



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
QUE SE DEDICA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COLLARES A
BASE DE MAICENA EN EL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO,
AÑO 2019.

Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnóloga en Administración
Bancaria y Financiera

Autor: JAZMIN PAMELA JAMI GERVACIO

Tutor: Ing. Leonardo Antonio Zabala Zumárraga

Quito, Enero 2020

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Quito, 31 de octubre del 2019

El equipo asesor del Trabajo de Integración Curricular del Sr. (Srta.) **JAMI GERVACIO JAZMIN PAMELA** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COLLARES A BASE DE MAICENA, UBICADA EN EL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2019.**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el Trabajo de Integración Curricular, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ZABALA LEONARDO ANTONIO
Tutor del Trabajo de Integración
Curricular de la Carrera



CASTRO DAVILA NAPOLEON WILSON
Lector del Trabajo de Integración
Curricular de la Carrera



MAYRA ALEXANDRA CHANDIR CASTRO
Delegado de la Unidad de Integración
Curricular de la Carrera de Administración Bancaria y Financiera



MARÍA FERNANDA BURGA JADAN
Directora de la Carrera de Administración Bancaria y Financiera

- MATRIZ

15-268 y Logroño
160 / 2269900
cordillera.edu.ec

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

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

CAMPUS 4 - BRASIL

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

CAMPUS 5 - YACUAME

Yacuambi Oe2-36 y
Bracamoros
Telf.: 2249994

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Jazmin Pamela Jami Gervacio**, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

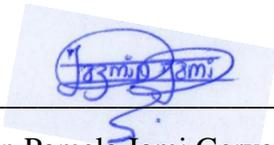


Jazmin Pamela Jami Gervacio

C.C: 1725722241

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Jazmin Pamela Jami Gervacio** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1725722241** 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 creación de una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de collares a base de maicena en el sur del Distrito Metropolitano de Quito** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Jazmin Pamela Jami Gervacio

C.C: 1725722241

Quito, 03/Septiembre/2019

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COLLARES A BASE DE MAICENA EN EL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019.

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación va dedicado primeramente a Dios por darme salud y vida dándome la dicha y el placer de poder compartir este logro con todos mis seres queridos.

A mi esposo Jerson y en especial a mi hijo Lyan que es mi inspiración y mi pilar para superarme día tras día para ser una mejor persona.

A mis padres Ofelia y Alejandro por haber hecho un gran esfuerzo para darme el estudio, aconsejarme y haberme reprendido en mis malas decisiones y estar apoyándome constantemente en esta nueva etapa profesionalmente y ser quienes se sientan orgullosos de mis triunfos y no permitir que me rinda en alguna meta que me he propuesto.

Y finalmente a mis hermanos, tí@s y familia en general por el apoyo y animó que me han brindado desde el inicio de mis etapas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por haberme dado salud y vida para permitirme concluir con este trabajo de investigación y, a la misma vez a mis padres Ofelia y Alejandro, mis hermanos Jhonny y Mateo por brindarme su apoyo en todo el transcurso de mis estudios y ayudarme a subir un escalón más en mi vida.

A mi esposo Jerson y mi hijo Lyan que fueron mi apoyo e inspiración para el desarrollo de este trabajo de titulación y haberme dado la fortaleza para poder culminar este sueño tan anhelado por todos mis seres queridos.

A mis amigas Jazmin, Gina y Tania que me apoyaron constantemente en el transcurso de culminación de la carrera y haberme brindado todo el apoyo, agradezco por su amistad incondicional que me han brindado durante algunos años atrás y haberme dado un consejo que otro en los momentos más difíciles.

Al Instituto Tecnológico Superior “Cordillera” por abrirme las puertas y permitirme lograr una meta más en mi vida y desarrollarme profesionalmente, a su vez por brindarme todos los conocimientos adquiridos durante estos 3 años de estudio los cuales me servirán para poner en práctica en el ámbito laboral.

A mi tutor al Ing. Antonio Zabala por guiarme en el desarrollo de esta investigación e impartirme los conocimientos y experiencias para realizar de cada uno de los capítulos de este trabajo.

INDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|-------|
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA | i |
| LICENCIA DE USO NO COMERCIAL | ii |
| DEDICATORIA | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| INDICE DE CONTENIDO | v |
| ÍNDICE DE TABLAS | xii |
| ÍNDICE DE FIGURAS | xv |
| LISTA DE ANEXOS | xvii |
| RESUMEN EJECUTIVO | xviii |
| ABSTRACT | xix |
| CAPÍTULO I | 1 |
| 1.1 Introducción..... | 1 |
| 1.2. Justificación | 2 |
| 1.3. Antecedentes..... | 3 |
| CAPÍTULO II..... | 6 |
| 2. Análisis situacional..... | 6 |
| 2.1. Ambiente Externo..... | 6 |
| 2.1.1. Factor económico | 7 |
| 2.1.1.1. PIB (Producto Interno Bruto) | 7 |
| 2.1.1.2. Inflación..... | 8 |
| 2.1.1.3. Tasa de interés | 10 |

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COLLARES A BASE DE MAICENA EN EL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019.

| | |
|--|----|
| 2.1.1.3.1. Tasa de interés Activa | 10 |
| 2.1.1.3.2. Tasa de interés Pasiva..... | 11 |
| 2.1.2. Factor social..... | 13 |
| 2.1.2.1. PEA (Población Económicamente Activa)..... | 13 |
| 2.1.2.2. Tasa de desempleo..... | 14 |
| 2.1.3. Factor legal | 15 |
| 2.1.3.1. SRI (Servicio de Rentas Internas) | 16 |
| 2.1.3.1.1 RUC (Registro Único del Contribuyente) | 16 |
| 2.1.3.2. Ilustre Municipio de Quito | 17 |
| 2.1.3.2.1. Patente Municipal | 17 |
| 2.1.3.2.2. LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas) | 17 |
| 2.1.4. Factor tecnológico | 18 |
| 2.2. Entorno Local | 19 |
| 2.2.1. Clientes | 19 |
| 2.2.2. Proveedores | 20 |
| 2.2.3. Competidores..... | 21 |
| 2.3. Análisis Interno | 22 |
| 2.3.1. Propuesta estratégica | 22 |
| 2.3.1.1. Misión..... | 23 |
| 2.3.1.2. Visión | 23 |
| 2.3.1.3. Objetivos..... | 24 |
| 2.3.1.3.1. Objetivo general | 24 |
| 2.3.1.3.2. Objetivos específicos..... | 25 |
| 2.3.1.3.3. Valores..... | 26 |

| | |
|--|----|
| 2.3.2. Gestión administrativa..... | 26 |
| 2.3.2.1. Planificación | 27 |
| 2.3.2.2. Organización..... | 27 |
| 2.3.2.1.1. Organigrama estructural | 28 |
| 2.3.2.1.2. Manual de funciones..... | 28 |
| 2.3.2.3. Dirección | 32 |
| 2.3.2.4. Control..... | 33 |
| 2.3.3. Gestión operativa..... | 33 |
| 2.3.3.1. Cadena de valor | 33 |
| 2.3.4. Gestión comercial | 34 |
| 2.3.4.1. Marketing Mix..... | 35 |
| 2.3.4.1.1. Producto..... | 35 |
| 2.3.4.1.2. Precio..... | 36 |
| 2.3.4.1.3. Plaza | 36 |
| 2.3.4.1.4. Promoción..... | 36 |
| 2.3.4.2. Imagen Corporativa | 37 |
| 2.3.4.2.1. Logotipo | 37 |
| 2.3.4.2.2. Isotipo | 37 |
| 2.3.4.2.3. Slogan..... | 37 |
| 2.3.4.2.4. Colores corporativos..... | 37 |
| 2.4. Análisis FODA | 38 |
| CAPÍTULO III | 40 |
| 3. Estudio de Mercado..... | 40 |
| 3.1. Análisis del consumidor | 40 |

| | |
|--|----|
| 3.1.1. Determinación de la población y muestra | 41 |
| 3.1.1.1. Población | 41 |
| 3.1.1.2. Muestra | 42 |
| 3.1.1.2.1. Fórmula de la muestra | 42 |
| 3.1.2. Técnicas de obtención de información | 43 |
| 3.1.2.1. Encuesta..... | 43 |
| 3.1.2.1.1. Modelo de encuesta | 44 |
| 3.1.3. Análisis de la información..... | 47 |
| 3.1.3.1. Información obtenida..... | 47 |
| 3.2. Oferta..... | 59 |
| 3.2.1. Oferta Histórica | 60 |
| 3.2.2. Oferta Actual | 60 |
| 3.2.3. Oferta Proyectada | 60 |
| 3.3. Productos Sustitutos | 61 |
| 3.4. Demanda..... | 61 |
| 3.4.1. Demanda histórica | 62 |
| 3.4.2. Demanda Actual | 62 |
| 3.4.3. Demanda Proyectada | 62 |
| 3.5. Balance Oferta-Demanda | 63 |
| 3.5.1. Balance Actual..... | 63 |
| 3.5.2. Balance Proyectado | 64 |
| CAPÍTULO IV | 65 |
| 4. Estudio Técnico | 65 |
| 4.1. Tamaño del proyecto | 65 |

| | |
|---|----|
| 4.1.1. Capacidad Instalada..... | 65 |
| 4.1.1.1. Cálculo para determinar la capacidad instalada | 66 |
| 4.1.2. Capacidad Óptima | 66 |
| 4.2. Localización..... | 67 |
| 4.2.1. Macro..... | 67 |
| 4.2.2. Micro | 68 |
| 4.2.1. Localización óptima | 69 |
| 4.3. Ingeniería del producto..... | 69 |
| 4.3.1. Definición del bien | 69 |
| 4.3.2. Distribución de planta..... | 71 |
| 4.3.3. Proceso productivo | 72 |
| 4.3.2. Muebles | 74 |
| 4.3.4. Equipo y Maquinaria | 75 |
| CAPÍTULO V | 78 |
| 5. Estudio Financiero..... | 78 |
| 5.1. Ingresos..... | 78 |
| 5.1.1. Ingresos Operacionales..... | 78 |
| 5.1.2. Ingresos No Operacionales..... | 79 |
| 5.2. Costos | 80 |
| 5.2.1. Costos Directos..... | 80 |
| 5.2.1.1. Materia Prima (M.P)..... | 81 |
| 5.2.1.2. Mano de Obra Directa (M.O.D) | 81 |
| 5.2.2. Costos Indirectos | 82 |
| 5.2.2.1. Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F)..... | 83 |

| | |
|---|-----|
| 5.3.1. Gastos Administrativos..... | 83 |
| 5.4.1. Gastos de Ventas | 85 |
| 5.5.1. Gastos Financieros..... | 86 |
| 5.6.1. Costos Fijos | 86 |
| 5.7.1. Costos Variables | 87 |
| 5.4. Inversiones..... | 87 |
| 5.4.1. Inversión Fija..... | 88 |
| 5.4.2. Activos Fijos..... | 88 |
| 5.4.3. Activos Nominales | 90 |
| 5.3.4. Capital de Trabajo | 91 |
| 5.3.5. Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos | 92 |
| 5.3.6. Amortización de Financiamiento..... | 93 |
| 5.3.7. Depreciaciones..... | 94 |
| 5.3.8. Estado de situación inicial | 95 |
| 5.3.9. Estado de Resultados Proyectados | 96 |
| 5.3.10. Flujo de Caja..... | 97 |
| 5.4.1. Tasa de Descuento | 99 |
| 5.5.2. VAN | 99 |
| 5.4.3. TIR..... | 100 |
| 5.4.4. PRI (Período de recuperación de la inversión)..... | 101 |
| 5.4.5. RBC (Relación costo beneficio) | 103 |
| 5.4.6. Punto de Equilibrio..... | 104 |
| 5.4.7. Análisis de índices financieros | 105 |
| 5.4.7.1. Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE)..... | 106 |

| | |
|---|-----|
| 5.4.7.2. Rentabilidad sobre Activos (ROA) | 106 |
| 5.4.7.3. Retorno sobre la Inversión (R.O.I) | 107 |
| 5.4.7.4. Margen de Utilidad Neta | 107 |
| CAPÍTULO VI | 109 |
| 6. Análisis de Impactos | 109 |
| 6.1. Impacto Ambiental | 109 |
| 6.2. Impacto Económico | 109 |
| 6.3. Impacto Productivo | 110 |
| 6.4. Impacto Social | 110 |
| CAPÍTULO VII | 111 |
| 7. Conclusiones y Recomendaciones | 111 |
| 7.1. Conclusiones | 111 |
| 7.2. Recomendaciones | 112 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 PIB (Producto Interno Bruto) | 7 |
| Tabla 2 Variación de inflación anual acumulada cada año | 9 |
| Tabla 3 Variación Tasa de interés Activa Anual | 10 |
| Tabla 4 Variación Tasa de interés Pasiva Anual | 12 |
| Tabla 5 Recursos Tecnológicos | 19 |
| Tabla 6 Factores de segmentación | 20 |
| Tabla 7 Proveedores | 21 |
| Tabla 8 Competidores | 21 |
| Tabla 9 Planificación | 27 |
| Tabla 10 Manual de funciones del Administrador | 29 |
| Tabla 11 Manual de funciones del Auxiliar Contable | 30 |
| Tabla 12 Manual de funciones del Operario | 31 |
| Tabla 13 Manual de Funciones de Vendedor | 32 |
| Tabla 14 Matriz FODA | 38 |
| Tabla 15 Población | 41 |
| Tabla 16 Rango de edades | 47 |
| Tabla 17 ¿Estaria dispuesto usted a adquirir collares elaborado a base de maicena? | 48 |
| Tabla 18 ¿Con que frecuencia usted adquiere accesorios como son los collares? | 49 |
| Tabla 19 ¿Qué dije o alhaja preeriría usted que vaya en el collar? | 50 |
| Tabla 20 ¿De que tamaño le gustaria que fuera el accesorio? | 51 |
| Tabla 21 ¿Cuánto estaria dispuesto pagar por el collar? | 52 |
| Tabla 22 ¿Qué factor influye al momento de la compra del collar? | 53 |

| | |
|---|----|
| Tabla 23 ¿Esta de acuerdo con los productos y precios de la competencia?..... | 54 |
| Tabla 24 ¿Por qué medios prefiere usted adquirir el producto? | 55 |
| Tabla 25 ¿Por qué adquiere usted un collar?..... | 56 |
| Tabla 26 ¿Por qué medios le gustaria recibir informacion acerca del accesorio?..... | 57 |
| Tabla 27 ¿Esta de acuerdo en que se implemente dicha microempresa? | 58 |
| Tabla 28 Oferta Actual | 60 |
| Tabla 29 Oferta Proyectada | 60 |
| Tabla 30 Demanda Actual | 62 |
| Tabla 31 Demanda Proyectada | 62 |
| Tabla 32 Balance Actual..... | 63 |
| Tabla 33 Balance Proyectado | 64 |
| Tabla 34 Capacidad instalada..... | 66 |
| Tabla 35 Macro Localizacion | 67 |
| Tabla 36 Alternativas de ubicacion | 69 |
| Tabla 37 Muebles | 74 |
| Tabla 38 Equipo y Maquinaria | 75 |
| Tabla 39 Ventas anuales | 79 |
| Tabla 40 Costos Directos..... | 80 |
| Tabla 41 Materia Prima | 81 |
| Tabla 42 Mano de Obra | 82 |
| Tabla 43 Costos Indirectos | 82 |
| Tabla 44 Costos Indirectos de Fabricacion..... | 83 |
| Tabla 45 Sueldos y salarios administrativos | 84 |
| Tabla 46 Suministros de Oficina | 84 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 47 Suministros de Limpieza | 84 |
| Tabla 48 Otros Gastos Administrativos..... | 85 |
| Tabla 49 Gastos de Ventas | 85 |
| Tabla 50 Costos Fijos | 86 |
| Tabla 51 Costos Variables..... | 87 |
| Tabla 52 Equipo de Computo..... | 89 |
| Tabla 53 Muebles y Enseres..... | 89 |
| Tabla 54 Maquinaria y Herramientas | 89 |
| Tabla 55 Equipo de Oficina..... | 90 |
| Tabla 56 Activos Fijos..... | 90 |
| Tabla 57 Gastos de Constitucion | 91 |
| Tabla 58 Capital de Trabajo | 92 |
| Tabla 59 Inversiones..... | 93 |
| Tabla 60 Amortización del prestamo | 94 |
| Tabla 61 Depreciaciones de los Activos Fijos..... | 95 |
| Tabla 62 Estado de Situacion Inicial | 96 |
| Tabla 63 Estado de Resultados Proyectados | 97 |
| Tabla 64 Flujo de Caja | 98 |
| Tabla 65 Tasa de Descuento..... | 99 |
| Tabla 66 Flujos netos de caja | 100 |
| Tabla 67 Tasa interna de rendimiento | 101 |
| Tabla 68 Periodo de recuperacion | 102 |
| Tabla 69 Relación costo/beneficio | 103 |
| Tabla 70 Punto de equilibrio | 104 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 PIB anual..... | 8 |
| Figura 2 Inflación anual..... | 9 |
| Figura 3 Tasa de interés activa | 11 |
| Figura 4 Tasa de interés pasiva..... | 12 |
| Figura 5 Población Económicamente Activa | 14 |
| Figura 6 Tasa de desempleo en Ecuador | 15 |
| Figura 7 Misión | 23 |
| Figura 8 Visión | 24 |
| Figura 9 Objetivo General | 25 |
| Figura 10 Organigrama..... | 28 |
| Figura 11 Cadena de valor..... | 34 |
| Figura 12 Collar..... | 35 |
| Figura 13 Sur de Quito (Chillo Gallo)..... | 36 |
| Figura 14 Logotipo | 37 |
| Figura 15 Isotipo..... | 37 |
| Figura 16 Rango de edades..... | 48 |
| Figura 17 ¿Estaria dispuesto usted a adquirir collares a base de maicena?..... | 49 |
| Figura 18 ¿Con que frecuencia usted adquiere accesorios como son los collares?..... | 50 |
| Figura 19 ¿Qué dije o alhaja preferiria usted que vaya en el collar?..... | 51 |
| Figura 20 ¿De que tamaño le gustaria que fuera el accesorio? | 52 |
| Figura 21 ¿Cuánto estaria dispuesto pagar por el collar? | 53 |
| Figura 22 ¿Qué factor influye al momento de la compra del collar? | 54 |

| | |
|--|-----|
| Figura 23 ¿Esta de acuerdo con los productos y precios de la competencia? | 55 |
| Figura 24 ¿Por qué medios prefiere usted adquirir el producto?..... | 56 |
| Figura 25 ¿Por qué adquiere usted un collar?..... | 57 |
| Figura 26 ¿Por qué medios le gustaria recibir informacion acerca del accesorio?..... | 58 |
| Figura 27 ¿Estaria de acuerdo usted en que implemente dicha microempresa? | 59 |
| Figura 28 Macro Localización..... | 68 |
| Figura 29 Micro Localización | 68 |
| Figura 30 Mostacho | 70 |
| Figura 31 Inicial de Nombre..... | 70 |
| Figura 32 Lazo..... | 70 |
| Figura 33 Corazones | 70 |
| Figura 34 Distribución de la planta | 71 |
| Figura 35 Flujograma de procesos | 73 |
| Figura 36 Punto de Equilibrio | 105 |

LISTA DE ANEXOS

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Anexo 1 Camisa con logotipo | 121 |
| Anexo 2 Taza con logotipo..... | 121 |
| Anexo 3 Gorra con logotipo | 122 |
| Anexo 4 Tarjeta de presentación | 122 |
| Anexo 5 Llaveros con logotipo | 122 |

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de factibilidad tiene como finalidad la implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de collares a base de maicena dando un estilo único, resaltando la belleza de la mujer la cual se encuentra ubicada en el sector de Chillogallo en el Distrito Metropolitano de Quito, el producto únicamente va dirigido a las mujeres debido a que la mayoría de ellas utilizan un accesorio de bisutería. En el transcurso del desarrollo de la investigación se constató que existe un alto porcentaje de aceptación del producto, se detalló la inversión que se necesitará para iniciar las actividades, las ganancias que se obtendrá y la evaluación de indicadores demostrando así que la implementación de la microempresa es factible y rentable para la puesta en marcha; al poner en marcha este proyecto se identifica que generará empleo para el sector, aportará a la economía del país y primordialmente incentivará a los jóvenes emprendedores.

ABSTRACT

The feasibility study aims to implement a microenterprise dedicated to the production and marketing of cornstarch-based necklaces giving a unique style, highlighting the beauty of women which is located in the Chillogallo sector in the Metropolitan District of Quito, the product is only aimed at women because most of them use a jewelry accessory. In the course of the development of the research, it was found that there is a high percentage of product acceptance, the investment that will be needed to start the activities, the gains that will be obtained and the evaluation of indicators, demonstrating that the microenterprise implementation is detailed It is feasible and profitable for start-up; By launching this project, it is identified that it will generate employment for the sector, contribute to the economy of the country and primarily encourage young entrepreneurs.

CAPÍTULO I

1.1 Introducción

Al introducir la microempresa al mercado se brindará algunos beneficios debido a que se comercializará collares a base de maicena también conocida como la técnica de porcelanicron siendo un producto novedoso para el cliente, su precio no será muy alto ya que será elaborado de manera artesanal y además el cliente tendrá la opción de elegir su accesorio a su gusto.

El estudio de factibilidad se realizará debido a que no existen muchas microempresas que elaboren estos accesorios con dicha técnica por lo que se considera una ventaja para la microempresa dándose a conocer en el mercado nacional cubriendo las expectativas de los clientes y su vez tener ingresos propios para los propietarios.

El estudio de factibilidad se investigará mediante siete capítulos que se detallarán a continuación:

Capítulo I: se establecerá las razones del porque se eligió dicho tema y seguido de ello una pequeña reseña histórica sobre los inicios de la técnica de porcelanicron o de la maicena para la producción de los collares.

Capítulo II: se analizará los factores internos y externos que pueden favorecer o afectar a la microempresa actualmente y así tener en cuenta de ello para un futuro,

también lo que se quiere conseguir como microempresa y como se va a lograr dicho objetivo.

Capítulo III: se realizará un estudio de mercado en él se mostrará los posibles consumidores, cual es la demanda y oferta que existe en el mercado.

Capítulo IV: se presentará el tamaño de la microempresa según la capacidad de producción, la localización de la microempresa en un lugar estratégico y los recursos necesarios para la elaboración del producto.

