



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ORIGAMIS ELABORADOS EN PAPEL BOND
DE COLORES, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO,
PARROQUIA ELOY ALFARO, AÑO 2019

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de
tecnólogo en administración bancaria y financiera**

Autora: Sevilla Reisancho Alexandra Pamela

Director: Ing. Andrés Analuisa

Quito, Junio 2019

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 22 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **SEVILLA REISANCHO ALEXANDRA PAMELA**, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ORIGAMIS ELABORADOS EN PAPEL BOND DE COLORES, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO , PARROQUIA ELOY ALFARO, AÑO 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 proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.


ANALUISA AGUIAR ARMANDO ANDRES
Tutor de Proyectos
**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**
CONSEJO DE CARRERA
SALAS JIMENEZ FRANCISCO
Delegado Unidad de Titulación
PIMBO BASTIDAS ANGELA MARÍA
Lector de Proyectos
**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**
DIRECTORÍA DE CARRERAS

BURGA JADAN MARÍA FERNANDA
Directora de Carrera

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBI
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163 y Yacuambi (esq.) Telf.: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Telf.: 2246036	Yacuambi Oe2-36 y Bracamoros. Telf: 2249994

DECLARATORIA

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



Alexandra Pamela Sevilla Reisancho

C.C. 1723707723

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Alexandra Pamela Sevilla Reisancho portador de la cedula de ciudadanía signada con el No. 1723707723 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 resultados 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 aplicara 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 Origames con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE Alexandra Pamela Sevilla Reisancho
CEDULA 172370772 - 3

Quito, Junio del 2019

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera muy especial al Instituto Superior Cordillera por ser una institución fuente de conocimientos y sabiduría, por ser cuna de valores y principios que en conjunto son el motor que me pondrá en marcha hasta alcanzar el éxito profesional y personal. Un agradecimiento total a todos los maestros/as por ser los partícipes en la difusión del conocimiento, que con sus enseñanzas y experiencias han fortalecido mi aprendizaje continuo en cada una de las ramas y que de seguro van a ser un aporte esencial en la formación como profesionales. A mi tutor que me ayudo en el desarrollo del proyecto de tesis, que con sus ideas y opiniones constructivas hicieron que el camino sea más despejado de principio a fin y que a la vez me dejo la satisfacción de haber realizado un gran trabajo.

DEDICATORIA

El presente proyecto de tesis está dedicado principalmente a Dios por llenarme de bendiciones, sabiduría y salud durante todo este tiempo y haberme permitido llegar hasta el final de mi carrera. A mi madre y hermanas por su apoyo incondicional en todo momento, por su confianza total, por sus valiosos consejos y valores inculcados que significaron un aporte importante en el cumplimiento de mis objetivos académicos y personales. Finalmente, a mis maestros/as por sus enseñanzas y consejos, que aquellos conocimientos adquiridos sean parte esencial en mi vida profesional y sobre todo en la formación como ser humano.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	xvi
CAPÍTULO I	1
1. Introducción.....	1
1.01 Justificación	2
1.02 Antecedentes.....	3
CAPÍTULO II	5
2. Análisis Situacional.....	5
2.01 Ambiente Externo	5
2.01.01 Factor Económico	5
2.01.01.01 Producto Interno Bruto	5
2.01.01.02 PIB Sectorial	7
2.01.01.03 Inflación	8
2.01.01.04 Inflación por Ciudades.....	9
2.01.01.05 Tasa de Riesgo País	10
2.01.01.06 Tasa Interés	11
2.01.01.07 Tasa Activa	11
2.01.01.08 Tasa Pasiva	12
2.01.02 Factor Social	13
2.01.02.01 Población Económicamente Activa	13
2.01.02.02 Empleo	14
2.01.02.03 Desempleo	16
2.01.02.04 Subempleo	17
2.01.03 Factor legal	18

