & Gómez Brena, R. G. (2009). *Economía Latinoamericana.* Mexico: Servicios Academicos Internacionales S.C.

Resico, M. (2012). *Introducción a la Economía social de Mercado.* Santa Cruz: FCE.

Reyes, R. M. (2010). *FACTORES CULTURALES Y DESARROLLO CULTURAL COMUNITARIO.* Cuba: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.

Rivadeneira, U. M. (2014). *LA ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS EN EMPRESAS MANUFACTURERAS.* Ecuador: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.

Rodrigues, Hoffmann, Mackedanz, & Hoffmann. (21 de 03 de 2011). *EUMED.*
Obtenido de EUMED: <http://www.eumed.net/rev/cccss/11/bmfm.htm>

Rodríguez. (2009). *ARQUEOLOGÍA DE LA ARQUITECTURA.*
MADRID/VICTORIA: I.N.I.A.

Rodríguez. (2013). *FUNDAMENTOS DE MERCADOTÈCNIA ANTOLOGIA.*
Mexico: Universidad de guanajuato.

- Rodríguez, D. M., & Hernández, G. E. (2013). *MIGRACIÓN INTERNACIONAL Y CRECIMIENTO ECONÓMICO EN MEXICO*. México: Institute for Business & Finance Research.
- Roman, A., & Erenestor, H. (2009). *PLAN DE MARKETING*. Piura/ PERU: Edición electrónica.
- Román, P. L., & Pablos, S. G. (2009). *LA ORGANIZACIÓN. COMO FUNCIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN*. cuba.
- Romero, A. (2009). *Globalizacion y Pobreza*. Colombia: Unariño.
- Rosales Asensio, E. (2015). *Importancia de la tasa de descuento en la gestión proyectos energéticos*. Madrid - España: GRIN Publishing.
- Salom. (2011). *LAS LIMITACIONES AL CRECIMIENTO POBLACIONAL Y ESPACIAL ESTABLECIDAS POR LA NORMATIVA TERRITORIAL Y URBANÍSTICA*. MADRID: Instituto Nacional de Administración Pública (INAP).
- Sellers, & Díaz. (2010). *Introducción al Marketing*. San Vicente: Club Universitario.
- Soto, I. B. (2009). *IMPACTO CIENTÍFICO-TECNOLÓGICO EN LA ECONOMÍA Y LA EDUCACIÓN*. MEXICO: EUMED.
- Timothy., M., & Todd, S. (2010). *Analisis Financiero con Microsoft Excel 5ta Edición*. Meéxico-Santa fé: CENGAGE LEARNING.
- Vargas. (2010). *NECESIDAD DE UNA REVOLUCIÓN EDUCATIVA EN MÉXICO*. Mexico: eumed.

Villafuerte. (2010). *MANUAL METODOLÓGICO PARA EL INVESTIGADOR*

CIENTÍFICO. Colombia: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

Vinueza, I. (2 de 8 de 2012). *Sacha Segunda Edición*. Obtenido de Sacha Segunda

Edición: [http://ecuadorforestal.org/fichas-tecnicas-de-especies-](http://ecuadorforestal.org/fichas-tecnicas-de-especies-forestales/ficha-tecnica-no-4-laurel/)

[forestales/ficha-tecnica-no-4-laurel/](http://ecuadorforestal.org/fichas-tecnicas-de-especies-forestales/ficha-tecnica-no-4-laurel/)

Zalazar, R. J. (2012). *INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN: PARADIGMAS*

EN LAS ORGANIZACIONES. Argentina: B-EUMED.

Anexo 2 Permiso de patente

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Alexandra Paola Ibañez Collaguazo

ENCUESTA

Objetivo: Recolectar la información necesaria para medir el grado de aceptación del producto que ofrece la microempresa.

INSTRUCCIONES: Llenar con la mayor seriedad posible, ya que esto ayudará a obtener datos precisos sobre la investigación, Por favor marque con una X la opción que usted considere la mejor.

NOMBRE Y APELLIDO _____ **Género:** F ___ M ___

Edad: _____

Desarrolla alguna actividad económica: SI NO

PREGUNTAS:

1) ¿Conoce usted muebles con formas y movimientos?

SI NO

2) ¿tiene en su hogar u oficina una mesa extendible?

SI NO

3) ¿Con que frecuencia usted renueva su mueblería?

Cada 2 años

Cada 5 años

Cada 10 años

Nunca

4) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una mesa desplegable?

\$ 200-250

\$ 251-300

\$ 301 - 350

\$ 351-400

\$ 401- 450

\$ 451-500

5) ¿Qué medios de pago utiliza para pagar su compra?

En efectivo

Con cheque

Con tarjetas

6) ¿Qué estilo en diseño de mesa le gustaría tener?

Estilo colonial

Contemporáneos

Rústicos

Clásico y tradicional

7) ¿En qué lugares se siente cómodo, al adquirir un mueble?

Local

Centro comerciales

Ferias

8) ¿Qué aspectos valora al comprar un producto de madera?

Precio

Calidad

Diseño

Garantía

9) ¿Cómo le gustaría informarse sobre el producto que es está ofertando?

Amigos-familia

Volantes

Facebook

Propia

10) ¿Estaría dispuesto adquirir una mesa extensible con diseño personalizado?

SI

NO

11) ¿Usted está de acuerdo con los diseños que ofrecen otras empresas?

SI

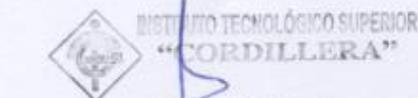
NO

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **IBAÑEZ COLLAGUAZO ALEXANDRA PAOLA**, portador de la cédula de identidad N° 1722867189, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 2 de mayo del 2018



03 MAY 2018
Sra. Mariela Balseca
CAJA
VISTO FINANCIERO



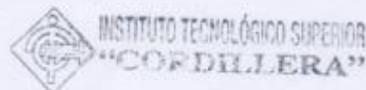
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

Ing. Agnieszka
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN
Adm. Bancaria y Financiera



BIBLIOTECA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

Ing. William Parra
BIBLIOTECA



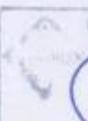
03 MAY 2018

9,84 BS
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



03 MAY 2018
Dr. Patricio Guanopatin
DIRECTOR DE CARRERA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA

Urkund Analysis Result

Analysed Document: ALEXANDRA PAOLA IBAÑEZ COLLAGUAZO.pdf (D37025657)
Submitted: 3/28/2018 6:32:00 AM
Submitted By: alexaibanez67@gmail.com
Significance: 2 %

Sources included in the report:

DIANA GABRIELA TUGUMBANGO IZAMA ULTIMA TESIS.pdf (D30341733)
PROYECTO FINAL DIANA TUGUMBANGO.pdf (D30376188)
LEYSTON LENNIN BASURTO VERGARA.pdf (D30285987)
Luis Anibal Cacuango Cacuango.pdf (D30300645)
Proyecto Terminado Karen Toca.pdf (D30344806)
ERICA CATERING.pdf (D26710009)
http://leonangeli.com.ar/site/index.php?option=com_k2&view=item&id=974

Instances where selected sources appear:

19

Angela Pimbo
1710688266

ING. ANGELA PIMBO

Tutor del Proyecto