Capítulo V: se proyectará los ingresos, costos y gastos que se obtendrá al realizar el producto, a su vez en que tiempo se recuperará la inversión que se realizará en el estudio de factibilidad para la creación de la microempresa.

Capítulo VI: se investigará el impacto que tiene el proyecto ya sea negativamente o positivamente en los distintos ámbitos como son: ambiental, económico, social y productivo.

Capítulo VII: se realizar las conclusiones y recomendaciones generales para la implementación de la microempresa.

1.2. Justificación

El estudio de factibilidad tiene como finalidad la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de collares personalizados femeninos a base de maicena o conocida también como la técnica de porcelanicron en el Distrito Metropolitano de Quito.

Se realizará el estudio de factibilidad debido a que no existen microempresas que elaboren accesorios con dicha técnica siendo una iniciativa para la juventud que desee emprender una microempresa y sea una motivación para cada uno de ellos; debido a que la mayoría de empresas elaboran productos con metales preciosos siendo

los precios muy elevados para las personas de economía media-baja y baja que desea adquirir este accesorio.

La creación de la microempresa tiene como finalidad satisfacer las necesidades de los clientes con diseños únicos debido a que podrán elegir el accesorio a su gusto ya sea por su diseño, color, tamaño entre otros; también al ser un producto elaborado artesanalmente con manos ecuatorianas lo hace más llamativo, original, menos costoso y a su vez de alta calidad resaltando la belleza de una mujer.

Las personas adquieren accesorios como son los collares, ya sea por un cambio de estilo o por un cambio de apariencia, buscando complementar al vestuario del día sin tener la preocupación de que el accesorio no se encuentre a la moda, por ello se elaborará gran variedad de diseños dando opción al cliente a elegir.

En el País el gobierno busca que los nuevos emprendimientos aporten al cambio de la Matriz Productiva por esa razón la microempresa está enfocada en el objetivo 6 del Plan Nacional del Desarrollo que es: “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.” (Estado, 2017, pág. 80)

1.3. Antecedentes

Su origen está en China una de las tradiciones cuenta que fue Marco Polo quien habló por primera vez sobre este tipo de cerámica, pero hasta mediados del siglo XIV A.C no se dieron las primeras importaciones comerciales en Europa. (Gomez A. , 2008, pág. 3).

“Porcelana Fría: es una masa muy flexible y maleable que permite hacer prácticamente cualquier tipo de pieza. Su composición es a base de cola vinílica y fécula de maíz, además de otros componentes”. (Martin J. , 2004, pág. 2)

Cabe recalcar que para elaborar la porcelana fría se necesita la fécula de maíz siendo un grano importante para la creación de esta masa a continuación se detallará la producción del maíz en el Ecuador.

Historia del cultivo en el Ecuador Trazar el desarrollo las gramíneas cerealeras del Viejo Mundo ha sido relativamente sencillo, en contraste con el origen del maíz que ha sido causa de discusión desde hace mucho tiempo. Actualmente la teoría más aceptada es una combinación de los trabajos de George Beadle y Deborah Pearsall¹. Beadle propone que el maíz actual sería inicialmente el resultado de una mutación de una gramínea silvestre, el Teosintle, que existe aún hoy en México. (Bravo, 2010, pág. 4)

“Durante el 2017, en Ecuador se produjeron cerca de 1,2 millones de toneladas de maíz en las más de 200 000 hectáreas sembradas en el país, de acuerdo con estadísticas de la Corporación Tierra Fértil, en el cantón Ventanas, Los Ríos.” (Castillo, 2014, pág. 17)

Al realizar algunos procesos de elaboración se puede extraer la fécula de maíz que se obtiene otros productos derivados del maíz como es la maicena que es la harina fina que se extrae del maíz. La maicena se considera una fuente de alimentación de las personas al ser utilizada en la elaboración de postres, comida, etc.

Actualmente en el país existe la venta de dicha masa y que se ha utilizado esta masa para la elaboración de objetos decorativos más no para accesorios como son los collares ya que la fécula de maíz al ser combinados con otros componentes se convierte en una masa resistente que se puede moldear fácilmente según la figura que se quiere obtener, a su vez dando una firmeza deseada y con un excelente acabado.

El país tiene una gran ventaja ya que existe una variedad de clima por lo que ayuda para el cultivo del maíz sin olvidar que existen grandes agricultores capacitados para el cuidado de la siembra, este trabajo se ha extendido por la sierra ecuatoriana como en el Cotopaxi, Chimborazo, Pichincha, entre otros.

CAPÍTULO II

2. Análisis situacional

“El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos, los mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno”. (Melchor, 2012, pág. 10)

En el análisis situacional, se analizará los factores tanto externos como internos que influyen de una manera positiva o negativa para el desarrollo del estudio de factibilidad.

2.1. Ambiente Externo

El entorno externo de una organización son aquellos factores que a la empresa que afectan la capacidad de la empresa para funcionar. Algunos elementos externos pueden ser manipulados por la comercialización de la compañía, mientras que otros requieren que la organización realice ajustes, supervise los componentes básicos del entorno externo de su empresa y mantenga una estrecha vigilancia en todo momento. (Ramirez, 2016, pág. 5)

Se refiere a los factores externos que la empresa no puede controlar sino más bien debe adaptarse y estar pendiente en cualquier momento.

2.1.1. Factor económico

El factor económico estudia la naturaleza y dirección del sistema económico donde se desenvuelve la organización: variables macroeconómicas, producto interior bruto, inflación, desempleo, ciclo económico, infraestructuras, evolución de los precios, tasas de crecimiento, salarios, etc. (Navajo Gomez, 2009, pág. 70)

Los factores económicos son indicadores que ayuda a cumplir los objetivos de la empresa, ya que se relaciona con la economía del país.

2.1.1.1. PIB (Producto Interno Bruto)

“El Producto Interno Bruto (PIB) es la producción de un país en el interior de este. Representa el tamaño de la economía en términos de producción.” (Parkin, Esquivel, y Muñoz, 2007, pág. 112)

El PIB mide la capacidad de producción de los bienes y/o servicios que tiene un país en un determinado tiempo.

Tabla 1

PIB (Producto Interno Bruto)

| I Trimestre de cada año | Porcentaje |
|-------------------------|------------|
| 2015 | 4,20% |
| 2016 | -3,40% |
| 2017 | 1,70% |
| 2018 | 1,80% |
| 2019 | 0,60% |

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jazmin Jami

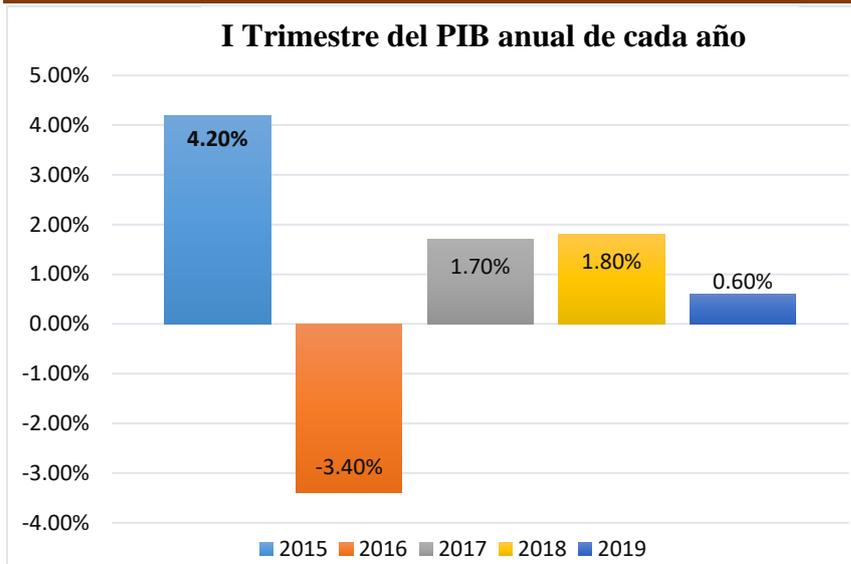


Figura 1 PIB anual

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

El PIB mide la actividad económica del país por lo que para el I Trimestre del 2018 fue de 1.80%, mientras que para el año 2019 fue de 0.60% concluyendo así que hubo una disminución significativa de la producción del país siendo una desventaja para la microempresa.

2.1.1.2. Inflación

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

La inflación básicamente se refiere al aumento de los precios de bienes y servicios dentro de un país.

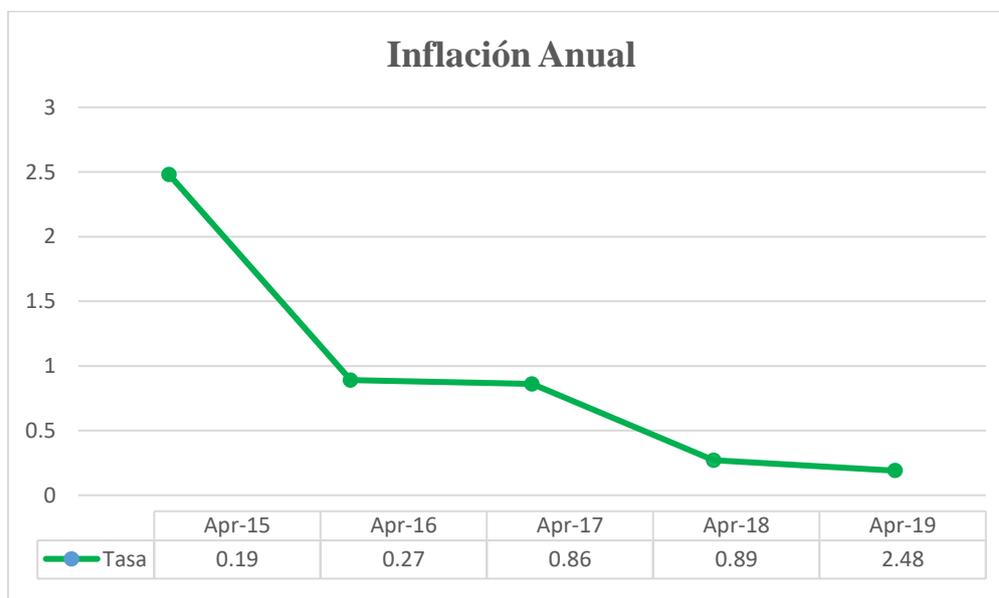
Tabla 2

Variación de inflación anual acumulada cada año

| Fecha | Tasa |
|--------------|-------------|
| Abril 2019 | 0,19 |
| Abril 2018 | 0,27 |
| Abril 2017 | 0,86 |
| Abril 2016 | 0,89 |
| Abril 2015 | 2,48 |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jazmin Jami

*Figura 2* Inflación anual

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

La inflación muestra el aumento general de los niveles de precios en los productos, bienes y servicios en cada año y mes por lo que es una amenaza para la

microempresa y a la misma vez para los clientes ya que influirá mucho al momento de comercializar los collares.

2.1.1.3. Tasa de interés

La tasa de interés se define como el rendimiento porcentual que se paga durante algún período contra un préstamo seguro, al que rinde cualquier forma de capital monetario en un mercado competitivo exento de riesgos, o en el que todos los riesgos están ya asegurados mediante primas adecuadas. (Ortiz Soto, 2001, pág. 127)

2.1.1.3.1. Tasa de interés Activa

“La tasa activa de interés es la que representa el rendimiento que el usuario del crédito paga al intermediario por la utilización de los fondos.” (Ortiz Soto, 2001, pág. 127 y 128)

La Tasa Activa es el interés que la institución financiera cobra al haber realizado un préstamo.

Tabla 3

Variación Tasa de interés Activa Anual

| Fecha | Porcentaje |
|-----------|------------|
| Mayo 2019 | 8,62% |
| Mayo 2018 | 6,67% |
| Mayo 2017 | 7,37% |
| Mayo 2016 | 8,89% |
| Mayo 2015 | 8,45% |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jazmin Jami

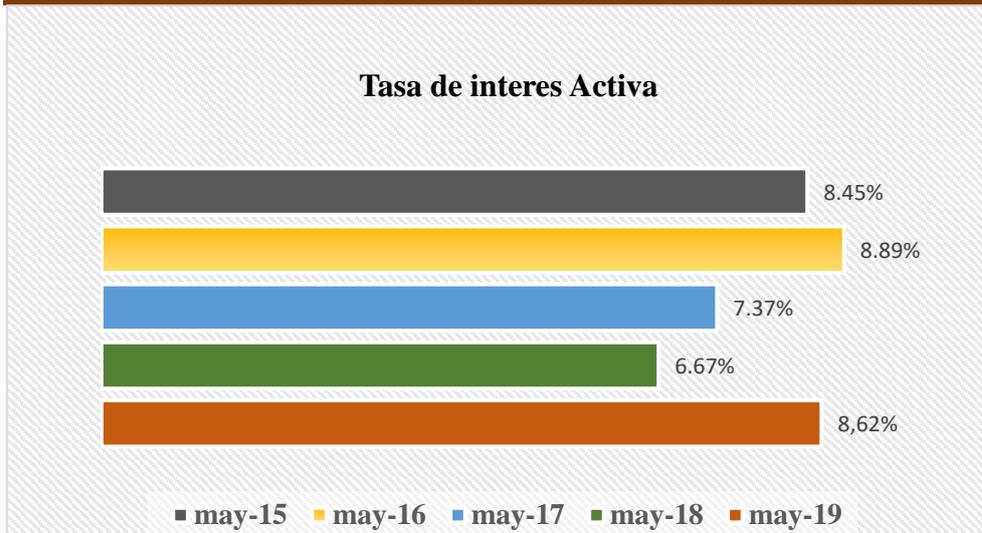


Figura 3 Tasa de interés activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

La tasa de interés Activa para el presente año es de 8.62% siendo una amenaza para la microempresa por lo que no cuenta con recursos propios y requiere un crédito bancario para la implementación de la misma.

2.1.1.3.2. Tasa de interés Pasiva

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

La Tasa Pasiva es el interés que paga las instituciones financieras al cliente ya que deposita dinero en las mismas.

Tabla 4

Variación Tasa de interés Pasiva Anual

| Fecha | Porcentaje |
|-----------|------------|
| Mayo 2019 | 5,61% |
| Mayo 2018 | 4,99% |
| Mayo 2017 | 4,82% |
| Mayo 2016 | 5,47% |
| Mayo 2015 | 5,51% |

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jazmin Jami

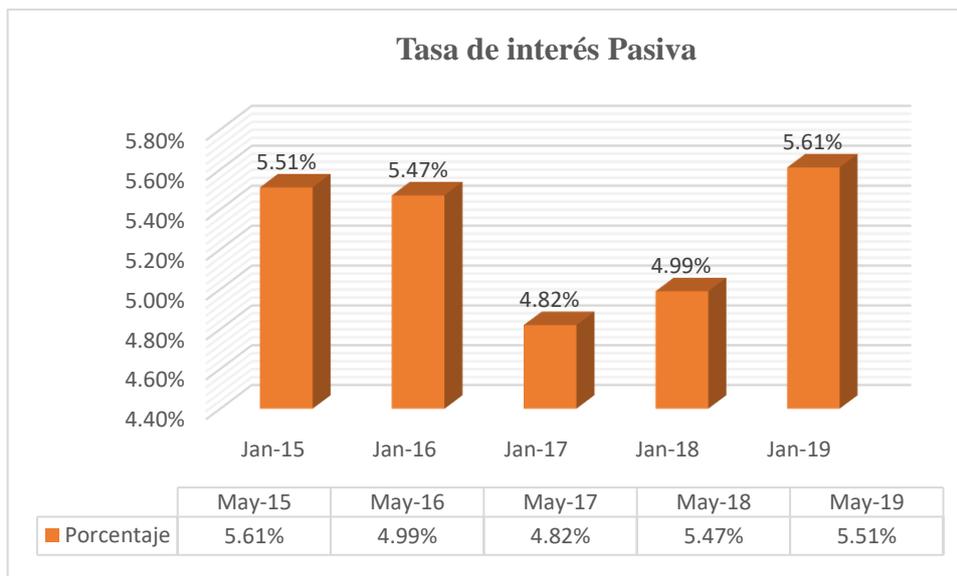


Figura 4 Tasa de interés pasiva
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

La tasa de interés Pasiva para el presente año es de 5.61% siendo un impacto bajo para la microempresa lo que no se realizará una inversión por el momento.

2.1.2. Factor social

El factor sociocultural menciona que los componentes de la sociedad comparten una serie de valores, creencias, actitudes y formas de vida que pueden repercutir en el desarrollo de acciones de la organización: demografía, movilidad social, estilos de vida, actitudes hacia el trabajo y el ocio, pautas culturales imperantes, valores y actitudes, grupos sociales, conflictividad social, consumismo, nivel educativo de la población, religión, etc. (Navajo Gomez, 2009, pág. 70)

En el factor social se deberá tomar en cuenta la cultura, creencias, hábitos de consumo y todo referente a la sociedad de un determinado territorio.

2.1.2.1. PEA (Población Económicamente Activa)

“La Población Económicamente Activa (PEA) está formada por aquellas personas que en determinado período de tiempo trabajaron o buscaron trabajo activamente. Es la fuerza de trabajo o fuerza laboral.” (Caido, 2013, pág. 4)

El PEA es un indicador que muestra la cantidad de personas que tienen un trabajo temporal o parcialmente.



Figura 5 Población Económicamente Activa

Fuente: INEC

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

El PEA para este año está conformado por el 4.60% de personas empleadas que reciben un salario mínimo mientras que el 95.40% de personas se encuentran desempleadas o no han podido conseguir un trabajo siendo un porcentaje muy alto.

2.1.2.2. Tasa de desempleo

La tasa de desempleo es una medida de la extensión del desempleo y se calcula como un porcentaje dividiendo el número de personas desempleadas por todas las personas que se encuentran en la fuerza laboral. (Perez, 2018, pág. 11)

La Tasa de Desempleo permite conocer cuantas se encuentran sin empleo o desempleadas en el país.

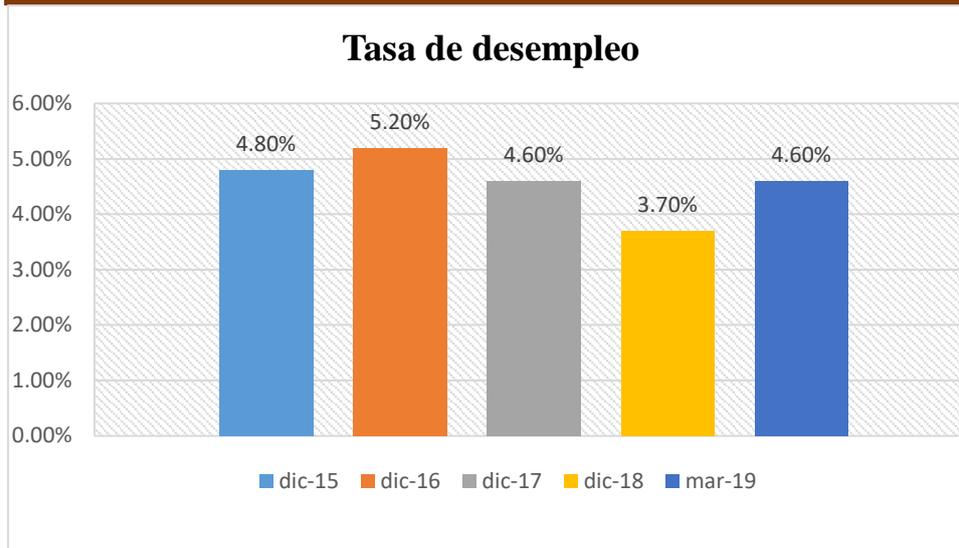


Figura 6 Tasa de desempleo en Ecuador

Fuente: INEC

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

La tasa de desempleo para este presente año es de 4.60% siendo una ventaja para la microempresa ya que se puede evaluar y contratar al personal que supere las expectativas para el área que se requiera favoreciendo a la misma.

2.1.3. Factor legal

“El factor legal trata sobre la legislación, regulaciones de defensa de la competencia, legislación laboral, salud y seguridad, protecciones legales, etc.” (Navajo Gomez, 2009, pág. 70)

El factor legal obliga a cumplir con las normativas y leyes para la conformación y funcionamiento de la microempresa. La cual se conformará como una persona natural para ello se debe obtener lo siguiente:

2.1.3.1. SRI (Servicio de Rentas Internas)

El SRI desde su creación se ha destacado por ser una institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria. (Gobierno, Servicio de Rentas Internas, 2019, pág. 19)

El SRI es la única entidad que ayudará a obtener algunos requisitos para que funcione la microempresa y cuáles son los requerimientos importantes para el funcionamiento.

2.1.3.1.1 RUC (Registro Único del Contribuyente)

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria. Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador. Corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos. (Gobierno, Servicio de Rentas Internas, 2019, pág. 15)

El RUC se obtiene cuando se va a realizar una actividad económica se trata de un número que asigna para que se pueda declarar los impuestos.

Se debe tomar en cuenta que la microempresa se va a constituir como persona natural.

Para obtener el RUC se debe tomar en cuenta los siguientes requisitos:

- Presentar el original y una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.

- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento a la Ley de Elecciones.

(Gobierno, Servicio de Rentas Internas, 2019)

2.1.3.2. Ilustre Municipio de Quito

El Ilustre Municipio de Quito se encarga de controlar las actividades dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.3.2.1. Patente Municipal

“La patente municipal es un requisito obligatorio que deben cumplir los trabajadores independientes para ejercer la actividad económica y poder obtener el RUC”.

Los requisitos para sacar la Patente Municipal son los siguientes:

- ✓ Formulario de inscripción de patente.
- ✓ Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- ✓ Copia de cédula de identidad y certificado de votación de la última elección.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Correo electrónico personal y número de teléfono. (Municipio de Quito, 2017, pág. 7)

2.1.3.2.2. LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas)

“La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito”. (Foros Ecuador, 2017, pág. 3)

La LUAE comprende de los siguientes permisos administrativos:

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

Mientras que los requisitos para sacar la LUAE son las siguientes:

- Formulario único de solicitud de LUAE.
- Copia de RUC.
- Copia de cédula de identidad del representante legal.
- Para colocar rótulo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo. (Foros Ecuador, 2017, pág. 6)

2.1.4. Factor tecnológico

“El factor tecnológico hace referencia al estado actual de conocimiento que permite la obtención de bienes y servicio: gasto en investigación, acceso a las tecnologías, disponibilidad, conocimientos científicos y tecnológicos, innovación, tecnología, etc.” (Navajo Gomez, 2009, pág. 70)

Por el momento la microempresa no contará con máquinas ya que se elaborará de manera artesanal los collares pero con el paso del tiempo se irá incorporando máquinas que ayuden a la producción de los accesorios. Los equipos de cómputo que se necesitará son los siguientes.