2.01.03.01 Permisos	18
2.01.04 Factor Tecnológico.....	19
2.02 Entorno Local	20
2.02.01 Clientes.....	20
2.02.02 Proveedores	21
2.02.03 Competidores.....	21
2.03 Matriz FODA.....	22
2.03.01 Análisis de Factores Externos.....	22
2.04 Propuesta Estratégica.....	23
2.04.01 Misión.....	23
2.04.02 Visión	24
2.04.03 Objetivos	24
2.04.03.01 Objetivo General	24
2.04.03.02 Objetivos Específicos	24
2.04.04 Principios y/o Valores	24
2.04.05 Gestión Administrativa.....	26
2.04.05.01 Organigrama	26
2.04.05.02 Manual de Funciones.....	27
2.04.06 Gestión Operativa.....	27
2.04.06.01 Organigrama	28
2.04.06.02 Manual De Funciones.....	28
2.04.07 Gestión Comercial	29
2.04.07.01 Organigrama	29
2.04.07.02 Manual de Funciones.....	30
2.04.07.03 Marketing Mix.....	30
CAPÍTULO III	35
3. Estudio de Mercado.....	35
3.01 Análisis del Consumidor	35
3.01.01 Determinación de la Población y Muestra.....	35
3.01.02 Técnicas de Obtención de Información	37
3.01.03 Análisis de la Información.....	38
3.02 Demanda.....	46
3.02.01 Demanda Histórica	46
3.02.02 Demanda Actual	46
3.02.03 Demanda Proyectada	47

3.03 Oferta	48
3.03.01 Oferta Histórica.....	48
3.03.02 Oferta Actual.....	48
3.03.03 Oferta Proyectada	49
3.04 Productos Sustitutivos.....	49
3.04.01 Oferta Histórica.....	50
3.04.02 Oferta Actual.....	50
3.04.03 Oferta Proyectada	50
3.05 Balance de Oferta y Demanda	51
3.05.01 Balance Actual (Demanda Insatisfecha)	51
3.05.02 Balance Proyectado (Demanda Insatisfecha).....	52
CAPÍTULO IV	53
4. Estudio Técnico.....	53
4.01 Tamaño del Proyecto	53
4.01.01 Capacidad Instalada	53
4.01.02 Capacidad Óptima.....	54
4.02 Localización.....	54
4.02.01 Macro.....	55
4.02.02 Micro – Localización	56
4.02.03 Localización Óptima.....	56
4.03 Ingeniería del Producto	58
4.03.01 Definición del Bien.....	58
4.03.02 Distribución de Planta.....	59
4.03.03 Proceso Productivo	61
4.03.04 Maquinaria	63
4.03.05 Equipos	63
CAPÍTULO V.....	64
5. Estudio Financiero.....	64
5.01 Ingresos.....	64
5.01.01 Ingresos Operacionales	64
5.01.02 Ingresos No Operacionales	65
5.02 Costos	65
5.02.01 Costo Directo	65
5.02.01.01 Materia Prima	65
5.02.01.02 Mano de Obra	66

5.02.02 Costos Indirectos	66
5.02.03 Gastos Administrativos	68
5.02.04 Gastos de Ventas	68
5.02.05 Gastos Financieros.....	69
5.02.06 Costos Fijos	70
5.02.07 Costos Variables.....	70
5.03 Inversiones.....	71
5.03.01 Inversión Fija.....	71
5.03.02 Activos Fijos.....	71
5.03.03 Activos Nominales (Diferidos).....	72
5.03.04 Capital de Trabajo	73
5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos	73
5.03.06 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización)	74
5.03.07 Depreciaciones (Tabla de Depreciación).....	75
5.03.08 Estado de Situación Inicial	76
5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).....	78
5.03.10 Flujo Caja	79
5.03.11 Balance General Proyectado.....	79
5.04 Evaluación Financiera	81
5.04.01 Tasa de Descuento	81
5.04.01 Valor Actual Neto (VAN)	82
5.04.03 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	83
5.04.01 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	84
5.04.01 Relación Costo Beneficio (RBC)	84
5.04.02 Punto de Equilibrio.....	85
5.04.07 Análisis de Índice Financiero	87
CAPÍTULO VI.....	90
6. Análisis de Impactos	90
6.01 Impacto Ambiental	91
6.02 Impacto Económico.....	92
6.03 Impacto Productivo	93
6.04 Impacto Social.....	94
6.05 Matriz General de Impactos	95
CAPÍTULO VII.....	96
7. Conclusiones y Recomendaciones	96