Tabla 5

Recursos Tecnológicos

| Recurso | Descripción |
|--------------------|---|
| Computadoras | Se necesitará para el departamento administrativo que guardará y recopilará la información necesaria. |
| Impresora | Se utilizará para imprimir los documentos que la microempresa necesite. |
| Correo electrónico | Ayudará para la comunicación con los proveedores, trabajadores y clientes. |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

2.2. Entorno Local

“Este entorno comprende aquellos elementos externos a la empresa que están relacionados estrechamente con ella y, por tanto, tienen una influencia muy directa”.

(La empresa y su entorno, 2008, pág. 17)

El entorno local son elementos para el funcionamiento de la microempresa y a la vez la relación que tiene con los clientes, proveedores y competidores.

2.2.1. Clientes

Los clientes son los destinatarios del bien o servicio prestado por la empresa. Pueden ser consumidores finales o bien otras empresas que usan esos productos como inputs de sus procesos productivos. (La empresa y su entorno, 2008, pág. 17)

Los clientes son personas que usan el bien o servicio que ofrece una empresa en un determinado sitio.

Tabla 6

Factores de segmentación

| Factores de segmentación | | | |
|---------------------------------|--------------------|--|--|
| Geográfico | Demográfico | Psicográfico | Conceptual |
| País: Ecuador | Edad: de 15-55 | Clase social: medía | Personas que |
| Ciudad: Quito | años de edad | y medía baja. | deseen un |
| Parroquia: Chillogallo | Sexo: Femenino | Personalidad: adolescentes y adultos que utilicen collares | accesorio único y original elaborado artesanalmente. |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

Los clientes principales para la microempresa serán mujeres desde los 15 hasta 35 años de edad en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito a quienes les gusten los collares que a través de ellas se obtendrá ingresos deseados y para el desarrollo de la misma.

2.2.2. Proveedores

“Son proveedores del sistema todos los entes que se relacionan con la organización para suministrarle tanto los insumos como los recursos de tipo científico, tecnológico y estratégico necesarios para su buen funcionamiento.” (Bernal, 2008, pág. 32)

Proveedor es la persona o empresa quien entrega la materia para la elaboración de su producto final.

A continuación se detalla los posibles proveedores que la microempresa Collarte tendrá para la elaboración de su producto.

Tabla 7

Proveedores

| Proveedor | Producto |
|--------------------|-------------------------|
| Supermaxi | Maicena |
| | Moldes |
| Papelería Popular | Pintura de uñas |
| | Pegamento blanco |
| Farmacia Económica | Vinagre |
| | Aceite de bebe |
| Manitascreativas | Aros pequeños metálicos |
| Manualidades | Cadena |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

2.2.3. Competidores

“Son aquellos conjuntos de empresas que ofrecen productos iguales y comercializan los mismos que una determinada empresa. Pero la competencia no se limita al caso de las empresas que compiten con la nuestra directamente (con los mismos productos)”. (Arias, 2010, pág. 18)

Los competidores son aquellos que ofrecen los mismos productos y/o servicios similares a otra empresa. Los competidores para la microempresa son los siguientes:

Tabla 8

Competidores

| Competidores Indirectos |
|--------------------------------|
| Avon |
| Joyas Nereyda |
| Joyería Vanitex |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

Para la microempresa Collarte no existen competidores directos ya que el producto que se va a ofrecer al mercado es nuevo y novedoso por ende la microempresa si tiene competidores indirectos con productos similares.

2.3. Análisis Interno

Un análisis interno consiste en el estudio o análisis de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de un proyecto o empresa, con el fin de evaluar los recursos con que cuenta una empresa para, de ese modo, conocer su situación y capacidades, detectar fortalezas y debilidades, y, de ese modo, diseñar estrategias que permitan potenciar o aprovechar las fortalezas, y estrategias que posibiliten neutralizar o eliminar las debilidades. (Wikilibro, 2014, pág. 9)

El análisis interno consiste en un estudio dentro de la empresa detectando sus debilidades y fortalezas que permitan diseñar nuevas estrategias que puedan favorecer a la empresa.

2.3.1. Propuesta estratégica

La planeación estratégica consiste en definir por parte de los responsables de la microempresa las estrategias y políticas de la empresa u organización para cumplir con los objetivos en un período determinado, estos pueden ser a corto, mediano o a largo plazo.

La propuesta estratégica ayuda a la microempresa a elaborar estrategias que ayuden a tomar buenas decisiones en un futuro cumpliendo con objetivos a corto y largo plazo en un tiempo determinado.

2.3.1.1. Misión

“La misión de la empresa es el punto de partida de la actividad de la empresa cuya definición tiene mucho que ver con el negocio (actividad productiva y comercial) de la misma.” (Dirección Estratégica, 2007, pág. 40)

La misión muestra la actividad que realiza la empresa y hacia quien va dirigido.

Por lo tanto la misión de la microempresa Collarte es la siguiente:

Collarte es una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de accesorios personales femeninos de calidad resaltando la belleza natural de una mujer, haciéndola ver atractiva y moderna ya que el elaborado a base de maicena o conocida también como la técnica de porcelanicron, al ser el producto de tipo artesanal se distingue de otras piezas de bisutería por su diseño y estilo buscando satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Figura 7 Misión

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

2.3.1.2. Visión

La visión de la empresa constituye el conjunto de representaciones, tanto efectivas como racionales, que un individuo o un grupo de personas asocian a una empresa o institución como resultado neto de las experiencias, creencias, actitudes, sentimientos e información de dicho grupo de personas. (Dirección Estratégica, 2007, pág. 39)

La visión es hacia donde quiere dirigirse la empresa en un futuro. Por lo tanto la visión de la microempresa Collarte es las siguientes:

Ser en el 2024 una microempresa líder en la línea de bisutería, expandiéndose en el mercado local y nacional dando así un ejemplo de inspiración a emprendimientos asociadas a esta actividad, ofreciendo accesorios que tendrán un carácter de exclusividad con diseños versátiles ya que nuestros diseños se ajustan a las tendencias de la moda.

Figura 8 Visión

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

2.3.1.3. Objetivos

Los objetivos son las situaciones a las que esperamos llegar, o los resultados que esperamos lograr con la implantación de determinadas acciones que son propias del proceso de gestión, dado que consideramos que esas situaciones y resultados son positivos para la organización y/o para quienes la dirigen o integran. (Díaz, 1994, pág. 87)

Los objetivos son los resultados finales de hacia dónde quiere llegar la empresa en un período determinado utilizando los recursos que tiene la misma.

2.3.1.3.1. Objetivo general

“Los objetivos generales consisten en lo que pretendemos realizar en nuestra investigación, es decir, el enunciado claro y preciso de las metas que se persiguen en la investigación a realizar.” (Hurtado Leon y Toro Garrido, 2007, pág. 82)

El objetivo general es lo que la empresa quiere lograr en el que se plantean metas que miden resultados que se obtiene mediante ello. El objetivo general de la microempresa Collarte es las siguientes:

Elaborar un estudio de factibilidad para la producción de accesorios personales para chicas mediante la utilización de porcelanicon dando resalte a la belleza de la mujer e imponiendo un nuevo estilo ubicado en el sur del Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 9 Objetivo General

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

2.3.1.3.2. Objetivos específicos

“Los objetivos específicos indican lo que se pretende realizar en cada etapa de la investigación.” (Hurtado Leon y Toro Garrido, 2007, pág. 82)

Los objetivos específicos son los medios por los cuales se va a lograr cumplir la meta propuesta en el objetivo general. Los objetivos específicos de la microempresa son los siguientes:

- Realizar un estudio de mercado para la aceptación del producto
- Producir bisutería para toda mujer, acorde a los intereses personales y del mercado.
- Promocionar en el mercado nacional productos de alta calidad, creativos e innovadores a precios justos para el cliente.
- Garantizar productos que satisfagan las necesidades de los clientes.
- Ofrecer al cliente accesorios realizados con manos artísticas y hábiles.

2.3.1.3.3. Valores

“Los valores corporativos son los modelos de actuación de la organización, los valores y principios profesionales de la empresa a la hora de diseñar los productos.”

(Campoy, 2010, pág. 41)

Los valores constituyen las cualidades de un individuo o empresa durante el desarrollo de las actividades. Los valores de la microempresa Collarte que tendrá son los siguientes:

- ✚ Responsabilidad: cumplimiento con las obligaciones y políticas que tiene la microempresa.
- ✚ Honestidad: actuar con transparencia al momento de realizar una actividad dentro de la microempresa.
- ✚ Puntualidad: llegar a tiempo al lugar de trabajo según sean las políticas de la microempresa y a su vez la entrega puntual de los productos.
- ✚ Respeto: uno de los valores muy importantes ya que es la buena convivencia entre personas diferentes de la microempresa.
- ✚ Superación: es el aprendizaje diario que se obtiene favoreciendo a si a la microempresa y ser reconocida a nivel nacional.
- ✚ Trabajo en equipo: permite una mayor eficiencia en la producción en beneficios de la microempresa.

2.3.2. Gestión administrativa

“La gestión administrativa de la empresa se encarga de que dicho proceso se haga de la manera más eficaz y eficiente posible.” (Caldas Blanco, Carrion Herrauez, y Heras Fernandez, 2017, pág. 242)

2.3.2.1. Planificación

“La planificación es una actividad nacional que tiene por objeto decidir sobre la asignación de recursos escasos en el logro de objetivos múltiples, a través de medios adecuados para la obtención.” (Navajo Gomez, 2009, pág. 21)

La planificación es una guía que controla las actividades que una empresa u organización plantea al inicio con el fin de cumplir con sus objetivos propuestos.

Tabla 9

Planificación

| N. | Actividad | Mes | | | | | |
|----|----------------------------------|-------|------|-------|-------|--------|------------|
| | | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre |
| 1 | Elaboración del Plan de Negocios | | | | | | |
| 2 | Análisis Situacional | | | | | | |
| 3 | Estudio de Mercado | | | | | | |
| 4 | Estudio Técnico | | | | | | |
| 5 | Estudio Financiero | | | | | | |
| 6 | Análisis de Impactos | | | | | | |
| 7 | Conclusiones y Recomendaciones | | | | | | |
| 8 | Evaluación | | | | | | |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

2.3.2.2. Organización

“La organización nos permite llegar a conseguir las metas propuestas de la forma más eficiente posible, teniendo en cuenta, además, todos los elementos materiales y humanos se encuentran divididos para que todas las partes de la organización funcionen como deberían.” (Caurine, 2018, pág. 28)

La organización permite que la empresa distribuya al personal adecuadamente en las áreas que constituye la misma para llegar a cumplir los objetivos propuestos eficientemente.

2.3.2.1.1. Organigrama estructural

“Se trata de una representación gráfica de la empresa u organización a que se refiera configurada como un diagrama jerárquico y funcional. Es decir, en el que se representan los distintos cargos de la compañía, comenzando por los más altos.”

(Gonzales, 2018, pág. 9)

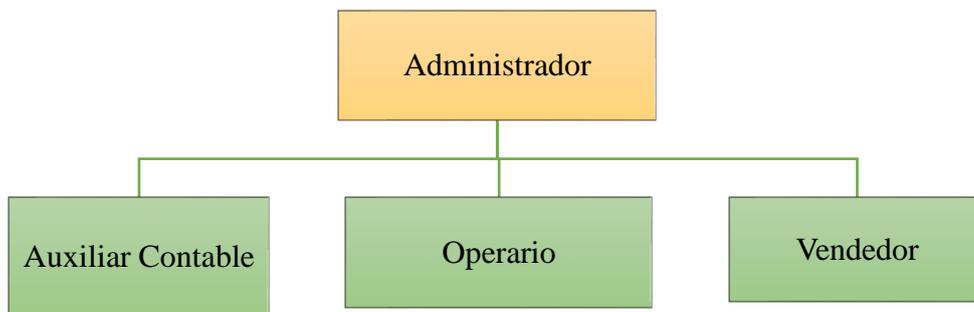


Figura 10 Organigrama

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

2.3.2.1.2. Manual de funciones

“El Manual de Funciones es un instrumento de administración de personal, que refleja las funciones, competencias y perfiles establecidos para los cargos de la institución y la base que sustenta a la capacitación y la evaluación del desempeño.”

(Zambrano, 2008, pág. 57)

Un manual de funciones es indispensable para una empresa ya que en el se detallan las competencias, habilidades, perfil y funciones esenciales que el personal deberá poseer y ejecutar para cumplir las metas de manera eficaz.

Tabla 10

Manual de funciones del Administrador

| Identidad del cargo | |
|--|---------------------|
| Nombre del cargo | Administrador |
| Nº de cargos | 1 |
| Requisitos mínimos | |
| Formación | Título tercer nivel |
| Experiencia | 3 años |
| Edad | 26 años |
| Horario de trabajo | Tiempo completo |
| Objetivo principal | |
| Tiene la capacidad de tomar decisiones eficientes para el buen funcionamiento de la microempresa alcanzando el cumplimiento de los objetivos de la misma. | |
| Funciones esenciales | |
| <ul style="list-style-type: none">➤ Realiza estrategias para lograr alcanzar los objetivos propuestos➤ Selecciona al personal según las capacidades para los diferentes departamentos➤ Motiva y capacita al personal➤ Supervisa al personal de manera que su trabajo sea eficaz.➤ Administra el capital de manera adecuada | |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Tabla 11

Manual de funciones del Auxiliar Contable

| Identidad del cargo | |
|----------------------------|---------------------|
| Nombre del cargo | Auxiliar contable |
| Nº de cargos | 1 |
| Requisitos mínimos | |
| Formación | Titulo tercer nivel |
| Experiencia | 2 años |
| Edad | 25 - 35 años |
| Horario de trabajo | Tiempo completo |

| Objetivo principal |
|--|
| Elabora y prepara transacciones contables de los ingresos y gastos que efectúa la microempresa durante un tiempo determinado |

| Funciones esenciales |
|--|
| ➤ Recopila información contable |
| ➤ Registra todas las operaciones que realiza la microempresa |
| ➤ Verifica los movimientos contables |
| ➤ Elabora arqueo de caja |
| ➤ Realiza nómina de los trabajadores |
| ➤ Elabora roles de pagos |
| ➤ Realiza estados financieros |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Tabla 12

Manual de funciones del Operario

| Identidad del cargo | |
|----------------------------|---------------------------------|
| Nombre del cargo | Operario |
| Nº de cargos | 1 |
| Requisitos mínimos | |
| Formación | Título tercer nivel o bachiller |
| Experiencia | 2 años |
| Edad | 20- 35 años |
| Horario de trabajo | Tiempo completo |

| Objetivo principal | |
|--|--|
| Elabora los accesorios de manera eficaz mediante la técnica de porcelanicron realizando productos originales y únicos de diferentes diseños. | |

| Funciones esenciales | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">➤ Realiza la recepción de materia prima➤ Aplica la técnica de porcelanicron adecuadamente➤ Controla la calidad del producto➤ Empaqueta el producto final➤ Utiliza correctamente las herramientas➤ Mantiene el área de trabajo limpia | |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Tabla 13

Manual de Funciones de Vendedor

| Identidad del cargo | |
|---|---------------------|
| Nombre del cargo | Vendedor |
| Nº de cargos | 1 |
| Requisitos mínimos | |
| Formación | Título de bachiller |
| Experiencia | 6 meses |
| Edad | 18- 35 años |
| Horario de trabajo | Tiempo completo |
| Objetivo principal | |
| Se encarga de vender el producto de manera eficiente dando a la microempresa ganancias para la misma. | |
| Funciones esenciales | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tiene buena atención con el cliente ➤ Lleva el inventario de los accesorios ➤ Promociona el producto ➤ Conocer las características del producto ➤ Comunica el reporte de las ventas en un tiempo determinador | |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

2.3.2.3. Dirección

“La Dirección Empresarial es un proceso continuo, que consiste en gestionar los diversos recursos productivos de la empresa, con la finalidad de alcanzar los objetivos marcados con la mayor eficiencia posible.” (Esther, 2011, pág. 67)

La dirección en una empresa es por en marcha o ejecución de las actividades propuestas en la planificación para lograr cumplir la misión y objetivos que se planteó la empresa de manera competente.

2.3.2.4. Control

“El control es la función administrativa por medio de la cual se evalúa el rendimiento. El control es un elemento del proceso administrativo que incluye todas las actividades que se emprenden para garantizar que las operaciones reales coincidan con las operaciones planificadas.” (College, 2009, pág. 18)

El control es una de las etapas fundamentales ya que se supervisa las actividades u operaciones de la empresa para identificar que se ejecuten de manera adecuada cumpliendo lo que la empresa tiene planificado.

2.3.3. Gestión operativa

“La gestión operativa se refiere al día a día, podríamos decir que tratan de que la empresa sobreviva, siga existiendo, al día siguiente.” (Gimbert, 2003, pág. 15)

La gestión operativa es en la cual se plasma los procesos de manera que se logre cumplir los objetivos esperados de la empresa.

2.3.3.1. Cadena de valor

La cadena de valor es un concepto acuñado por Porter en el que a raíz de las actividades de una empresa se crea una serie de relaciones que tienen como objetivo aportar el mayor valor posible para el cliente. Hoy en día, la cadena de valor se entiende como una herramienta estratégica de análisis para identificar las ventajas competitivas de un negocio frente al mercado. (Abad, 2007, pág. 7)

La cadena de valor es la herramienta que identifica las actividades que tiene la empresa con el fin de satisfacer al cliente a diferencia de las demás organizaciones en el mercado.



Figura 11 Cadena de valor

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

2.3.4. Gestión comercial

La gestión comercial de una empresa es la puerta al exterior de la organización.

Es la que se encarga de conseguir que nuestros productos se vendan a nuestros clientes. El área comercial de cualquier compañía debe centrarse en dos aspectos clave: el mercado y la satisfacción del cliente. (Jaramillo, 2000, pág. 98)

En la gestión comercial se da a conocer el producto o servicio al público los cuales pueden adquirir el producto para la satisfacción las necesidades.

2.3.4.1. Marketing Mix

“El marketing mix es un concepto de marketing que recoge todas las herramientas a disposición de los marketers para desarrollar acciones eficientes y alcanzar sus objetivos de penetración y de venta en el mercado objetivo.” (50 Minutos.es, 2016, pág. 6)

2.3.4.1.1. Producto

El producto que Collarte ofrece son accesorios como los collares de distintos diseños, los cuales están elaborados a base de maicena o conocida también como la técnica de porcelanicron dando a la mujer pequeños accesorios que resalten su belleza.



Figura 12 Collar

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Características del producto

- Elaborados artesanalmente
- Impone moda al cliente
- Resalta la belleza de la mujer
- Diferentes diseños al gusto de cada cliente

2.3.4.1.2. Precio

El precio que se establecerá al producto será accesible y cómodo a un precio fijo que no varía por su diseño, tamaño u color, beneficiando así a los consumidores que adquieran los accesorios y a la misma vez obtener ganancia para la microempresa.

2.3.4.1.3. Plaza

Los collares serán distribuidos en el sur del Distrito Metropolitano de Quito, lugar en el cual podrán adquirir los diferentes diseños de accesorios según sea el gusto satisfaciendo así las necesidades de los posibles consumidores.

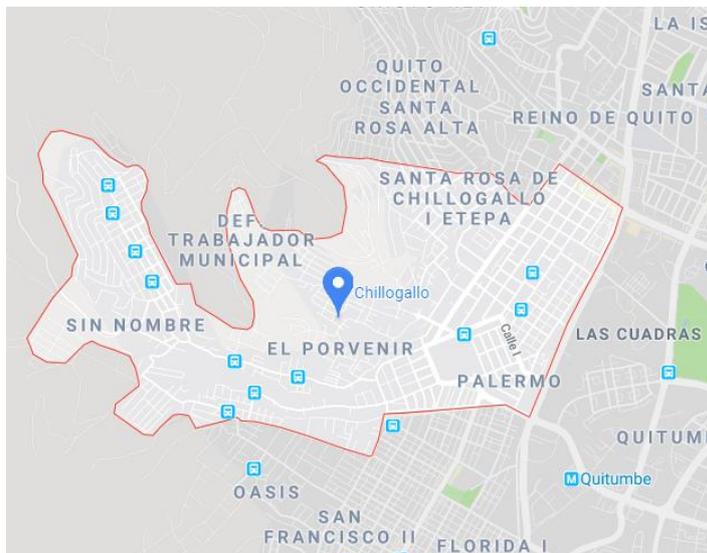


Figura 13 Sur de Quito (Chillogallo)

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Jazmin Jami

2.3.4.1.4. Promoción

La promoción que Collarte realizará por su producto son las siguientes:

- ✓ Descuento del 20% por adquirir tres accesorios.
- ✓ Por la compra del segundo accesorio el tercero lleva gratis.
- ✓ Por la compra de tres o más accesorios gratis un dije o alhaja pequeña.

2.3.4.2. Imagen Corporativa

Es la imagen que el público tiene de dicha entidad o empresa esta puede ser ideas, sensaciones, experiencias antes de conocer el bien o servicio que ofrece.

2.3.4.2.1. Logotipo



Figura 14 Logotipo

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Jazmin Jami

Collarte proviene de la unión de dos palabras que son coll que significa collar y arte por la elaboración del collar y la diversificación de los dijes y primordialmente ya que son elaborados artesanalmente con manos ecuatorianas.

2.3.4.2.2. Isotipo



Figura 15 Isotipo

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Jazmin Jami

2.3.4.2.3. Slogan

“Brilla, Deslumbra y Enamora”

2.3.4.2.4. Colores corporativos

-  Fucsia: representa la moda y el glamour que cada persona se impone.
-  Rojo: hace referencia a la pasión y dulzura de ser una misma.
-  Negro: representa la elegancia de una persona.

2.4. Análisis FODA

La matriz de análisis dafo o foda, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. (Espinoza, 2009, pág. 23)

El análisis FODA sus siglas significan: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas muestran de manera clara los aspectos internos y externos que influyen ya sea de manera negativa o positiva en una organización.

Tabla 14

Matriz FODA

| Matriz FODA | |
|--|--|
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| 1. Precios cómodos que satisfagan las necesidades del cliente. | 1. Alta demanda de productos de bisutería. |
| 2. Introducir al mercado nacional productos de alta calidad | 2. Competencia |
| 3. Nuestro producto no se encuentra en el mercado dándoles así un carácter diferente y original. | 3. Precios competitivos. |
| | 4. Tasa de desempleo |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

El análisis FODA se detalló las oportunidades y amenazas que existen según la actividad comercial de la microempresa, ya que se realizará estrategias para que no tengan ningún inconveniente, debido a que es un nuevo proyecto no se elaboró las debilidades y fortalezas por el momento con el transcurso del tiempo se podrá identificarlas.

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

El estudio de mercado es la investigación que realizas para conocer la respuesta de los clientes y de la competencia antes del lanzamiento de un producto o servicio. por otro lado mide y analiza el mercado da mejores resultados que basarse en suposiciones subjetivas de los gustos y características del target. (Silva, 2010, pág. 21)

El estudio de mercado es una investigación para analizar las personas que aceptarán el producto, los comportamientos y quienes podrían ser los posibles adquirientes del producto en un tiempo determinado.

3.1. Análisis del consumidor

“El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo.” (Reinoso, 2007, pág. 9)

El análisis del consumidor es muy importante para una empresa u organización ya que estudia las características y comportamiento de los consumidores de quienes adquirirán el bien o servicio para el desarrollo de una estrategia para captar al consumidor.

3.1.1. Determinación de la población y muestra

Se desarrollará en el Sur del Distrito Metropolitano de Quito en la parroquia ya que se encuentra una gran afluencia de personas, siendo un punto estratégico para la implementación de la microempresa.

3.1.1.1. Población

La población o universo se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan. En una investigación puede considerarse varias poblaciones o sub- poblaciones. Se debe incluir una breve descripción de las características más sobresalientes de la población., en términos de su importancia para el estudio. (Amador, 2010, pág. 34)

La población es un conjunto de individuos que habitan en un determinado lugar con las mismas características.

Es importante definir cuál será la población que se va a investigar determinando la muestra que se utilizará para la microempresa.

Tabla 15

Población

| Población | Nº |
|---|------------|
| Población Ecuador | 17.290.167 |
| Población Pichincha | 2.576.287 |
| Población del Distrito Metropolitano de Quito | 2.239.191 |
| Población de Chillogallo | 40.000 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

3.1.1.2. Muestra

“La muestra es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población.” (Sampieri, 2006, pág. 67)

La muestra es una porción de una población total de la cual se va a recoger datos informativos.

3.1.1.2.1. Fórmula de la muestra

Según García Gemma (2006) manifiesta que la fórmula para calcular el tamaño de la muestra es la siguiente. pág. 124

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

n= Tamaño de la muestra

N= Población de Chillogallo (40.000)

Z= Nivel de confianza (1.96)

e= Margen de error (5%)

P= Probabilidad de éxito (0.5)

Q= Probabilidad de fracaso (0.5)

Desarrollo de la formula

$$n = \frac{40.000 * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2 * (40.000 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

n= 380,52

Análisis:

Se determinó que el número de encuestas son 381 que se realizará en la Parroquia de Chillogallo en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito para el estudio de factibilidad, cabe mencionar que no se pudo identificar el número de mujeres que existe en dicho lugar por lo que se tomó en cuenta la población total del sector pero las encuestas se realizarán exclusivamente a mujeres.

3.1.2. Técnicas de obtención de información

“Las técnicas de obtención de información son herramientas para uso investigativo que nos da una gran información acerca de comportamientos, posturas, o pensamientos acerca de algo.” (Vasquez, 2013, pág. 18)

Las tecnicas de obtencion de informacion son herramientas que da informacion de las características y comportamientos de algo o alguien.

3.1.2.1. Encuesta

“La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.” (Thompson, 2009, pág. 26)

La encuesta un instrumento que permite obtener información de las personas mediante preguntas con la que después de un análisis se tendrá la información requerida.

3.1.2.1.1. Modelo de encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA”



COLLARES A BASE DE MAICENA

ENCUESTA

Objetivo: conocer cuál es la aceptación y características que debería tener el producto en el mercado.

Instrucciones: lea detenidamente cada pregunta y marque con una “X” en el cuadro de preferencia.

La presente información se dirigirá únicamente a las mujeres.

Rango de edades

15-25 años 26-35 años 36-45 años 46-55

1. ¿Estaría dispuesto usted a adquirir collares elaborados de manera artesanal a base de maicena?

Si

No

2. ¿Con que frecuencia usted adquiere accesorios de belleza como son los collares?

Mensual

Bimensual

Trimestral

Semestral

Anual

3. ¿Que dije o alhaja preferiría usted que vaya en el collar?

Mostachos

Iniciales de nombres

Cupcakes

Lazos

Corazones

4. ¿De qué tamaño le gustaría que fuera el accesorio?

Grande

Mediano

Pequeño

5. ¿Cuánto estaría dispuesto pagar por el collar?

3,00-3,50

3,50-4,00

4,00-4,50

4,50 en adelante

6. ¿Qué factor influye al momento de la compra del collar?

Precio

Duración

Presentación

Calidad

7. ¿Está de acuerdo con los productos y precios de la competencia?

Si

No

8. ¿Por qué medios prefiere usted adquirir el producto?

Local propio

Centro comerciales

Internet o vía online

Tiendas

9. ¿Por qué adquiere usted un collar?

Costumbre

Necesidad

Deseo

Moda'

10. ¿Por qué medios le gustaría recibir información acerca del accesorio?

Anuncios

Redes sociales

Periódico

Revistas

11. ¿Estaría de acuerdo usted en que se implemente una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de collares a base de maicena?

Si

No **!!!GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!**

3.1.3. Análisis de la información

“Los análisis de información ayudan a la toma de decisiones, que es una tarea que se hace cada vez más dinámica y requiere con el objetivo de obtener ideas relevantes, de las distintas fuentes de información.” (Rodríguez, 2007, pág. 98)

El análisis de la información que se obtiene de las encuestas dando a conocer los datos más importantes para la toma de decisiones de una idea o puesta en marcha de algo.

3.1.3.1. Información obtenida

Rango de edades

15-25 años 26-35 años 36-45 años 46-55

Tabla 16

Rango de edades

| Opciones | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|------------|----------------|
| 15 - 25 años | 139 | 36,48% |
| 26 - 35 años | 103 | 27,03% |
| 36 - 45 años | 79 | 20,73% |
| 46 - 55 años | 60 | 15,76% |
| Total | 381 | 100,00% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

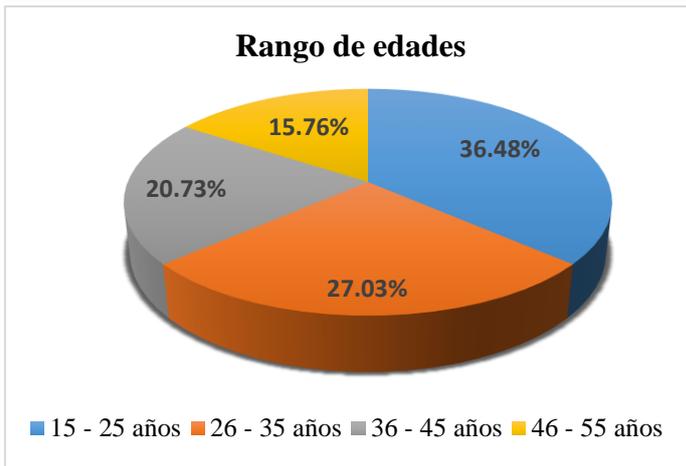


Figura 16

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la figura 6 se demuestra que el rango de edades entre los 15 – 25 años tiene 36,48% siendo el mayor porcentaje esto ayudara a identificar cuáles serían los clientes seguido por el 27,03% edades entre los 26 – 35 años, 20,73% entre 36 – 45 años y por último el 15,76% entre 46 – 55 años, siendo el porcentaje más bajo.

1. ¿Estaría dispuesto usted a adquirir collares elaborados de manera artesanal a base de maicena?

Tabla 17

¿Estaría dispuesto usted a adquirir collares elaborados de manera artesanal a base de maicena?

| Opciones | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 327 | 85,83% |
| No | 54 | 14,17% |
| Total | 381 | 100% |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

¿Estaría dispuesto usted a adquirir collares elaborados de manera artesanal a base de maicena?

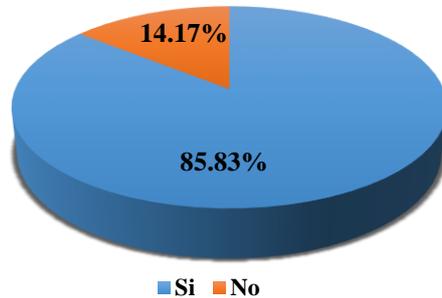


Figura 17

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la figura 7 se identifica que el 85,83% de las personas encuestadas estarían dispuestas en adquirir el accesorio lo que originará ganancias para la microempresa, mientras que el 14,17% no lo adquirirán.

2. ¿Con que frecuencia usted adquiere accesorios de belleza como son los collares?

Tabla 18

¿Con que frecuencia usted adquiere accesorios de belleza como son los collares?

| Opciones | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Mensual | 105 | 27,56% |
| Bimensual | 111 | 29,13% |
| Trimestral | 89 | 23,36% |
| Semestral | 49 | 12,86% |
| Anual | 27 | 7,09% |
| Total | 381 | 100% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

¿Con que frecuencia usted adquiere accesorios de belleza como son los collars?

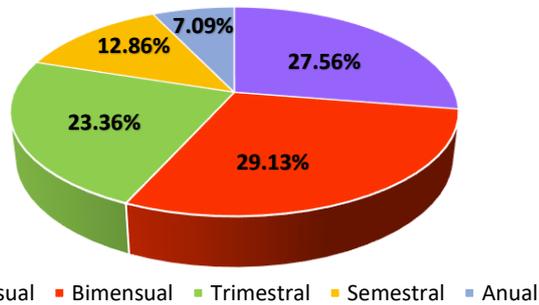


Figura 18

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la figura 8 se puede mostrar que la frecuencia con mayor porcentaje en adquirir un collar es bimensual con el 29,13%, el 23,36% trimestral, el 27,56% mensual, el 12,86% semestral y el 7,09% anual lo que permite conocer cada cuanto tiempo los clientes adquirirán el accesorio.

3. ¿Que dije o alhaja preferiría usted que vaya en el collar?

Tabla 19

¿Qué dije o alhaja preferiría usted que vaya en el collar?

| Opciones | Cantidad | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Mostachos | 53 | 13,91% |
| Iniciales de nombres | 93 | 24,41% |
| Cupcakes | 99 | 25,98% |
| Lazos | 70 | 18,37% |
| Corazones | 66 | 17,33% |
| Total | 381 | 100% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami



Figura 19

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la figura 9 se identifica que el dije o alhaja que iría en el collar por elección de los posibles clientes es el Cupcakes con el 25,98%, seguido de las iniciales de los nombres con el 24,41%, los lazos con el 18,37%, los corazones con el 17,33% y los mostachos con el 13,91%.

4. ¿De qué tamaño le gustaría que fuera el accesorio?

Tabla 20

¿De qué tamaño le gustaría que fuera el accesorio?

| Opciones | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Grande | 84 | 22,05% |
| Mediano | 166 | 43,57% |
| Pequeño | 131 | 34,38% |
| Total | 381 | 100% |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

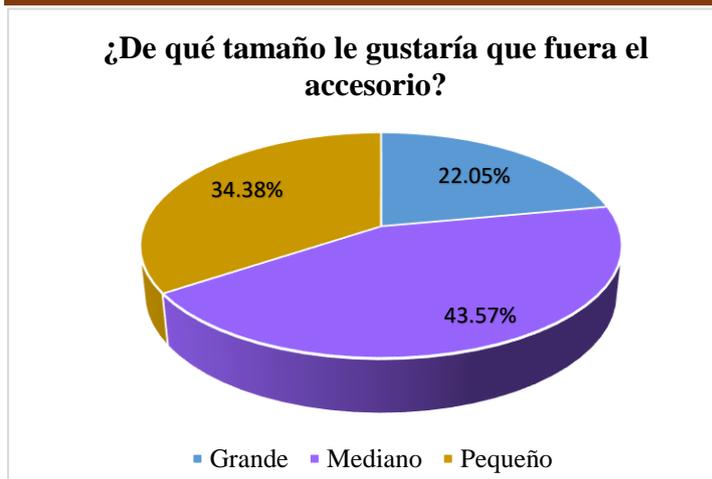


Figura 20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la figura 10 se muestra el tamaño que los clientes prefieren el accesorio siendo el 43,57% mediano el porcentaje con mayor aceptación, el 34,38% pequeño mientras que el 22,05 grande.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto pagar por el collar?

Tabla 21

¿Cuánto estaría dispuesto pagar por el collar?

| Opciones | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|------------|----------------|
| 3,00 - 3,50 | 137 | 35,96% |
| 3,50 - 4,00 | 63 | 16,54% |
| 4,00 - 4,50 | 32 | 8,40% |
| 4,50 – 10,00 | 149 | 39,10% |
| Total | 381 | 100,00% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

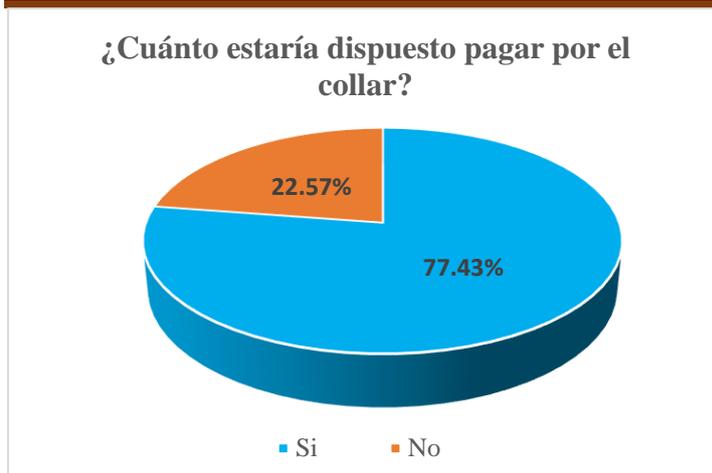


Figura 21

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la figura 11 se identifica el precio que los clientes pagarían por el accesorio siendo el mayor porcentaje el precio de \$ 4,50 – 10,00 con el 39,10% un precio accesible para cada uno de ellos mientras que \$ 3,00 – 3,50 el 35,96%, de \$ 3,50 – 4,00 el 16,54,40% y de \$ 4,00 – 4,50 el 8,40%.

6. ¿Qué factor influye al momento de la compra del collar?

Tabla 22

¿Qué factor influye al momento de la compra del collar?

| Opciones | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Precio | 38 | 9,97% |
| Duración | 111 | 29,13% |
| Presentación | 110 | 28,87% |
| Calidad | 122 | 32,02% |
| Total | 381 | 100% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

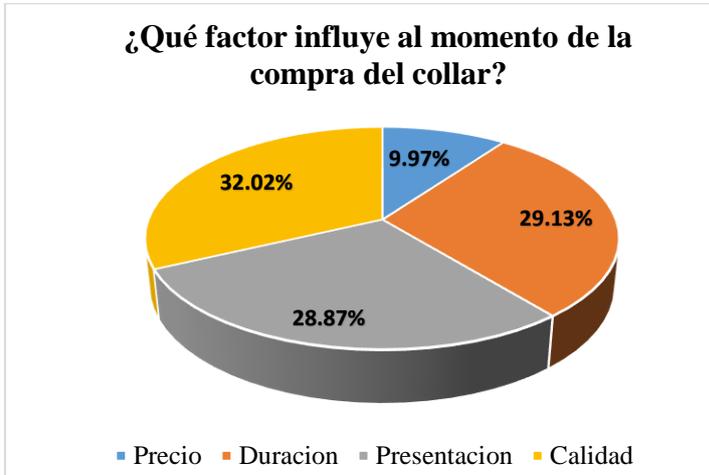


Figura 22

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la figura 12 se conoce el factor que influye el cliente al momento de adquirir el accesorio con el mayor porcentaje es la calidad con el 32,02%, el precio con el 9,97%, la duración con el 29,13% y la presentación con el 28,87% lo que permite conocer las características que deberá tener el producto.

7. ¿Está de acuerdo con los productos y precios que ofrece la competencia?

Tabla 23

¿Está de acuerdo con los productos y precios que ofrece la competencia?

| Opciones | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 295 | 77,43% |
| No | 86 | 22,57% |
| Total | 381 | 100% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami



Figura 23

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la figura 13 se muestra que la población está de acuerdo con los productos y precios de la competencia en un 77,43% mientras que el 22,57% no se encuentra de acuerdo.

8. ¿Por qué medios prefiere usted adquirir el producto?

Tabla 24

¿Por qué medios prefiere usted adquirir el producto?

| Opciones | Cantidad | Porcentaje |
|-----------------------|------------|-------------|
| Local propio | 89 | 23,36% |
| Centro comercial | 115 | 30,18% |
| Internet o vía online | 86 | 22,57% |
| Tiendas | 91 | 23,89% |
| Total | 381 | 100% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

¿Por qué medios prefiere usted adquirir el producto?

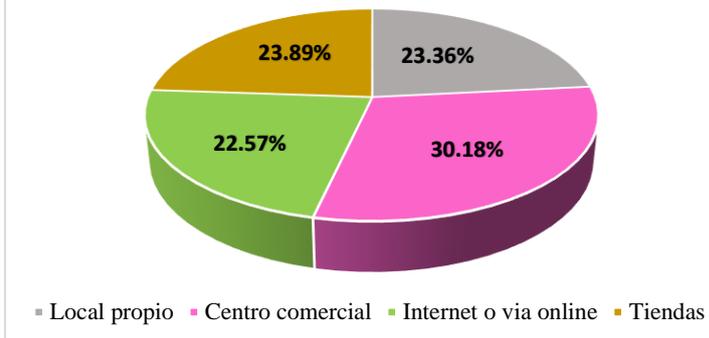


Figura 24

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la figura 14 se muestra que prefieren adquirir el producto es en un centro comerciales con el 30,18% que se les hace más eficiente adquirir, en local propio con el 23,36%, en internet o vía online el 22,57% y en tiendas con el 23,89%.

9. ¿Por qué adquiere usted un collar?

Tabla 25

¿Por qué adquiere usted un collar?

| Opciones | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Costumbre | 52 | 13,65% |
| Necesidad | 84 | 22,05% |
| Deseo | 100 | 26,25% |
| Moda | 145 | 38,05% |
| Total | 381 | 100% |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

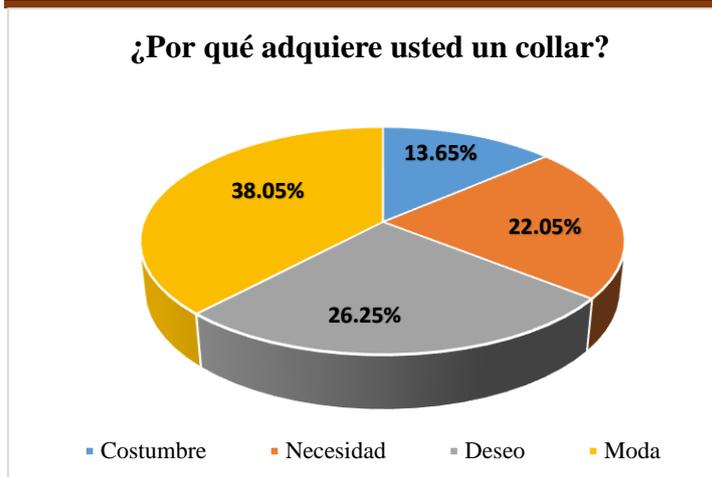


Figura 25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la figura 15 se identifica que los clientes adquieren el collar por moda con el 38,05% siendo el porcentaje más alto por el cual tocaría estar en constante cambio de diseño del collar respecto a la moda, por costumbre el 13,65%, por necesidad el 22,05% y por deseo el 26,25%.

10. ¿Por qué medios le gustaría recibir información acerca del accesorio?

Tabla 26

¿Por qué medios le gustaría recibir información acerca del accesorio?

| Opciones | Cantidad | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| Anuncio | 75 | 19,69% |
| Redes Sociales | 109 | 28,61% |
| Periódico | 82 | 21,52% |
| Revistas | 115 | 30,18% |
| Total | 381 | 100% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

¿Por qué medios le gustaría recibir información acerca del accesorio?

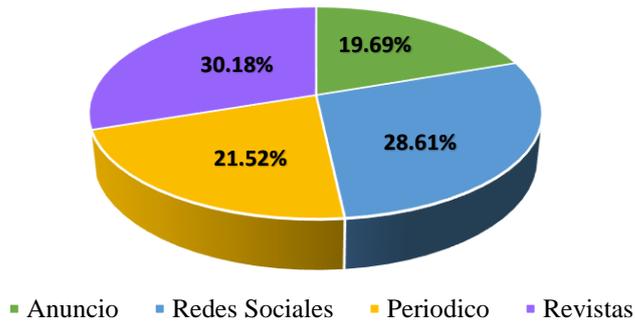


Figura 26

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la figura 16 se muestra que el medio por el cual los clientes prefieren recibir información del accesorio es por las revistas con el 30,18% siendo el porcentaje más alto, por las redes sociales con el 28,61%, por el periódico con el 21,52% y por anuncios el 19,69%.

11. ¿Estaría de acuerdo usted en que se implemente una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de collares a base de maicena?