7.01 Conclusiones.....	96
7.02 Recomendaciones	97
BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXOS	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Producto Interno Bruto	6
Tabla 2 Producto Interno Bruto Sectorial	7
Tabla 3 Inflación	8
Tabla 4 Inflación por Ciudades	9
Tabla 5 Tasa de Riesgo País	10
Tabla 6 Tasa Activa	11
Tabla 7 Tasa Pasiva Plazo Mayor a 1 Año	12
Tabla 8 Población Económicamente Activa	14
Tabla 9 Empleo	15
Tabla 10 Desempleo	16
Tabla 11 Subempleo	17
Tabla 12 Factor Legal Parámetro	18
Tabla 13 Micro Segmentación del Mercado	20
Tabla 14 Clientes Mayoristas	21
Tabla 15 Proveedores	21
Tabla 16 Competidores	22
Tabla 17 Factores Externos	22
Tabla 18 Población	36
Tabla 19 Consumo	39
Tabla 20 Frecuencia de consumo	40
Tabla 21 Gasto promedio	41
Tabla 22 Oferta Actual	42
Tabla 23 Adquisición de artesanía	43
Tabla 24 Frecuencia de detalles	44
Tabla 25 Tamaño de artesanía	45
Tabla 26 Demanda Histórica	46
Tabla 27 Demanda Actual	47
Tabla 28 Demanda Proyectada	47
Tabla 29 Oferta Histórica	48
Tabla 30 Oferta Actual	48
Tabla 31 Oferta Proyectada	49
Tabla 32 Oferta Histórica Sustituta	50

Tabla 33 Oferta Actual Sustituta.....	50
Tabla 34 Oferta Proyectada Sustituta	51
Tabla 35 Balance Actual.....	51
Tabla 36 Balance Proyectado	52
Tabla 37 Capacidad Instalada	54
Tabla 38 Capacidad Optima	54
Tabla 39 Macro - Localización.....	55
Tabla 40 Ponderación	57
Tabla 41 Código de cercanía	59
Tabla 42 Razones de cercanía.....	59
Tabla 43 Matriz Triangular SLP	60
Tabla 44 Distribución de Planta.....	61
Tabla 45 Maquinaria.....	63
Tabla 46 Equipos	63
Tabla 47 Ingresos Operacionales	64
Tabla 48 Materia Prima Origami Pequeño	65
Tabla 49 Materia Prima Origami Mediano	65
Tabla 50 Materia Prima Origami Grande	66
Tabla 51 Mano de Obra	66
Tabla 52 Costos Indirectos de Fabricación	66
Tabla 53 Resumen de Costos.....	67
Tabla 54 Precio de Venta Origami Pequeño.....	67
Tabla 55 Precio de Venta Origami Mediano	67
Tabla 56 Precio de Venta Origami Grande.....	67
Tabla 57 Gasto Administrativo.....	68
Tabla 58 Gasto Ventas.....	69
Tabla 59 Financiamiento	70
Tabla 60 Costos Fijos	70
Tabla 61 Costos Variables	71
Tabla 62 Activos Fijos.....	72
Tabla 63 Activos Diferidos.....	72
Tabla 64 Capital de Trabajo.....	73
Tabla 65 Fuentes de Financiamiento	74
Tabla 66 Condiciones del Préstamo.....	75

Tabla 67 Método Alemán.....	75
Tabla 68 Depreciaciones	76
Tabla 69 Estado de Situación Inicial	77
Tabla 70 Estado de Resultados Proyectado	78
Tabla 71 Flujo de Caja	79
Tabla 72 Balance General Proyectado.....	80
Tabla 73 Tasa de Descuento.....	81
Tabla 74 Resumen de Flujo de Caja.....	82
Tabla 75 Periodo de Recuperación de la Inversión	84
Tabla 76 Factores del Punto de Equilibrio	85
Tabla 77 Punto de Equilibrio.....	86
Tabla 78 Índice Financiero.....	88
Tabla 79 Niveles de Calificación.....	90
Tabla 80 Impacto Ambiental	91
Tabla 81 Impacto Económico.....	92
Tabla 82 Impacto Productivo	93
Tabla 83 Impacto Social.....	94
Tabla 84 Matriz General de Impactos	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Producto Interno Bruto	6
Figura 2 Producto Interno Bruto Sectorial	7
Figura 3 Inflación	8
Figura 4 Inflación por Ciudades	9
Figura 5 Tasa de Riesgo País	10
Figura 6 Tasa Activa	12
Figura 7 Tasa Pasiva Plazo Mayor a 1 Año	13
Figura 8 Población Económicamente Activa	14
Figura 9 Empleo	15
Figura 10 Desempleo	16
Figura 11 Subempleo	17
Figura 12 Organigrama Gerente General	26
Figura 13 Manual de Funciones Gerente General	27
Figura 14 Organigrama Operario 1	28
Figura 15 Manual de Funciones Operario 1	28
Figura 16 Organigrama Vendedor	29
Figura 17 Manual de Funciones Vendedor	30
Figura 18 Logotipo	31
Figura 19 Canal de Distribución Simple	33
Figura 20 Canal de Distribución con Intermediario	33
Figura 21 Consumo	39
Figura 22 Frecuencia de Consumo	40
Figura 23 Gasto Promedio	41
Figura 24 Oferta Actual	42
Figura 25 Adquisición de Artesanía	43
Figura 26 Frecuencia de Detalles	44
Figura 27 Tamaño de Artesanía	45
Figura 28 Mapa de Quito	55
Figura 29 Parroquia Eloy Alfaro	56
Figura 30 Ubicación de Local	58
Figura 31 Distribución de Planta	60
Figura 32 Flujograma de Procesos	62
Figura 33 Punto de Equilibrio	86