Tabla 27

¿Estaría de acuerdo usted en que se implemente una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de collares a base de maicena?

| Opciones | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 370 | 97,11% |
| No | 11 | 2,89% |
| Total | 381 | 100% |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

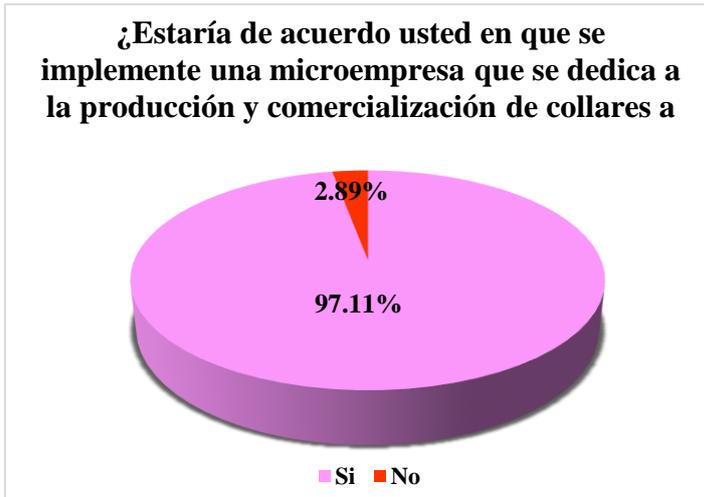


Figura 27

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la figura 17 se identifica que las personas estarían de acuerdo que se implemente la microempresa en la Parroquia de Chillogallo con el 97,11% de aceptación mientras que el 2,89% no estarían de acuerdo.

3.2. Oferta

La oferta es la relación que muestra las distintas cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de poner a la venta a precios alternativos durante un periodo dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes. (Spencer, 1993, pág. 35)

La oferta se refiere a los bienes y servicios que una entidad u organización ofrece o dispone en el mercado nacional o local en un tiempo determinado.

3.2.1. Oferta Histórica

El presente proyecto no cuenta con una oferta historia ya que es un producto nuevo que se desea introducir actualmente en el mercado por lo que será la primera microempresa que ofrecerá un collar a base de maicena.

3.2.2. Oferta Actual

Tabla 28

Oferta Actual

| Años | Demanda | Porcentaje de la competencia | Oferta |
|-------------|----------------|-------------------------------------|---------------|
| 2019 | 870.079,31 | 77,43% | 673.702,41 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

Para determinar la oferta actual se toma en cuenta la población total por el porcentaje que se determinó en la pregunta 7 de la encuesta dándonos un total de 673.702 unidades las cuales satisfacerla a la demanda.

3.2.3. Oferta Proyectada

Tabla 29

Oferta Proyectada

| Año | Demanda proyectada | % la competencia | Oferta proyectada |
|------------|---------------------------|-------------------------|--------------------------|
| 2019 | 870.079,31 | 77,43% | 673.702,41 |
| 2020 | 883.130,50 | 77,43% | 683.807,95 |
| 2021 | 896.377,46 | 77,43% | 694.065,06 |
| 2022 | 909.823,12 | 77,43% | 704.476,04 |
| 2023 | 923.470,46 | 77,43% | 715.043,18 |
| 2024 | 937.322,52 | 77,43% | 725.768,83 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

Para determinar la oferta proyectada se toma como referencia la oferta actual por el porcentaje del 77,43% que se obtiene mediante la investigación que se realiza para conocer las ventas del producto que realiza la competencia en el mercado el cual se va a ejecutar para la proyección de los años 2019 hasta el año 2024.

3.3. Productos Sustitutos

“Los productos sustitutos son aquellos que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores pero se basan en una tecnología diferente. Estos productos constituyen una amenaza permanente en la medida en que la sustitución pueda hacerse siempre”. (Rivera Camino y Lopez-Rua, 2007, pág. 244)

Los productos sustitutos son bienes que reemplazan al bien por otro satisfaciendo las mismas necesidades que el primer producto lo hacía.

Los productos sustitutos pueden ser:

- Collares con metales preciosos como son los diamantes
- Collares con lana y materiales reciclados

3.4. Demanda

Demanda es una relación que muestra las distintas cantidades de un producto o mercancía que los compradores estarían dispuestos y serían capaces de adquirir a precios alternativos posibles durante un cierto periodo de tiempo, suponiendo que todas las demás mercancías permanecen constantes. (Spencer, 1993, pág. 32)

La demanda es un número de cantidades de un bien o servicio que la gente está dispuesta a adquirir.

3.4.1. Demanda histórica

La demanda histórica es la cantidad de bienes que adquieren los consumidores en años anteriores.

Por lo que al ser un producto nuevo en el mercado no existe una demanda histórica que haya adquirido el accesorio por lo que se calculara la demanda actual y proyectada con la información obtenida de las encuestas.

3.4.2. Demanda Actual

Tabla 30

Demanda Actual

| Frecuencia compra | Precio Prom. aceptado | Aceptación de personas |
|--------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| 120.010,94 | 7,25 | 870.079,31 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

Para determinar la demanda actual se toma en cuenta la frecuencia de compra por el precio promedio que es el 7,25 dando 870.079,31 personas.

3.4.3. Demanda Proyectada

Tabla 31

Demanda Proyectada

| Año | Población | Tasa crecimiento | Demanda proyectada |
|------------|------------------|-------------------------|---------------------------|
| 2019 | 870.079,31 | 1,000 | 870.079,31 |
| 2020 | 870.079,31 | 1,015 | 883.130,50 |
| 2021 | 883.130,50 | 1,015 | 896.377,46 |
| 2022 | 896.377,46 | 1,015 | 909.823,12 |
| 2023 | 909.823,12 | 1,015 | 923.470,46 |
| 2024 | 923.470,46 | 1,015 | 937.322,52 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

Para determinar la demanda proyectada se toma como referencia la demanda actual y la tasa de crecimiento de la población que es el 1,51% por lo que se proyecta para el año 2019 hasta el año 2024.

3.5. Balance Oferta-Demanda

El Balance Oferta – Demanda es la diferencia entre la oferta y la demanda que da como resultado una demanda insatisfecha.

3.5.1. Balance Actual

Tabla 32

Balance Actual

| Año | Demanda proyectada | Oferta proyectada | Demanda Insatisfecha |
|------------|---------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| 2019 | 870.079,31 | 673.702,41 | 196.376,90 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

Al realizar el Balance Actual se toma en cuenta la demanda actual menos la oferta actual lo que origina una demanda insatisfecha de 193.376,90 personas en la que existe la oportunidad de satisfacer sus necesidades con el producto que se ofrecerá.

3.5.2. Balance Proyectado

Tabla 33

Balance Proyectado

| Año | Demanda proyectada | Oferta proyectada | Demanda Insatisfecha |
|------------|---------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| 2019 | 870.079,31 | 673.702,41 | 196.376,90 |
| 2020 | 883.130,50 | 683.807,95 | 199.322,55 |
| 2021 | 896.377,46 | 694.065,06 | 202.312,39 |
| 2022 | 909.823,12 | 704.476,04 | 205.347,08 |
| 2023 | 923.470,46 | 715.043,18 | 208.427,28 |
| 2024 | 937.322,52 | 725.768,83 | 211.553,69 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En el Balance proyectado se pretende cubrir la demanda insatisfecha que existe en el mercado durante cinco años desde que la microempresa empiece a operar.

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

“El estudio técnico busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente.” (Sapag Chain, 2007, pág. 95)

El estudio técnico se refiere a los recursos, maquinaria y equipos que se necesitará para el desarrollo del producto y a la misma vez se analiza la distribución de la planta de la empresa.

4.1. Tamaño del proyecto

Hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante el estudio del proyecto. Es importante definir la unidad de medida del producto y la cantidad que se va a producir por unidad determinada de tiempo. (Flórez Uribe, 2015, pág. 35)

El tamaño del proyecto es donde se expresa la cantidad de unidades que se puede realizar en un tiempo determinado por el mismo.

4.1.1. Capacidad Instalada

“Se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base a los recursos con los que cuenta, refiriéndose principalmente a maquinaria, equipo e instalaciones físicas.” (Alcaraz, 2006, pág. 143)

La capacidad instalada es la producción máxima que tiene la empresa según la eficiencia de los equipos y maquinaria que se utiliza para la elaboración del producto en un tiempo determinado.

4.1.1.1. Cálculo para determinar la capacidad instalada

(Tasa de producción estándar por hora) x (Tasa de rendimiento) x (Tasa de eficiencia) x (Horas de trabajo)

Siendo lo siguiente = $5 \times 0.9 \times 0.9 \times 8 = 32,40 / 32$ unidades diarias

Tabla 34

Capacidad Instalada

| | |
|--------------------|-------|
| Producción diaria | 49 |
| Producción semanal | 245 |
| Producción mensual | 980 |
| Producción anual | 11760 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

La capacidad instalada que tendrá la microempresa con los equipos y maquinaria que posee para la producción es de 49 unidades diarias, 245 semanales, 980 mensuales y 11760 anuales.

4.1.2. Capacidad Óptima

La capacidad óptima se realizará según los diferentes departamentos que se divide la microempresa Collarte para la elaboración del producto tomando en cuenta la capacidad instalada de la microempresa.

4.2. Localización

“La localización puede ser un determinante en su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependen en parte importante la aceptación o rechazo tanto de los clientes o del personal ejecutivo.” (Sapag Chain, 2007, pág. 107)

Es el lugar en donde la empresa se instalará dependiendo de la afluencia de los clientes a su alrededor.

4.2.1. Macro

“Es la selección preliminar de la región o zona más adecuada, evaluando la presencia de los atractivos necesarios para la instalación del proyecto.” (Hamilton Wilson y Pezo Paredes, 2005, pág. 83)

Se refiere al país, región y provincia en donde se encontrará ubicada la microempresa.

Tabla 35

Macro Localización

| | |
|-----------|---------------------------------|
| País | Ecuador |
| Región | Sierra |
| Provincia | Pichincha |
| Cantón | Distrito Metropolitano de Quito |
| Parroquia | Chillogallo |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami



Figura 28 Macro Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Jazmin Jami

4.2.2. Micro

“Es la selección específica del punto o terreno dentro de la región que presenta las mejores ventajas.” (Hamilton Wilson y Pezo Paredes, 2005, pág. 83)

Es el sitio o punto estratégico donde se instalará la microempresa dando un beneficio a sí misma en obtener mayores ingresos.



Figura 29 Micro Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Jazmin Jami

4.2.1. Localización óptima

La elección de la ubicación óptima para un proyecto es una tarea de gran complejidad debido a la gran cantidad de factores que la influyen, aunado a que es prácticamente imposible encontrar un lugar que cumpla estrictamente con todas las cualidades requeridas. (Valbuena Alvarez, 2000, pág. 254)

Se determina las posibles alternativas o direcciones para llegar al lugar donde se la microempresa empezará a realizar la actividad comercial.

Tabla 36

Alternativas de ubicación

Ubicación 1 Av. Luis Argandona y Mariano Chiriboga

Ubicación 2 Av. Diego Barba y Luis Argandona

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

4.3. Ingeniería del producto

“Es la responsable de definir de la funcionalidad final del producto, de la tecnología necesaria y del diseño detallado.” (Suñé Torrents, Gil Vilda, y Arcusa Postils , 2004, pág. 79)

Se refiere al diseño del producto y desarrollo de la maquinaria, equipo y producto final para la comercializar.

4.3.1. Definición del bien

“El bien es el conjunto de características que satisfacen la necesidad del comprador, ya sea en forma tangible (un producto físico).” (Bustamente Peña, 2001, pág. 99)

Se refiere al producto que la microempresa elaborará para satisfacer las necesidades de los posibles clientes.

El producto que la microempresa Collarte elaborará son collares a base de maicena con distintos diseños según la tendencia de la moda y según la edad de los clientes para ser un producto atractivo y elegante para las mujeres.

Sus características son:

- ✓ Producto de calidad
- ✓ Distintos diseños del dije
- ✓ Elaborado artesanalmente
- ✓ Producto elegante y atractivo

Referencias de los collares:



Figura 30 Mostacho
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami



Figura 31 Inicial de Nombre
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami



Figura 32 Corazones
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami



Figura 33 Lazo
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

4.3.2. Distribución de planta

“La distribución en planta consiste en la ordenación física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la distribución del área, en la determinación de las figuras, formas relativas y ubicación de los distintos departamentos.” (De la Fuente Garcia y Fernandez Quesada, 2005, pág. 3)

Se trata de cómo se encuentra distribuida la planta según sus departamentos, áreas verdes y parqueaderos que contará la microempresa.

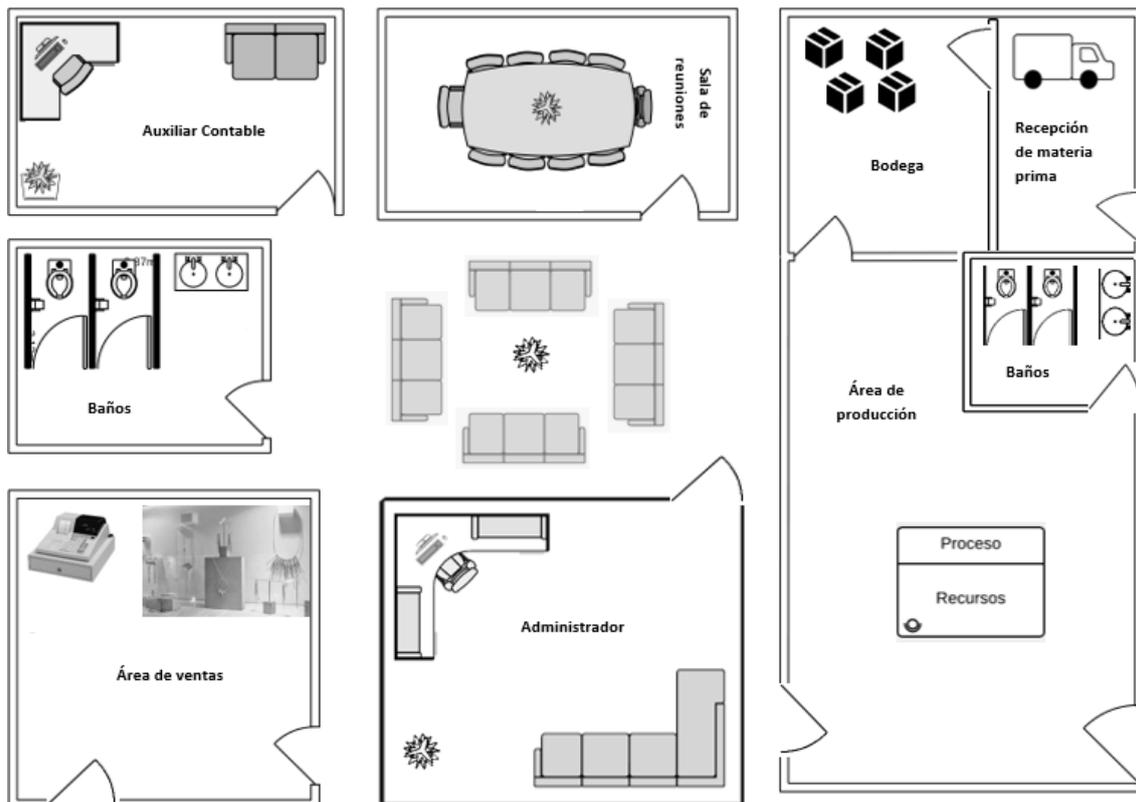


Figura 34 Distribución de la planta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

4.3.3. Proceso productivo

“El proceso productivo también se puede definir como aquella secuencia de operaciones y movimientos en donde las materias primas se convierten en productos terminados, listos para ponerlos al servicio del cliente.” (Hamilton Wilson y Pezo Paredes, 2005, pág. 82)

Es el proceso de cómo se elaborará el producto final que se ofrecerá a los clientes empezando desde la recepción de materia prima hasta el empaquetado que tendrá.

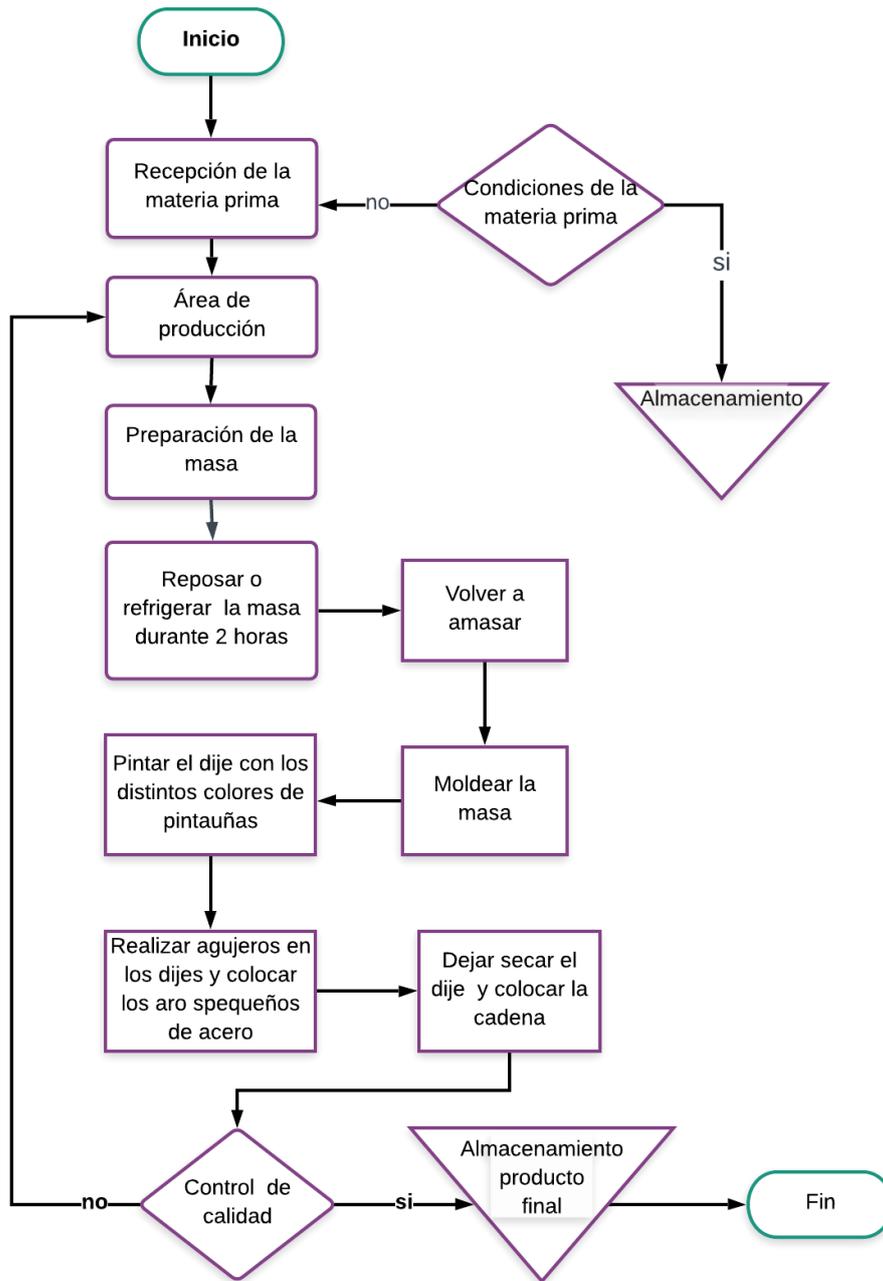


Figura 35 Flujograma de procesos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

4.3.2. Muebles

Los muebles que la microempresa Collarte adquirirá para los distintos departamentos son los siguientes:

Tabla 37

Muebles

| Grafico | Nombre | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
|---|-------------------------|----------|----------------|-------------|
|  | Escritorios | 2 | \$ 110,00 | \$ 220,00 |
|  | Archivadores | 2 | \$ 55,00 | \$ 110,00 |
|  | Sillas ejecutivas | 4 | \$ 120,00 | \$ 480,00 |
|  | Sillas para escritorios | 2 | \$ 25,00 | \$ 50,00 |



| | | | |
|---------------------|---|-----------|-----------|
| Mesa para reuniones | 1 | \$ 210,00 | \$ 210,00 |
|---------------------|---|-----------|-----------|

| | | | |
|--------------|--|--|--------------------|
| TOTAL | | | \$ 1.070,00 |
|--------------|--|--|--------------------|

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

4.3.4. Equipo y Maquinaria

Los Equipos y Maquinaria que se necesitará para la producción del producto y para el área administrativa son los siguientes:

Tabla 38

Equipo y Maquinaria

| Grafico | Nombre | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
|---|--------------|----------|----------------|-------------|
|  | Computadoras | 3 | \$ 350,00 | \$ 1.050,00 |
|  | Impresoras | 1 | \$ 165,00 | \$ 165,00 |



| | | | |
|----------|---|----------|----------|
| Teléfono | 1 | \$ 40,00 | \$ 40,00 |
|----------|---|----------|----------|



| | | | |
|-------------------|---|-----------|-----------|
| Caja Registradora | 1 | \$ 319,00 | \$ 319,00 |
|-------------------|---|-----------|-----------|



| | | | |
|---------------|---|-----------|-----------|
| Refrigeradora | 2 | \$ 450,00 | \$ 900,00 |
|---------------|---|-----------|-----------|



| | | | |
|-------------------|---|----------|-----------|
| Bandeja de vidrio | 7 | \$ 15,00 | \$ 105,00 |
|-------------------|---|----------|-----------|



| | | | |
|--------------------|---|---------|----------|
| Cucharas medidoras | 3 | \$ 5,22 | \$ 15,66 |
|--------------------|---|---------|----------|



| | | | |
|--------------------|---|---------|---------|
| Cucharas metálicas | 3 | \$ 1,45 | \$ 4,35 |
|--------------------|---|---------|---------|



| | | | |
|---------------|---|-----------|-----------|
| Mesa metálica | 1 | \$ 124,99 | \$ 124,99 |
|---------------|---|-----------|-----------|

| | | | |
|--------------|--|--|--------------------|
| Total | | | \$ 2.474,00 |
|--------------|--|--|--------------------|

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En las tablas 37 y 38 se encuentran detallados los muebles y la maquinaria que la microempresa necesitará para iniciar con sus actividades.

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

“El estudio financiero tiene como objetivo determinar por medio de indicadores, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto.” (Fernandez Espinoza, 2007, pág. 45)

El estudio financiero muestra la información contable de la empresa en la que se detalla los ingresos, egresos, los costos que se incurre en la producción y las ganancias que se obtiene debido a la actividad de la empresa u organización.

5.1. Ingresos

“Los ingresos son los aumentos del patrimonio neto no provenientes de aportes de los propietarios. Pueden provenir de adquisiciones o aumentos del valor de los activos, o de disminuciones de las obligaciones que forman el pasivo.” (Bernal Niño, 2004, pág. 152)

Los ingresos son incrementos económicos debido a la venta o comercialización de mercaderías y a la misma vez disminución de deudas en un tiempo determinado.

5.1.1. Ingresos Operacionales

“Los ingresos operacionales, o ingresos de operación, son aquellos que están directamente asociados a la razón de ser del negocio. Se originan por el objeto social para el que fue creada la empresa.” (Guzman Vasquez, Guzman Vasquez, y Romero Cifuentes, 2005, pág. 111)

Los ingresos operacionales son aquellos que se obtiene únicamente al debido giro de negocio que se dedica la empresa.

La microempresa solo y únicamente se dedicará a la comercialización y distribución de collares a base de maicena.

Tabla 39

Ventas anuales de los collares

| Collares | |
|------------------------------|---------------------|
| Unidades mensuales | 980 |
| Costo de producción unitario | 3,57 |
| Margen de utilidad (40%) | \$ 1,43 |
| Precio de venta | \$ 5,00 |
| Ventas mensuales | \$ 4.898,04 |
| Ventas anuales | \$ 58.776,48 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la tabla 39 se puede identificar los ingresos que la empresa percibirá durante el primer año de haber iniciado sus actividades siendo sus ingresos de \$ 58.776,48.

5.1.2. Ingresos No Operacionales

“Los ingresos no operacionales u otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero no están relacionados con la razón de ser de la misma.” (Guzman Vasquez, Guzman Vasquez, y Romero Cifuentes, 2005, pág. 112)

Los ingresos no operacionales son los que se obtienen por otra actividad que realiza la empresa.

La microempresa no posee ingresos no operacionales ya que se dedica únicamente a la comercialización o venta de collares a base de maicena.

5.2. Costos

“El costo es todo egreso que representa el valor de adquisición o de producción de un bien o el costo de la prestación de un servicio.” (Borja Herrera, 2013, pág. 160)

Los costos son egresos recuperables que se utiliza para la producción de un bien servicio que elabora la empresa o entidad.

5.2.1. Costos Directos

“Un costo es directo cuando participa de manera directa en la obtención del nuevo producto o del servicio que se presta.” (Borja Herrera, 2013, pág. 161)

Los costos directos son los que se involucran exclusivamente en la producción o elaboración de un bien o servicio.

El valor total de los costos directos que la microempresa va a necesitar para los collares es lo siguiente:

Tabla 40

Costos Directos

| | | |
|------------------------------|-----------|------------------|
| Materia Prima | \$ | 13.248,00 |
| Mano de Obra Directa | \$ | 6.090,45 |
| Total Costos Directos | \$ | 19.338,45 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

La tabla 40 se muestra el valor total de los costos directos que es de \$ 19.338,45 que se utilizará para la producción del producto

5.2.1.1. Materia Prima (M.P)

La materia prima se refiere a todos los materiales que se van a utilizar en el proceso de producción de un bien o servicio.

Tabla 41

Materia Prima

| Detalle | Costo Unitario | Costo Total Anual |
|-------------------------|-----------------------|--------------------------|
| Maicena | \$ 2,50 | \$ 2.736,00 |
| Moldes | \$ 1,75 | \$ 1.440,00 |
| Pintura de uñas | \$ 1,20 | \$ 1.104,00 |
| Pegamento blanco | \$ 4,20 | \$ 1.536,00 |
| Vinagre | \$ 2,70 | \$ 1.152,00 |
| Aros pequeños metálicos | \$ 0,10 | \$ 1.200,00 |
| Cadena | \$ 5,00 | \$ 2.880,00 |
| Aceite de bebe | \$ 2,60 | \$ 1.200,00 |
| Total | | \$ 13.248,00 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la tabla 41 se muestra el costo total anualizado de la materia prima que es de \$ 13,248 el cual se va a utilizar en la elaboración del collar, por lo que este costo se va a recuperar en la venta del collar.

5.2.1.2. Mano de Obra Directa (M.O.D)

La mano de obra directa es el costo que representa el trabajo que realiza una persona que interactúa directamente en la elaboración del bien o del servicio.

Tabla 42

Mano de Obra

| N° | Descripción | Sueldo Anual | Décimo Tercero | Décimo Cuarto | Aporte patronal | Total Anual |
|--------------|-------------|-------------------|-----------------|------------------|------------------|--------------------|
| 1 | Operario | \$ 4.728,00 | \$ 394,00 | \$ 394,00 | \$ 574,45 | \$ 6.090,45 |
| Total | | \$4.728,00 | \$394,00 | \$ 394,00 | \$ 394,00 | \$ 6.090,45 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la tabla 42 se muestra el costo anual que es de \$ 6.090,45 que se utilizará en la mano de obra para el proceso de elaboración del collar, cabe mencionar que el operario trabaja 8 horas diarias.

5.2.2. Costos Indirectos

Los costos indirectos son todos los valores que no se involucran en el proceso de producción de un bien o servicio.

El valor total de los costos indirectos que la microempresa requerirá son los siguientes:

Tabla 43

Costos Indirectos

| | | |
|--------------------------------|-----------|-----------------|
| Servicios Básicos | \$ | 3.480,00 |
| Materia Prima Indirecta | \$ | 240,00 |
| Total Costos Indirectos | \$ | 3.720,00 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la tabla 43 se puede observar el valor total de los costos indirectos siendo un valor de \$ 3.720,00

5.2.2.1. Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F)

Los costos indirectos de fabricación son los costos que se relacionan con el funcionamiento de la industria, fabrica o empresa y no se incluyen en los costos del proceso de un producto o servicio.

Tabla 44

Costos Indirectos de Fabricación

| Descripción | Costo Mensual | Costo Anual |
|--------------------|----------------------|--------------------|
| Agua | \$ 35,00 | \$ 420,00 |
| Luz | \$ 55,00 | \$ 660,00 |
| Arriendo | \$ 200,00 | \$ 2.400,00 |
| Caja | \$ 20,00 | \$ 240,00 |
| Total | | \$ 3.720,00 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la tabla 44 se identifica los Costos Indirectos de Fabricación (CIF) que se utilizará en la producción del collar siendo un total de \$ 3,7200,00 anual.

5.3.1. Gastos Administrativos

“Los gastos administrativos son los gastos reconocidos sobre las actividades administrativas globales de una empresa.” (Villamar Mendoza, 2011, pág. 62)

Los gastos administrativos son todos los desembolsos de dinero que se incurre en la administración de la empresa.

Tabla 45

Sueldos y salarios administrativos

| Nº | Cargo | Sueldo Anual | Aporte patronal | Décimo tercero | Décimo cuarto | Total Anual |
|--------------|----------------------------|--------------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|
| 1 | Administrador | \$ 4.800,00 | \$ 583,20 | \$ 400,00 | \$ 394,00 | \$ 6.177,20 |
| 2 | Aux. Contable (1/2 tiempo) | \$ 2.364,00 | \$ 287,23 | \$ 197,00 | \$ 394,00 | \$ 3.242,23 |
| Total | | \$ 7.164,00 | \$ 870,43 | \$ 597,00 | \$ 788,00 | \$ 9.419,43 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Tabla 46

Suministros de Oficina

| Descripción | Cantidad Anual | Costo Unitario | Costo Anual | Fuente: |
|---------------------|----------------|-----------------|-----------------|---------|
| Resma de Papel Bon | 1 | \$ 2,75 | \$ 2,75 | |
| Perforadora | 1 | \$ 2,50 | \$ 2,50 | |
| Grapadora | 1 | \$ 3,00 | \$ 3,00 | |
| Tinta de impresora | 2 | \$ 3,10 | \$ 6,20 | |
| Carpeta Archivadora | 2 | \$ 2,00 | \$ 4,00 | |
| Total | | \$ 13,35 | \$ 18,45 | |

Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Tabla 47

Suministros de Limpieza

| Descripción | Cantidad anual | Costo Unitario | Costo Total |
|------------------|----------------|----------------|-----------------|
| Escoba | 3 | \$ 3,00 | \$ 9,00 |
| Trapeador | 2 | \$ 2,00 | \$ 4,00 |
| Pala de plástico | 3 | \$ 1,50 | \$ 4,50 |
| Desinfectante | 3 | \$ 2,50 | \$ 7,50 |
| Total | | \$ 9,00 | \$ 25,00 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Tabla 48

Otros Gastos Administrativos

| Descripción | Valor Mensual | Valor Anual |
|--------------------|----------------------|--------------------|
| Agua | \$ 8,00 | \$ 96,00 |
| Luz | \$ 5,00 | \$ 60,00 |
| Teléfono | \$ 10,00 | \$ 120,00 |
| Arriendo | \$ 75,00 | \$ 900,00 |
| Total | | \$ 1.176,00 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En las tablas 45, 46, 47 y 48 muestra todos los gastos administrativos que la microempresa incurrirá durante un período determinado al iniciar sus actividades.

5.4.1. Gastos de Ventas

“Los gastos de ventas son los gastos de comercialización que asume la empresa por la venta o distribución de su producto en el mercado.” (Villamar Mendoza, 2011, pág. 62)

Los gastos de venta son aquellos desembolsos que realiza la microempresa en la parte de comercialización del producto.

Tabla 49

Gastos de Ventas

| Nº | Descripción | Costo mensual | Costo Anual |
|-----------|--------------------------|----------------------|--------------------|
| 1 | Sueldo de vendedor | \$ 394,00 | \$ 6.090,45 |
| 2 | Tarjetas de presentación | \$ 7,00 | \$ 21,00 |
| 3 | Camisas con logotipo | \$ 6,00 | \$ 18,00 |
| 4 | Tazas con logotipo | \$ 4,00 | \$ 16,00 |
| | Total | \$ 411,00 | \$ 6.145,45 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

Se muestra todos los gastos de venta que la microempresa tendrá para la venta del producto que es de \$ 6.145,45

5.5.1. Gastos Financieros

“Los gastos financieros son los gastos correspondientes a los intereses de las obligaciones financieras.” (Villamar Mendoza, 2011, pág. 62)

Son los gastos de interés que la empresa tendrá por haber realizado un financiamiento para bienestar de la misma.

Para que la microempresa inicie sus actividades requerirá financiamiento que se lo realizará en el Banco BanEcuador que debido a ello se generará gastos por los intereses del crédito que se solicitará.

5.6.1. Costos Fijos

“Los costos fijos se mantienen inalterados sea cual sea el nivel de producción.” (Rocafort Nicolau y Ferrer Grau, 2010, pág. 30)

Los costos fijos son aquellos que no varían sin importar el volumen de producción que tenga.

Tabla 50

Costos Fijos

| N° | Descripción | Costos totales anuales |
|--------------|------------------------------|-------------------------------|
| 1 | Sueldos Administrativos | \$ 9.419,43 |
| 2 | Otros Gastos Administrativos | \$ 43,45 |
| 3 | Servicios Básicos | \$ 1.176,00 |
| 4 | Depreciaciones | \$ 563,28 |
| 5 | Amortización de Diferido | \$ 80,00 |
| Total | | \$ 11.282,16 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

Se muestra los costos fijos que la microempresa tendrá son de \$ 11.282,16 en un tiempo determinado.

5.7.1. Costos Variables

“Los costos variables aumentarán o disminuirán de forma directa en función del nivel de producción.” (Rocafort Nicolau y Ferrer Grau, 2010, pág. 30)

Los costos variables son aquellos que cambian según el volumen de producción que tenga la empresa.

Tabla 51

Costos Variables

| N° | Descripción | Costos totales anuales |
|--------------|-----------------------|-------------------------------|
| 1 | Materia Prima Directa | \$ 13.248,00 |
| 2 | Mano de Obra | \$ 6.090,45 |
| 3 | CIF | \$ 3.720,00 |
| 4 | Gasto ventas | \$ 6.145,45 |
| Total | | \$ 29.203,90 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

Se identifica en la tabla 51 el valor total de los costos variables que son de \$ 29.203,90 que incurrirá la microempresa en un lapso de tiempo.

5.4. Inversiones

“La inversión es simplemente cualquier instrumento en el que se pueden colocar unos fondos con la esperanza de que generaran rentas positivas y/o su valor se mantendrá o aumentará.” (J. Gitman y D. Joehnk, 2005, pág. 4)

La inversión es el valor inicial que se coloca en un proyecto para comenzar con sus actividades normalmente.

5.4.1. Inversión Fija

“La inversión fija corresponde a los recursos necesarios para el mobiliario y equipamiento físico y tecnológico en general, inclusive para la edificación si es necesaria al inicio del negocio; y, la adecuación respectiva del local.” (Borja Herrera, Modulo de contabilidad general y tesoreria , 2013, pág. 27)

La inversión fija son los recursos necesarios para la adquisición de los activos tangibles e intangibles para poder operar.

5.4.2. Activos Fijos

“Los activos fijos son bienes y derechos de la empresa con carácter de permanencia y están relacionados con el objeto social del negocio; es decir, con la razón de ser del ente económico estudiado.” (Guzman Vasquez, Guzman Vasquez, y Romero Cifuentes, 2005, pág. 68)

Los activos fijos son todos los bienes tangibles que la empresa posee según su actividad comercial.

La microempresa Collarte tendrá de activos fijos los siguientes que se detallarán a continuación:

Tabla 52

Equipo de Computo

| Descripción | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
|--------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Computadoras | 3 | \$ 350,00 | \$ 1.050,00 |
| Impresoras | 1 | \$ 185,00 | \$ 185,00 |
| Caja Registradora | 1 | \$ 290,00 | \$ 290,00 |
| Total | | | \$ 1.525,00 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Tabla 53

Muebles y Enseres

| Descripción | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
|-------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Escritorios | 2 | \$ 125,00 | \$ 250,00 |
| Archivadores | 2 | \$ 50,00 | \$ 100,00 |
| Sillas ejecutivas | 4 | \$ 110,00 | \$ 440,00 |
| Sillas para escritorios | 2 | \$ 25,00 | \$ 50,00 |
| Mesa para reuniones | 1 | \$ 130,00 | \$ 130,00 |
| Total | | | \$ 970,00 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Tabla 54

Maquinaria y Herramientas

| Descripción | Cantidad | Valor Unitarios | Valor Total |
|--------------------|-----------------|------------------------|--------------------|
| Refrigeradora | 1 | \$ 650,00 | \$ 650,00 |
| Bandeja de vidrio | 4 | \$ 15,00 | \$ 60,00 |
| Cucharas medidoras | 3 | \$ 4,00 | \$ 12,00 |
| Cucharas metálicas | 3 | \$ 1,50 | \$ 4,50 |
| Mesa metálica | 1 | \$ 98,00 | \$ 98,00 |
| Total | | | \$ 824,50 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Tabla 55

Equipo de Oficina

| Descripción | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
|--------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Teléfono | 2 | \$ 25,00 | \$ 50,00 |
| Total | | | \$ 50,00 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En las tablas 52, 53, 54 y 55 muestran cada una de ellas detalladamente los activos fijos que la microempresa posee para iniciar las actividades.

Tabla 56

Activos Fijos

| Descripción | Valor Total |
|--------------------|--------------------|
| Muebles y enseres | \$ 1.525,00 |
| Equipo de Computo | \$ 970,00 |
| Maquinaria | \$ 824,50 |
| Equipo de Oficina | \$ 50,00 |
| Total | \$ 3.369,50 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

El valor total que la microempresa invertirá para la adquisición de los activos fijos es de \$ 3.369,50.

5.4.3. Activos Nominales

Son aquellos que se deben realizar para llevar a cabo la constitución y

operación de la empresa, como son los gastos notariales, de asesoría jurídica, de escritura de constitución y patentes de funcionamiento y el costo de los comités de estudios iniciales. (Berghe Romero, 2010, pág. 74)

Los activos nominales o diferidos son aquellos tramites que ayudan a la formación y constitución de la empresa para su funcionamiento.

Tabla 57

Gastos de Constitución

| | | |
|---------------|-----------|---------------|
| Documentación | \$ | 250,00 |
| Asesorías | \$ | 95,00 |
| Viáticos | \$ | 55,00 |
| Total | \$ | 400,00 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

El valor total que se incurrirá en los activos nominales que la microempresa es de \$ 400,00 para su funcionamiento.

5.3.4. Capital de Trabajo

“El capital de trabajo neto -o capital de trabajo- es la cantidad de dinero que la empresa necesita para mantener el giro habitual del negocio.” (Rizzo, 2007, pág. 103)

El capital propio es el recurso que se necesita para poder cubrir los gastos al iniciar y en el transcurso de las actividades de la empresa.

Tabla 58

Capital de Trabajo

| Descripción | 1 Mes | 1 Mes | 1 Mes | Total |
|-------------------------------------|-------------|-------------|-------------|---------------------|
| Costo de producción | \$ 4.611,69 | \$ 4.611,69 | \$ 4.611,69 | \$ 13.835,07 |
| Total costos de producción | | | | \$ 13.835,07 |
| Gastos Administrativos | | | | |
| Gastos Sueldos | \$ 1.569,90 | \$ 1.569,90 | \$ 1.569,90 | \$ 4.709,71 |
| Suministros de oficina | \$ 18,45 | | | \$ 18,45 |
| Suministros de limpieza | \$ 25,00 | | | \$ 25,00 |
| Otros gastos | \$ 196,00 | \$ 196,00 | \$ 196,00 | \$ 588,00 |
| Total gastos administrativos | | | | \$ 5.341,16 |
| Gastos de Ventas | | | | |
| Gasto Sueldo | \$ 1.015,08 | \$ 1.015,08 | \$ 1.015,08 | \$ 3.045,23 |
| Publicidad | \$ 55,00 | | | \$ 55,00 |
| Total gasto de ventas | | | | \$ 3.100,23 |
| Total capital de trabajo | | | | \$ 22.276,46 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la tabla 58 se puede identificar el valor que se utilizara cada mes para el buen funcionamiento y desarrollo de la microempresa.

5.3.5. Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

“Las fuentes de financiamiento consiste en las posibilidades de obtener recursos económicos para la apertura, mantenimiento y desarrollo de nuevos proyectos en la empresa.” (Torres, Guerrero, y Paradas , 2017, pág. 288)

Las fuentes de financiamiento son las opciones y alternativas para conseguir recursos económicos para el desarrollo de un proyecto o empresa.

Tabla 59

Inversiones

| Descripción | Uso de fondo | Recurso Propio | Recurso Financiado |
|-----------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------------|
| Activos Fijos | | | |
| Maquinaria y Herramientas | \$ 824,50 | \$ 500,00 | \$ 324,50 |
| Muebles y Enseres | \$ 1.525,00 | \$ 600,00 | \$ 925,00 |
| Equipo de Computo | \$ 970,00 | \$ 700,00 | \$ 270,00 |
| Equipo de Oficina | \$ 50,00 | \$ 50,00 | \$ - |
| Total de activos fijos | \$ 3.369,50 | \$ 1.850,00 | \$ 1.519,50 |
| Activos Diferidos | | | |
| Gastos de constitución | \$ 400,00 | \$ 350,00 | \$ 50,00 |
| Total de activos diferidos | \$ 400,00 | \$ 350,00 | \$ 50,00 |
| Capital de Trabajo | | | |
| Costos de Producción | \$ 13.835,07 | \$ 4.000,46 | \$ 9.834,61 |
| Gastos Administrativos | \$ 5.341,16 | \$ 1.500,32 | \$ 3.840,84 |
| Gastos de Ventas | \$ 3.100,23 | \$ 2.000,58 | \$ 1.099,65 |
| Total capital de Trabajo | \$ 22.276,46 | \$ 7.501,36 | \$ 14.775,10 |
| Total de Inversión | \$ 26.045,96 | \$ 9.701,36 | \$ 16.344,60 |
| Participación | 100% | 37% | 63% |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la tabla 59 se identifica la inversión total que se la microempresa necesitará para iniciar sus actividades que es de \$ 26.045,96 dando así el 37% el capital propio de \$ 9.701,36 y el 63% financiamiento de \$ 16.344,60.

5.3.6. Amortización de Financiamiento

“Se llama amortización financiera a la devolución y desembolso de capitales prestados a la empresa.” (Juez Martel y Martin Molina, 2007, pág. 39)

La amortización de financiamiento es el valor que se recuperará del financiamiento que se realiza para iniciar las actividades.

Tabla 60

Amortización del préstamo

| Capital | Plazo | Tasa | Pagos | Entidad |
|-----------------|--------|--------|------------|------------|
| \$ 16.344,60 | 3 años | 11,00% | anualmente | BanEcuador |

| Años | Capital insoluto | Interés | Cuota | Capital pagado | Saldo/Deuda |
|------|------------------|-------------|-------------|----------------|--------------|
| 0 | | | | | \$ 16.344,60 |
| 1 | \$ 16.344,60 | \$ 1.797,91 | \$ 6.688,42 | \$ 4.890,52 | \$ 11.454,08 |
| 2 | \$ 11.454,08 | \$ 1.259,95 | \$ 6.688,42 | \$ 5.428,47 | \$ 6.025,61 |
| 3 | \$ 6.025,61 | \$ 662,82 | \$ 6.688,42 | \$ 6.025,61 | \$ - |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

Para financiar la microempresa se realizará en el Banco BanEcuador con un plazo de 3 años a una tasa del 11% por lo que a cabo de los 4 años de plazo la microempresa habrá culminado su deuda.

5.3.7. Depreciaciones

“La depreciación es el gasto que incurre una empresa a medida que sus activos fijos tangibles se desgastan durante la vida útil.” (Villamar Mendoza, 2011, pág. 167)

La depreciación es el desgaste contable de un activo fijo según sus años de vida útil que posee la empresa.

Tabla 61

Depreciaciones de los Activos

| Nombre del Activo | Valor | Años Vida u. | Depreciación Anual | | | | |
|---------------------------|--------------------|--------------|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | | Año 2020 | Año 2021 | Año 2022 | Año 2023 | Año 2024 |
| Maquinaria y Herramientas | \$ 824,50 | 10 | \$ 82,45 | \$ 82,45 | \$ 82,45 | \$ 82,45 | \$ 82,45 |
| Muebles y Enseres | \$ 1.525,00 | 10 | \$ 152,50 | \$ 152,50 | \$ 152,50 | \$ 152,50 | \$ 152,50 |
| Equipo de Computo | \$ 970,00 | 3 | \$ 323,33 | \$ 323,33 | \$ 323,33 | \$ - | \$ - |
| Equipo de Oficina | \$ 50,00 | 10 | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 5,00 |
| Gasto Constitución | \$ 400,00 | 5 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 |
| Total | \$ 3.769,50 | | \$ 643,28 | \$ 643,28 | \$ 643,28 | \$ 319,95 | \$ 319,95 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

En la tabla 61 se identifica el valor de la depreciación que la microempresa deberá pagar anualmente según los años de vida útil de cada uno de los activos fijos tangibles que tiene la misma.

5.3.8. Estado de situación inicial

El estado de situación inicial es un estado que nos presenta la situación financiera de la empresa al iniciar el período contable. Un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio de la empresa en una fecha determinada. (Hidrobo Guzman, 2015, pág. 141)

El estado de situación inicial presenta el valor de todos los bienes, deudas y capital que posee la empresa en un tiempo determinado.

Tabla 62

Estado de Situación Inicial

| Microempresa Collarte Estado de Situación Inicial | | |
|--|--------------|---------------------|
| ACTIVOS | | |
| Activo Corriente | | \$ 22.276,46 |
| Bancos | \$ 22.276,46 | |
| Activo no Corriente | | |
| Maquinaria | \$ 824,50 | |
| Muebles y Enceres | \$ 1.525,00 | |
| Equipo de Computación | \$ 970,00 | |
| Equipo de Oficina | \$ 50,00 | |
| Total Activos Fijos | | \$ 3.369,50 |
| Otros Activos | | |
| Gasto de Constitución | \$ 400,00 | |
| Total Otros Activos | | \$ 400,00 |
| TOTAL ACTIVOS | | \$ 26.045,96 |
| PASIVOS | | |
| Pasivos No Corrientes | | \$ 16.344,60 |
| Préstamo Bancario por pagar | \$ 16.344,60 | |
| TOTAL PASIVOS | | \$ 16.344,60 |
| PATRIMONIO | | |
| Capital | \$ 9.701,36 | |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | | \$ 26.045,96 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

5.3.9. Estado de Resultados Projectados

“El estado de resultados es un estado financiero que permite conocer la utilidad o pérdida obtenida en un período, en base a este estado, se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa.” (Hidrobo Guzman, 2015, pág. 117)

El estado de resultados muestra todos los ingresos y gastos que la empresa ha incurrido durante un período determinado.

Tabla 63

Estado de Resultados Proyectado

| Microempresa Collarte | | | | | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Estado de Situación Inicial | | | | | |
| Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de cada año | | | | | |
| Ingresos | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Ingresos operacionales | \$ 58.776,48 | \$ 62.303,07 | \$ 69.779,44 | \$ 78.152,97 | \$ 87.531,33 |
| Costo de producción | \$ 23.058,45 | \$ 24.441,96 | \$ 27.374,99 | \$ 30.659,99 | \$ 34.339,19 |
| Utilidad bruta | \$ 35.718,03 | \$ 37.861,11 | \$ 42.404,44 | \$ 47.492,98 | \$ 53.192,13 |
| Gastos administrativos | \$ 10.638,88 | \$ 11.277,21 | \$ 12.630,47 | \$ 14.146,13 | \$ 15.843,67 |
| Gastos de venta | \$ 6.145,45 | \$ 6.514,18 | \$ 7.295,88 | \$ 8.171,39 | \$ 9.151,95 |
| Gasto constitución | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 |
| Depreciaciones | \$ 563,28 | \$ 563,28 | \$ 563,28 | \$ 239,95 | \$ 239,95 |
| Utilidad operacional | \$ 18.290,42 | \$ 19.426,44 | \$ 21.834,81 | \$ 24.855,51 | \$ 27.876,56 |
| 15 % participación tra | \$ 2.743,56 | \$ 2.913,97 | \$ 3.275,22 | \$ 3.728,33 | \$ 4.181,48 |
| Utilidad antes imp | \$ 15.546,85 | \$ 16.512,47 | \$ 18.559,58 | \$ 21.127,18 | \$ 23.695,08 |
| Impuesto a la renta (PNNOC) | | | | \$ 889,06 | \$ 1.258,76 |
| Utilidad neta | \$ 15.546,85 | \$ 16.512,47 | \$ 18.559,58 | \$ 20.238,12 | \$ 22.436,32 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

5.3.10. Flujo de Caja

“El flujo de caja es el resultado de un instrumento que resume las entradas y salidas de un proyecto de inversión o empresa en un determinado período y tiene como objetivo ser la base del cálculo de los indicadores de rentabilidad económica.” (Mungaray Lagarda y Ramirez Urquidy, 2004, pág. 129)

El flujo de caja muestra las entradas y salidas de efectivo en el transcurso de un tiempo determinado.

Tabla 64

Flujo de Caja

| Microempresa "Collarte" | | | | | | |
|-------------------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Flujo de Caja Proyectado | | | | | | |
| Del año 2020 al año 2024 | | | | | | |
| Descripción | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Ventas | \$ 58.776,48 | \$ 62.303,07 | \$ 69.779,44 | \$ 78.152,97 | \$ 87.531,33 | |
| (-) Costo de Producción | \$ 23.058,45 | \$ 24.441,96 | \$ 27.374,99 | \$ 30.659,99 | \$ 34.339,19 | |
| (-) Gastos Administrativos | \$ 10.638,88 | \$ 11.277,21 | \$ 12.630,47 | \$ 14.146,13 | \$ 15.843,67 | |
| (-) Gastos de Ventas | \$ 6.145,45 | \$ 6.514,18 | \$ 7.295,88 | \$ 8.171,39 | \$ 9.151,95 | |
| (-) Depreciaciones | \$ 563,28 | \$ 563,28 | \$ 563,28 | \$ 239,95 | \$ 239,95 | |
| (-) Amortización del Diferido | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | |
| (=) Utilidad Bruta | \$ 18.290,42 | \$ 19.426,44 | \$ 21.834,81 | \$ 24.855,51 | \$ 27.876,56 | |
| (+/-) Otros Ingresos o Gastos | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | |
| (=) Utilidad Operacional | \$ 18.290,42 | \$ 19.426,44 | \$ 21.834,81 | \$ 24.855,51 | \$ 27.876,56 | |
| (-) 15% Participación de trab. | \$ 2.743,56 | \$ 2.913,97 | \$ 3.275,22 | \$ 3.728,33 | \$ 4.181,48 | |
| (=) Utilidad antes de Impuestos | \$ 15.546,85 | \$ 16.512,47 | \$ 18.559,58 | \$ 21.127,18 | \$ 23.695,08 | |
| (-) 22% Impuesto Renta | | | | \$ 4.647,98 | \$ 5.212,92 | |
| (=) Utilidad Neta | \$ 15.546,85 | \$ 16.512,47 | \$ 18.559,58 | \$ 16.479,20 | \$ 18.482,16 | |
| (+) Depreciaciones | \$ 563,28 | \$ 563,28 | \$ 563,28 | \$ 239,95 | \$ 239,95 | |
| (+) Amortización del Diferido | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | |
| (-) Amortización de la Deuda | \$ 4.890,52 | \$ 5.428,47 | \$ 6.025,61 | | | |
| (-) Inversión | \$ 26.045,96 | | | | | |
| (-) Capital de Trabajo | \$ 9.701,36 | | | | | |
| Deuda | \$ 16.344,60 | | | | | |
| (=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO | \$ -26.045,96 | \$ 11.299,62 | \$ 11.727,28 | \$ 13.177,26 | \$ 16.799,15 | \$ 18.802,11 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

4.1. Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite identificar si el proyecto es rentable y factible del problema para demostrar si el proyecto es conveniente o no.

5.4.1. Tasa de Descuento

“La tasa de descuento, es aquella utilizada para descontar los flujos futuros de efectivo mediante la técnica del valor presente neto, y es una variable clave de este proceso.” (Bujan Perez, 2010, pág. 45)

La tasa de descuento es la suma de la tasa activa y tasa pasivo que se encuentra vigente en el Banco Central del Ecuador.

Tabla 65

Tasa de Descuento

| Concepto | Porcentaje |
|-----------------|-------------------|
| Tasa activa | 8,65% |
| (+) Tasa pasiva | 5,98% |
| TMAR | 14.66% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

5.5.2. VAN

“El Valor Actual Neto (VAN) consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo.” (Jimenez Boulanger, Espinoza Gutierrez, y Fonseca Retana, 2007, pág. 81)

El VAN muestra los valores actuales de los flujos de caja de un período.

Tabla 66

Flujos netos de caja

| Descripción | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| Inversión total | \$-26.045,96 | | | | | |
| Excedente Operacional | | \$ 11.299,62 | \$ 11.727,28 | \$ 13.177,26 | \$ 16.799,15 | \$18.802,11 |
| Flujo de Efectivo | \$-26.045,96 | \$ 11.299,62 | \$ 11.727,28 | \$ 13.177,26 | \$ 16.799,15 | \$18.802,11 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

$$VAN = -P + \frac{FNC\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNC\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNC\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNC\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNC\ 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -26.045,96 + \frac{11.299,62}{1,1466} + \frac{11.727,28}{1,3147} + \frac{13.177,26}{1,5074} + \frac{16.799,15}{1,7284} + \frac{18.802,11}{1,9818}$$

$$VAN = -26.045,96 + 9.854,89 + 8.920,12 + 8.747,71 + 9.719,48 + 9.487,39$$

$$VAN = \$ 20.677,64$$

Análisis:

La microempresa tiene un VAN de \$ 20.677,64 lo que demuestra que es factible el desarrollo de la misma.

5.4.3. TIR

“La tasa interna de rendimiento (TIR) es aquella tasa de descuento que hace que el VAN de un proyecto sea igual a cero.” (Munguia Ulloa y Protti Quesada, 2005, pág.

84)

La TIR es la tasa que iguala a cero el VAN.

Tabla 67

Tasa Interna de Rendimiento

| | |
|------------|---------------|
| Inversión | \$ -26.045,96 |
| Año 2020 | \$ 11.299,62 |
| Año 2021 | \$ 11.727,28 |
| Año 2022 | \$ 13.177,26 |
| Año 2023 | \$ 16.799,15 |
| Año 2024 | \$ 18.802,11 |
| TIR | 41,40% |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

La microempresa tiene un TIR del 41,40% mostrando que es rentable y puede iniciar sus actividades comerciales.

5.4.4. PRI (Período de recuperación de la inversión)

“El período de recuperación de la inversión (PRI) es una medida que relaciona los ingresos netos anuales de un proyecto con la inversión requerida por el mismo.”

(Haime Levy, 2005, pág. 255)

El período de recuperación es el tiempo en que se demora retornar la inversión inicial según los ingresos que obtiene durante un tiempo determinado.

Tabla 68

Período de Recuperación

| Periodo | Flujos Actuales | Factor de Actualización | Flujos Actualizados | Flujos Acumulados |
|---------|--------------------|----------------------------|------------------------|----------------------|
| 0 | \$ -26.045,96 | 1,00 | \$ -26.045,96 | |
| 1 | \$ 11.299,62 | 0,91 | \$ 10.278,42 | \$ 10.278,42 |
| 2 | \$ 11.727,28 | 0,83 | \$ 9.703,37 | \$ 19.981,79 |
| 3 | \$ 13.177,26 | 0,75 | \$ 9.917,74 | \$ 29.899,53 |
| 4 | \$ 16.799,15 | 0,68 | \$ 11.501,05 | \$ 41.400,58 |
| 5 | \$ 18.802,11 | 0,62 | \$ 11.708,99 | \$ 53.109,56 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

$$PRI = 2 + \frac{26.045,96 - 19.981,79}{9.917,74}$$

$$PRI = 2 + 0,6114$$

$$PRI = 2,6114 \text{ años}$$

$$\text{Cálculo de } 0,6114 \text{ años a meses} = 0,61 * 12 = 7,34 \text{ meses}$$

$$\text{Cálculo de } 0,34 \text{ meses a días} = 0,34 * 30 = 10,12 \text{ días}$$

Análisis:

La microempresa recuperará la inversión inicial en un tiempo de 2 años, 7 meses y 10 días lo cual es muy favorable debido que a partir de ese tiempo se obtendrá ganancias para la microempresa.

5.4.5. RBC (Relación costo beneficio)

Un análisis costo beneficio es un proceso por el cual se analizan las decisiones empresariales. Se suman los beneficios de una situación dada o de una acción relacionada con el negocio, y luego se restan los costos asociados con la toma de esa acción. (Duque Navarro, 2017, pág. 23)

La relación beneficios costos permite determinar la ganancia que se obtiene por cada dólar que se invierte en un proyecto, teniendo en cuenta los beneficios y costos.

Tabla 69

Relación costo beneficios

| | |
|---------------------|--------------|
| Ventas | \$ 58.776,48 |
| Costo de producción | \$ 23.058,45 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

$$RBC = \frac{\text{Ventas}}{\text{Costos de Producción}}$$

$$RBC = \frac{58.776,48}{23.058,45}$$

$$RBC = \$ 2,55$$

Análisis:

Se puede observar que por cada dólar que la microempresa invierte obtiene \$ 1,55 siendo muy favorable para la misma.

5.4.6. Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio es un indicador que se refiere a la cantidad de ingresos según un determinado volumen de producción que puede cubrir o soportar los costos variables y los fijos.” (Munguia Ulloa y Protti Quesada, 2005, pág. 178)

El punto de equilibrio donde se puede determinar en qué punto la empresa no pierde ni gana.

Tabla 70

Punto de Equilibrio

| | | |
|----------------------------|----|-----------|
| Costo fijo (CF) | \$ | 11.282,16 |
| Precio (PVP) | \$ | 5,00 |
| Costo valor unitario (CVU) | \$ | 3,57 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Jazmin Jami

$$PE \text{ (unidades)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{PVP - CVU}$$

$$PE \text{ (unidades)} = \frac{11.282,16}{5,00 - 3,57}$$

$$PE \text{ (unidades)} = 7.900,67$$

$$PEV(\text{valores}) = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{CVU}{PVP}}$$

$$PEV(\text{valores}) = \frac{11.282,16}{1 - \frac{3,57}{5,00}}$$

$$PEV \text{ (valores)} = \$ 39.487,56$$

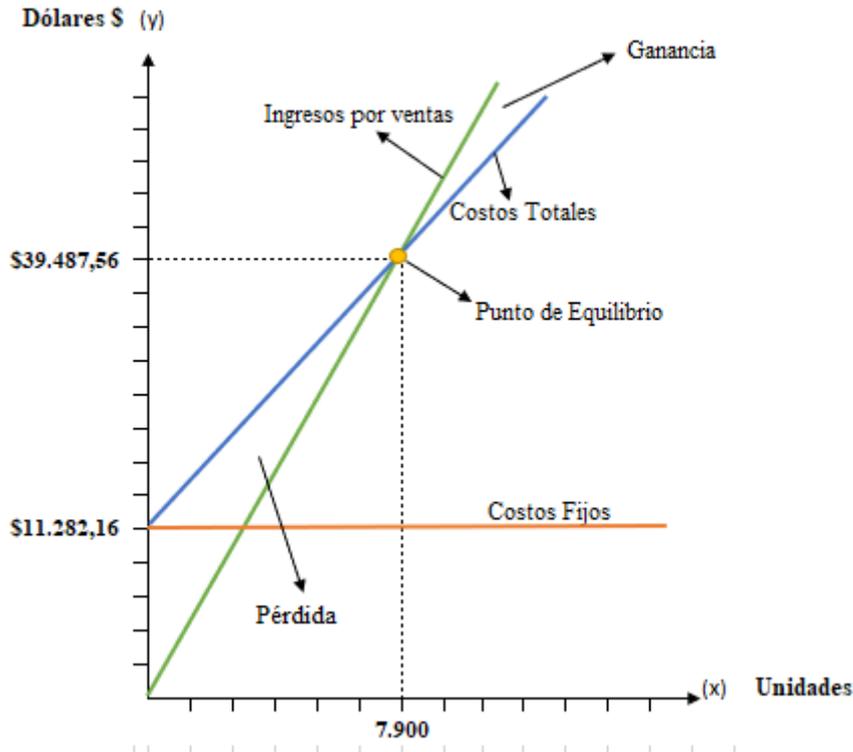


Figura 36 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Jazmin Jami

Análisis:

Se muestra que la microempresa debe producir al año 7.900 collares obteniendo una ganancia de \$ 39.487,56 donde la microempresa no pierde ni gana.

5.4.7. Análisis de índices financieros

“El análisis de índices financieros es darse una idea de que tan bien está la compañía progresando en satisfacer dos niveles básicos son: obtener beneficios y mantener una sólida posición financiera.” (Vainrub, 1996, pág. 132)

El análisis de índices financieros permite determinar si la empresa obtendrá beneficios según la información financiera y contable que la empresa posee.

5.4.7.1. Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE)

“La rentabilidad sobre patrimonio indica la utilidad que está generando la inversión que mantienen en la compañía los accionistas.” (Barajas Novoa, 2008, pág. 92)

El ROE es la ganancia que se obtiene de los recursos propios que la empresa posee.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} * 100$$

$$\text{ROE} = \frac{15.546,85}{9.701,36} * 100$$

$$\text{ROE} = 160,25\%$$

Análisis:

La microempresa tiene un ROE de 160,25% lo que significa que el patrimonio de la microempresa crecerá con las ventas que se genere.

5.4.7.2. Rentabilidad sobre Activos (ROA)

“La rentabilidad sobre activos es un indicador que me ayuda a determinar si los activos son eficientes para generar utilidad.” (Briseño Ramirez, 2006, pág. 12)

El ROA mide la eficiencia de los activos que la empresa posee.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Activos}} * 100$$

$$\text{ROA} = \frac{15.546,85}{26.045,96} * 100$$

$$\text{ROA} = 59,69\%$$

Análisis:

El ROA que la microempresa tiene es de 59,69% lo que quiere decir es que los activos que posee son eficientes.

5.4.7.3. Retorno sobre la Inversión (R.O.I)

“El retorno sobre la inversión es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión, es decir el índice de medida de la cantidad de dinero ingresada por cada unidad monetaria.” (Gomez Diaz y Gonzalez Garcia, 2015, pág. 270)

El ROI mide la ganancia que se obtiene según la inversión inicial que se realizó en la empresa.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversion}} * 100$$

$$\text{ROI} = \frac{15.546,85}{26.045,96} * 100$$

$$\text{ROI} = 59,69\%$$

Análisis:

El ROI que tiene la microempresa es de 59,69% por lo que significa la inversión que tuvo se encuentra generando ganancias.

5.4.7.4. Margen de Utilidad Neta

“El margen de utilidad neta mide la cantidad que los clientes están dispuestos a pagar por el producto de una empresa, por arriba del costo con que la empresa adquirió ese producto.” (Carlberg, 2003, pág. 161)

El margen de utilidad mide la ganancia que se obtiene después de haber cubierto todas las deudas.

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad} = \frac{15.546,85}{58.776,48} * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 26,45\%$$

Análisis:

La microempresa tiene un margen de utilidad de 26,45% por lo que significa que después de haber pagado todas las deudas tiene ganancia para la misma.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

El análisis de impactos permite identificar las causas, cambios o daños negativos por otra parte si es beneficioso o no según las actividades que realiza el ser humano, empresas, organizaciones e instituciones ya sea al medioambiente, a la sociedad y a la economía.

Para la implementación de la microempresa se debe tener en cuenta los impactos que tendrá al iniciar sus operaciones.

6.1. Impacto Ambiental

La microempresa “Collarte” no generará ningún daño al medioambiente debido a que el proceso de elaboración del collar contiene materia prima que no causa ningún daño a la misma vez la maquinaria que utiliza no es perjudicial para el medioambiente.

6.2. Impacto Económico

La microempresa “Collarte” tendrá un impacto positivo debido a que ayudará al crecimiento económico del país, a la misma vez las ganancias que se obtenga por el giro de comercio de la misma se realizará una reinversión debido a que la inversión es segura y rentable.

6.3. Impacto Productivo

La microempresa “Collarte” tendrá una productividad muy eficiente y eficaz obteniendo una mayor rentabilidad, de manera que se refleja en el esfuerzo y desempeño óptimo de cada uno de los trabajadores que comprenden la microempresa ofreciendo un producto novedoso y de alta calidad.

6.4. Impacto Social

La microempresa “Collarte” tendrá un impacto positivo en la sociedad ya que satisfaga las necesidades de la mujer en el sector donde se implantará la microempresa ayudando a disminuir el desempleo por lo que se generará fuentes de empleo e incentivando a la juventud a crear microemprendimientos para el beneficio de cada uno de ellos.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

- La presente investigación que se realizó es favorable para la implementación de la microempresa debido a que existe una gran aceptación por parte de los consumidores ya que gran parte de la población da su apoyo a que crezca el espíritu emprendedor que cada uno que posee, aportando así a la matriz productiva del país.
- Es un producto elaborado con manos ecuatorianas dando un estilo único y original al collar incentivando a la población a adquirir dicho producto ya que se puede elegir y diseñar el modelo que los clientes desean y anhelan resaltando la belleza de la mujer.
- Se obtendrá también que al realizar los análisis financieros y contables de la microempresa tendrá ganancias desde el primer año de haber iniciado sus actividades comerciales, logrando recuperar la inversión que se colocó para poder operar.
- Se obtiene beneficios para la microempresa mediante la evaluación financiera de algunos indicadores como por ejemplo el VAN y TIR indica que el proyecto es factible y rentable para la misma.

- Finalmente la presente investigación aporta de manera positiva y favorable para el medioambiente, económico, social, y en la productividad del país incentivando a la misma vez a la población para que aporten al sector artesanal.

7.2. Recomendaciones

- Elaborar estrategias de expansión buscando alianzas con empresas que ayuden a que la microempresa sea reconocida a nivel nacional e internacional.
- Desarrollar capacitaciones al personal para que su trabajo sea más eficiente y para que se mejore el proceso de producción y la comercialización del producto.
- Diversificar el producto con nuevos diseños y materiales que el consumidor desee que se lleve el collar luciendo un producto al estilo de cada uno de ellos.
- Realizar una publicidad masiva para que el producto sea conocido por la población debido a que el producto es nuevo en el mercado.
- Conocer las leyes para la constitución de la microempresa, a su vez tener presente los valores de la microempresa para obtener un ambiente saludable y favorable de trabajo.
- Revisar frecuentemente los estados financieros e indicadores de evaluación debido a que existe un pequeño margen de error evitando así algún problema que pueda existir y que la microempresa pueda seguir obteniendo ganancias para sí misma.

Bibliografía

- 50 Minutos.es. (2016). *El marketing mix: Las 4Ps para aumentar sus ventas*.
- 50Minutos. es.
- Abad, M. (s.f.). *¿Que es la cadena de valor de una empresa?* Recuperado el 02 de Julio de 2019, de <https://blog.teamleader.es/que-es-la-cadena-de-valor-de-una-empresa>
- Alcaraz, R. (2006). *El emprendedor de éxito*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Amador, M. G. (s.f.). *Determinacion de la poblacion y muestra objeto de estudio de la investigacion*. Recuperado el 18 de Julio de 2019, de <http://manuelgalan.blogspot.com/2010/12/determinar-la-poblacion-y-la-muestra.html>
- Arias, J. (s.f.). *Mercadotecnia*. Recuperado el 27 de Junio de 2019, de <http://jennyarias03.blogspot.com/2010/06/la-competencia.html>
- Barajas Novoa, A. (2008). *Finanzas para no financistas*. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Berghe Romero, E. v. (2010). *Gestion y gerencia empresarial. Aplicadas al siglo XXI*. Bogota: Ecoe.
- Bernal Niño, M. (2004). *Contabilidad, Sistema y Gerencia*. Caracas: CEC.
- Bernal, N. M. (2008). *Contabilidad, sistema y gerencia*. Caracas: CEC.
- Borja Herrera, A. (2013). *Modulo de contabilidad general y tesoreria* . Guayaquil: Servilibros.
- Borja Herrera, A. (2013). *Modulo de productos uservicios financieros y de seguros basicos*. Guayaquil: Servilibros.

- Bravo, A. L. (s.f.). *Revista Semillas*. Recuperado el 13 de Junio de 2019, de
<http://www.semillas.org.co/es/el-maz-en-el-ecuador>
- Briseño Ramirez, H. (2006). *Indicadores Financieros*. Mexico: Umbral.
- Bujan Perez, A. (s.f.). *Enciclopedia financiera*. Obtenido de
<https://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-de-descuento.htm>
- Bustamente Peña, W. (2001). *Apuntes de mercadotecnia para la microempresa rural*. Santiago de Chile: IICA Biblioteca Venezuela.
- Caido, A. (s.f.). *Consultorio economico*. Recuperado el 20 de Junio de 2019, de
<http://consultorioeconomico.blogspot.com/2013/04/que-es-la-poblacion-economicamente.html>
- Caldas Blanco, M. E., Carrion Herraез, R., y Heras Fernandez, A. (2017). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Editex.
- Campoy, D. M. (2010). *Como gestionar y planificar un proyecto en la empresa*. España: Ideas Propias.
- Carlberg, C. (2003). *Analisis de los negocios con excel XP*. Mexico : Pearson Educacion.
- Castillo, M. A. (s.f.). *Los lideres*. Recuperado el 13 de Junio de 2019, de
<https://www.revistalideres.ec/lideres/cultivo-maiz-constante-ecuador-produccion.html>
- Caurin, J. (s.f.). *Gestión Comercial*. Recuperado el 15 de Julio de 2019, de
<https://www.emprendepyme.net/gestion-comercial>
- Caurin, J. (s.f.). *La organización de la empresa*. Recuperado el 04 de Julio de 2019, de
<https://www.emprendepyme.net/la-organizacion-de-la-empresa>

College, D. (s.f.). *El control como fase del proceso administrativo*. Recuperado el 12 de

Julio de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/el-control-como-fase-del-proceso-administrativo/#autores>

Corvo, H. S. (2018). *Gestion Administrativa: Funciones y Procesos*. Recuperado el 27 de Junio de 2019, de *Gestion Administrativa: Funciones y Procesos*:

<https://www.lifeder.com/gestion-administrativa/>

De la Fuente Garcia , D., y Fernandez Quesada, I. (2005). *Distribucion en planta*.

Universidad de Oviedo.

Diaz, d. (1994). *Direccion por objetivos*. Diaz de Santos.

Direccion Estrategica. (2007). España: Vertice.

Espinosa, R. (s.f.). *La matriz del analisis DAFO (FODA)*. Recuperado el 27 de Junio de

2019, de <https://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

Estado. (s.f.). *Plan Nacional deDesarrollo (2017-2021)*. Recuperado el 26 de Junio de

2019, de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>

Esther. (s.f.). *Direccion empresarial*. Recuperado el 12 de Julio de 2019, de

<http://www.tiemposmodernos.eu/direccion-empresarial-ret/>

Fernandez Espinoza, S. (2007). *Los proyectos de inversion*. Costa Rica: Tecnologica de

Costa Rica.

Flórez Uribe, J. A. (2015). *Proyectos de inversión para las PYME*. Bogotá: Eco

Ediciones.

Foros Ecuador. (s.f.). *Foros Ecuador*. Recuperado el 20 de Junio de 2019, de

<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/4403-requisitos-luae>

- Gimbert, X. (2003). *El enfoque estrategico de la empresa*. España: Deusto.
- Gobierno. (s.f.). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas:
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-el-sri>
- Gobierno. (s.f.). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 20 de Junio de 2019, de
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Gomez Diaz, M. D., y Gonzalez Garcia, M. A. (2015). *Dinamizacion del punto de venta*. Madrid: Paraninfo.
- Gomez, A. (s.f.). *Historia de la Porcelana Fria*. Recuperado el 13 de Junio de 2019, de
<https://porcelanafria2.wordpress.com/2008/09/17/historia-de-la-porcelana-fria/>
- Gonzalez, A. (s.f.). *Organigrama estructural*. Recuperado el 12 de Julio de 2019, de
<https://www.emprendepyme.net/organigrama-estructural.html>
- Guzman Vasquez, A., Guzman Vasquez, D., y Romero Cifuentes, T. (2005).
Contabilidad Financiera. Bogota: Universidad del Rosario.
- Haime Levy, L. (2005). *Planeacion financiera en la empresa moderna*. Fiscales ISEF.
- Hamilton Wilson, M., y Pezo Paredes, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Colombia: Andrés Bello.
- Hidrobo Guzman, A. (2015). *Proceso contable*. Guayaquil: Servilibros.
- Hurtado Leon, I., y Toro Garrido, J. (2007). *Paradigmas y metodos de investigacion en tiempos de cambio*. Mexico: CEC.
- Internas, S. d. (s.f.). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- J. Gitman, L., y D. Joehnk, M. (2005). *Fundamento de inversiones*. Madrid: Pearson Educacion .

Jimenez Boulanger, F., Espinoza Gutierrez, C. L., y Fonseca Retana, L. (2007).

Ingenieria Economica. Costa Rica: Tecnologica de Costa Rica.

Juez Martel, P., y Martin Molina, P. B. (2007). *Manual de contabilidad para juristas*.

Madrid: La ley.

Legna Verna, C., y Gonzalez Morales, O. (2010). *Comprender la macroeconomia*.

Buenos Aires: Teseo.

Martin, J. (s.f.). *EcuRed*. Recuperado el 13 de Junio de 2019, de

https://www.ecured.cu/Porcelana_Fr%C3%ADa

Melchor, I. (s.f.). *Analisis situacional de la organizacion*. Recuperado el 19 de Junio de

2019, de [https://es.slideshare.net/itzamelchorh/analisis-situacional-de-la-](https://es.slideshare.net/itzamelchorh/analisis-situacional-de-la-organizacin)

[orgnizacin](https://es.slideshare.net/itzamelchorh/analisis-situacional-de-la-organizacin)

Merino, J. P. (2010). *Definicion de proveedor*. Obtenido de Definicion de proveedor:

<https://definicion.de/proveedor/>

Mungaray Lagarda, A., y Ramirez Urquidy, M. (2004). *Lecciones de microeconomia*

para microempresas. Mexico: Universidad Autonoma de Baja California.

Munguia Ulloa, L., y Protti Quesada, M. A. (2005). *Investigacion de Operaciones*.

EUNED.

Municipio de Quito. (s.f.). *Foros Ecuador* . Recuperado el 20 de Junio de 2019, de

[http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/34066-requisitos-](http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/34066-requisitos-para-sacar-la-patente-municipal-de-quito)

[para-sacar-la-patente-municipal-de-quito](http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/34066-requisitos-para-sacar-la-patente-municipal-de-quito)

Naturales, G. d. (2018). *Impacto Ambiental*. Recuperado el 31 de Agosto de 2019, de

<https://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>

Navajo Gomez, P. (2009). *Planificacion estrategica en organizaciones no lucrativas* .

España: Narcea.

- Ortiz Soto, O. L. (2001). *El dinero: la teoría, la política y las instituciones*. Mexico: UNAM.
- Parkin, M., Esquivel, G., y Muñoz, M. (2007). *Macroeconomía*. Mexico: Pearson Educacion.
- Perez Porto, J., y Gardey, A. (2009). *Definicion de oferta*. Recuperado el 24 de Julio de 2019, de <https://definicion.de/oferta/>
- Perez, A. B. (s.f.). *Enciclopedia financiera*. Recuperado el 20 de Junio de 2019, de <https://www.encyclopediainanciera.com/indicadores-economicos/tasa-de-desempleo.htm>
- Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021)*. (2017). Recuperado el 26 de Junio de 2019, de Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021): <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>
- R Brock, H., y Earl Palmer, C. (1987). *Contabilidad principios y aplicaciones*. Barcelona: Reverte .
- Ramirez, A. A. (s.f.). *El entorno externo de una organizacion*. Recuperado el 20 de Junio de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/entorno-externo-una-organizacion/>
- Reinoso, A. (s.f.). *Analisis del consumidor*. Recuperado el 18 de Julio de 2019, de <https://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>
- Rivera Camino, J., y Lopez-Rua, M. (2007). *Direccion de marketing*. Madrid: ESIC.
- Rizzo, M. M. (2007). El capital de trabajo neto y el valor de las empresas. *EAN*, 122.
- Rocafort Nicolau, A., y Ferrer Grau, V. (2010). *Contabilidad de costes*. Barcelona: Profit.

Sampieri, R. H. (2006). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Interamericana.

Recuperado el 22 de Julio de 2019

Sapag Chain, N. (2007). *Proyectos de inversión : formulación y evaluación*. Mexico:

Pearson Educación.

Silva, E. D. (s.f.). *¿Que es el estudio de mercado?* Recuperado el 18 de Julio de 2019,

de <https://magentaig.com/que-es-y-como-se-hace-un-estudio-de-mercado/>

Spencer, M. (1993). *Economía contemporanea*. España: Reverte.

Suñé Torrents, A., Gil Vilda, F., & Arcusa Postils , I. (2004). *Manual practico de*

diseño de sistemas productivos. Madrid: Diaz de Santos.

Thompson, I. (s.f.). *Definición de encuesta*. Recuperado el 22 de Julio de 2019, de

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

Torres, A., Guerrero, F., y Paradas , M. (2017). Financiamiento utilizado por las

pequeñas y medianas empresas ferreteras. *Cicag*, 303.

Vainrub, R. (1996). *Nacimiento de una empresa*. Caracas: Universidad Catolica Andres

Bello.

Valbuena Alvarez, R. (2000). *La evaluacion del prpoyecto en la decision del*

empresario. Mexico: UNAM.

Vasquez, C. (s.f.). *Tecnicas de obtencion de informacion*. Recuperado el 22 de Julio de

2019, de <https://prezi.com/z6zvowxrormp/tecnicas-de-obtencion-de->

[informacion/](https://prezi.com/z6zvowxrormp/tecnicas-de-obtencion-de-informacion/)

Villamar Mendoza, M. (2011). *Manual practico de contabilidad general*. Guayaquil:

Servilibros.

Wikilibro. (s.f.). *Administrador de Wiki - EOI*. Recuperado el 27 de Junio de 2019, de

https://www.eoi.es/wiki/index.php/An%C3%A1lisis_interno_en_Proyectos_de_negocio

Anexos

Anexo 1 Camisa con logotipo



Elaborado por: Jazmin Jami

Anexo 2 Taza con logotipo



Elaborado por: Jazmin Jami

Anexo 3 Gorra con logotipo



Elaborado por: Jazmin Jami

Anexo 4 Tarjeta de presentación



Elaborado por: Jazmin Jami

Anexo 5 Llaveros con logotipo



Elaborado por: Jazmin Jami

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TrabajoTitulacionJazminJami.docx (D56397035)
Submitted: 10/3/2019 3:01:00 AM
Submitted By: jazminpamela2326@gmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

Proyecto_Final_Alex_Taipe.pdf (D51692718)
urkun nathaly cadena.docx (D51193890)
PROYECTO TESIS Urkund.docx (D51446762)
Mera_Kevin_Incubadora.docx (D51155047)
3ff25d04-6490-4526-af3e-1707419c5130
6389c1ab-5759-4d6d-8b51-dfb377e4534f

7-OCTUBRE-2019
A. Zaldívar

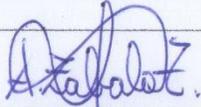
Instances where selected sources appear:

11

| INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA | | | | | | | | | |
|---|--------|---|------------------------|---------------------|--|---------------------|-------|--|-----------|
| BITACORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN | | | | | | | | | |
| NOMBRE TUTOR: | | ZABALA ZUMARRAGA LEONARDO ANTONIO | | | | | | | |
| NOMBRE ESTUDIANTE: | | JAMI GERVACIO JAZMIN PAMELA | | | | | | | |
| CARRERA: | | ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA | | | | | | | |
| TEMA DE TITULACIÓN: | | ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COLLARES A BASE DE MAICENA, UBICADA EN EL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2019. | | | | | | | |
| IMPRESIÓN REPORTE: | | Quito, 11 de noviembre del 2019 13:13:38 | | | | | | | |
| TIPO REPORTE: | | ACUMULATIVO | | | | | | | |
| ESTADO FINAL/OBSERVACION: | | PROYECTO ACTIVO / NO GRADUADO / | | | | | | | |
| MODALIDAD: | | | INCUBADORA EMPRESARIAL | | | PERIODO: | | ABR 2019_SEP 2019 | |
| NO. | CODIGO | FECHA TUTORIA | TIPO ASESORIA | HORA INICIO | TEMA TRATADO | HORA FIN | HORAS | OBSERVACION | ESTADO SC |
| 1 | 183768 | 2019-05-02 | INSITU | 2019-05-02 12:05:00 | INTRODUCCION / JUSTIFICACION | 2019-05-02 15:05:00 | 3.00 | REVISADO Y SE LE INDICA LAS CORRECCIONES A REALIZAR | PROCESADO |
| 2 | 183771 | 2019-05-02 | AUTONOMA | 2019-05-02 13:59:00 | INTRODUCCION / JUSTIFICACION | 2019-05-02 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 3 | 183773 | 2019-05-20 | INSITU | 2019-05-20 12:05:00 | INTRODUCCION / ANTECEDENTES | 2019-05-20 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 4 | 183774 | 2019-05-10 | AUTONOMA | 2019-05-10 13:59:00 | INTRODUCCION / ANTECEDENTES | 2019-05-10 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 5 | 183775 | 2019-05-17 | INSITU | 2019-05-17 12:05:00 | ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO | 2019-05-17 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 6 | 183776 | 2019-05-17 | AUTONOMA | 2019-05-17 13:59:00 | ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO | 2019-05-17 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 7 | 183778 | 2019-05-24 | INSITU | 2019-05-24 12:05:00 | ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL | 2019-05-24 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 8 | 183779 | 2019-05-24 | AUTONOMA | 2019-05-24 13:59:00 | ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL | 2019-05-24 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 9 | 183780 | 2019-05-31 | INSITU | 2019-05-31 12:05:00 | ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO | 2019-05-31 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 10 | 183782 | 2019-05-31 | AUTONOMA | 2019-05-31 13:59:00 | ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO | 2019-05-31 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 11 | 183783 | 2019-06-07 | INSITU | 2019-06-07 12:05:00 | ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA | 2019-06-07 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 12 | 183784 | 2019-06-07 | AUTONOMA | 2019-06-07 13:59:00 | ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA | 2019-06-07 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 13 | 183785 | 2019-06-14 | INSITU | 2019-06-14 12:05:00 | ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR | 2019-06-14 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 14 | 183786 | 2019-06-14 | AUTONOMA | 2019-06-14 13:59:00 | ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR | 2019-06-14 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 15 | 183787 | 2019-06-21 | INSITU | 2019-06-21 12:05:00 | ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA | 2019-06-21 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 16 | 183788 | 2019-06-21 | AUTONOMA | 2019-06-21 13:59:00 | ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA | 2019-06-21 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 17 | 183789 | 2019-06-28 | INSITU | 2019-06-28 12:05:00 | ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS | 2019-06-28 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 18 | 183790 | 2019-06-28 | AUTONOMA | 2019-06-28 13:59:00 | ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS | 2019-06-28 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 19 | 183791 | 2019-07-05 | INSITU | 2019-07-05 12:05:00 | ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA | 2019-07-05 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 20 | 183792 | 2019-07-05 | AUTONOMA | 2019-07-05 13:59:00 | ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA | 2019-07-05 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 21 | 183793 | 2019-07-12 | INSITU | 2019-07-12 12:05:00 | ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA | 2019-07-12 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 22 | 183794 | 2019-07-12 | AUTONOMA | 2019-07-12 13:59:00 | ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA | 2019-07-12 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 23 | 183795 | 2019-07-19 | INSITU | 2019-07-19 12:05:00 | ESTUDIO TECNICO / TAMANIO DEL PROYECTO | 2019-07-19 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 24 | 183796 | 2019-07-19 | AUTONOMA | 2019-07-19 13:59:00 | ESTUDIO TECNICO / TAMANIO DEL PROYECTO | 2019-07-19 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 25 | 183797 | 2019-07-26 | INSITU | 2019-07-26 12:05:00 | ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION | 2019-07-26 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 26 | 183798 | 2019-07-26 | AUTONOMA | 2019-07-26 13:59:00 | ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION | 2019-07-26 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 27 | 183799 | 2019-08-02 | INSITU | 2019-08-02 12:05:00 | ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO | 2019-08-02 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 28 | 183800 | 2019-08-02 | AUTONOMA | 2019-08-02 13:59:00 | ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO | 2019-08-02 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 29 | 183801 | 2019-08-06 | INSITU | 2019-08-06 12:05:00 | ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES | 2019-08-06 15:05:00 | 3.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 30 | 183802 | 2019-08-06 | AUTONOMA | 2019-08-06 13:59:00 | ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES | 2019-08-06 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 31 | 183803 | 2019-08-16 | INSITU | 2019-08-16 12:05:00 | ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES | 2019-08-16 15:05:00 | 3.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 32 | 183804 | 2019-08-16 | AUTONOMA | 2019-08-16 13:59:00 | ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES | 2019-08-16 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |

| | | | | | | | | | |
|----|--------|------------|----------|---------------------|--|---------------------|-------|---|-----------|
| 33 | 183805 | 2019-08-23 | INSITU | 2019-08-23 12:05:00 | ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION | 2019-08-23 15:05:00 | 3.00 | REVISADO Y ENTREGA CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 34 | 183806 | 2019-08-23 | AUTONOMA | 2019-08-23 13:59:00 | ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION | 2019-08-23 23:59:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 35 | 184634 | 2019-08-30 | INSITU | 2019-08-30 12:10:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL | 2019-08-30 15:10:00 | 3.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 36 | 184635 | 2019-08-30 | AUTONOMA | 2019-08-30 13:55:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL | 2019-08-30 23:55:00 | 10.00 | HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 37 | 191390 | 2019-09-06 | INSITU | 2019-09-06 12:05:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO | 2019-09-06 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 38 | 191392 | 2019-09-06 | AUTONOMA | 2019-09-06 12:05:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO | 2019-09-06 19:05:00 | 7.00 | HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 39 | 191396 | 2019-09-13 | INSITU | 2019-09-13 12:05:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO | 2019-09-13 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 40 | 191399 | 2019-09-13 | AUTONOMA | 2019-09-13 12:05:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO | 2019-09-13 19:05:00 | 7.00 | HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 41 | 191402 | 2019-09-20 | INSITU | 2019-09-20 12:05:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL | 2019-09-20 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 42 | 191408 | 2019-09-20 | AUTONOMA | 2019-09-20 12:05:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL | 2019-09-20 19:05:00 | 7.00 | HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 43 | 191409 | 2019-09-27 | INSITU | 2019-09-27 12:05:00 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES | 2019-09-27 14:05:00 | 2.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 44 | 191410 | 2019-09-27 | AUTONOMA | 2019-09-27 12:05:00 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES | 2019-09-27 19:05:00 | 7.00 | HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO A LA SEMANA | PROCESADO |
| 45 | 191412 | 2019-09-27 | INSITU | 2019-09-27 14:05:00 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES | 2019-09-27 15:05:00 | 1.00 | REVISADO Y ENTREGA LAS CORRECCIONES RESPECTIVAS ANTERIORES | PROCESADO |
| 46 | 191414 | 2019-09-27 | AUTONOMA | 2019-09-27 14:05:00 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES | 2019-09-27 16:05:00 | 2.00 | HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO A LA SEMANA | PROCESADO |

TOTAL HORAS: 260

| | | |
|--|---|--|
|  ZABALA ZUMARRAGA LEONARDO ANTONIO TUTOR CI: 1001598299 |  JAMI GERVAICIO JAZMIN PAMELA ALUMNO CI: 1725722241 |  INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "MAYRA CHANDI CASTRO" CHANDI CASTRO MAYRA ALEXANDRA DELEGADO DE GRUPO FECHA: 10-12-19 |
|--|---|--|

Adm. Bancaria y Financiera



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Administración Bancaria y Financiera

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso del Trabajo de Integración Curricular, se **AUTORIZA** realizar el empastado del Trabajo de Integración Curricular, del alumno(a) Jazmin Pamela Jami Gervacio, portador de la cédula de identidad N° 1725722241, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 18 de Noviembre del 2019
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR



28 NOV 2019

VISTO FINANCIERO

Sra. Mariela Balseca
CAJA



25 NOV 2019

9,45 JBS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



CONSEJO DE CARRERA

Ing. Mayra Chandi

DELEGADO DE LA UNIDAD
DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

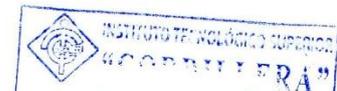


DIRECCIÓN DE CARRERA

Ing. María Fernanda Burga
DIRECTOR DE CARRERA



Ing. William Parra López
BIBLIOTECA



28 NOV 2019

Ing. Luis Hernández
SECRETARÍA ACADÉMICA