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Papelería e Imagen Corporativa.....	103
Anexo 2. Encuesta.....	104
Anexo 3. Fichas y Lineamientos de Control	106
Anexo 4. Método Francés.....	107

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto consiste en una propuesta para la creación de origamis. Así se puede ver en las investigaciones realizadas durante el desarrollo de los capítulos.

En el primer capítulo se define los antecedentes del origami, que no es del todo desconocida, lo cual sirve para el conocimiento general de producción en nuestro medio.

En el segundo capítulo se desarrolla el análisis situacional, es decir, todo lo referente a los factores que pueden influir de manera directa o indirecta al origami. También se estructura misión, visión, principios y valores con la finalidad de satisfacer las necesidades de la microempresa como del cliente.

En el tercer capítulo se desarrolla el análisis del consumidor mediante encuesta ya que con la opinión de los posibles clientes se verifica si el producto será aceptado y tendrá posicionamiento en el mercado, obteniendo resultado positivo para el arte del origami. En el capítulo cuatro se desarrolla la localización, donde se obtiene la mejor alternativa y exista movimiento de mayor factibilidad.

En el análisis de Estudio Financiero capítulo cinco, se realiza el correcto funcionamiento de la microempresa, tanto ingresos como gastos, obteniendo resultados positivos a la recuperación de la inversión y por ende rentabilidad del proyecto. El análisis de impacto se detalla en el capítulo seis, en el que se evidencia un impacto positivo y cumplir la responsabilidad social. Por último en el capítulo siete, conclusiones y recomendaciones de proyecto.

ABSTRACT

The present project consists of a proposal for the creation of origamis. This can be seen in the investigations carried out during the development of the chapters.

In the first chapter the background of origami is defined, which is not entirely unknown, which serves for the general knowledge of production in our environment.

In the second chapter the situational analysis is developed, that is, everything related to the factors that can directly or indirectly influence origami. Mission, vision, principles and values are also structured in order to satisfy the needs of the microenterprise as well as the client.

In the third chapter the analysis of the consumer is developed by means of a survey since with the opinion of the possible clients it is verified if the product will be accepted and will have a position in the market, obtaining a positive result for the art of origami. In chapter four the location is developed, where the best alternative is obtained and there is a more feasible movement.

In the analysis of the Financial Study chapter five, it performs the correct functioning of the microenterprise, both income and expenses, obtaining positive results to the recovery of the investment and therefore the profitability of the project. The impact analysis is detailed in chapter six, which shows a positive impact and fulfill social responsibility. Finally in chapter seven, conclusions and recommendations of project.

CAPÍTULO I

1. Introducción

Las Artes de Origami debe promoverse desde temprana edad, los primeros pasos en el mundo del arte son muy importantes, el tener una visión mucho más amplia en el mundo del conocimiento y un desarrollo de destrezas artísticas será siempre una ventaja al momento de desenvolverse académicamente y personalmente. La mayoría de los seres humanos deben fomentar el estudio de cada una de las técnicas artísticas de origami para que cada uno pueda descubrir nuevas formas de involucrarse con el medio no solo artístico sino también humano. La Expresión artística es una cátedra que engloba mayoritariamente el trabajo práctico y manual, generar nuevos caminos que lleven al desarrollo de la motricidad, creatividad y destrezas artísticas que están latentes en cada ser humano pero que no son explotadas en su totalidad. Requiere también de una gran dedicación por lo que considerar las horas de trabajo sería gravitante. Es importante abrir la mente hacia nuevos espacios de trabajo dedicados en su totalidad a esta área, tales como talleres o simposios que reúnan todas las cualidades artísticas, pedagógicas y psicológicas para la comodidad y la adecuada asimilación del conocimiento por parte del ser humano. Ampliar la disponibilidad de tiempo para un aprendizaje más centrado y eficiente.

1.01 Justificación

En la actualidad, la falta de negocios dedicados a la elaboración de productos decorativos en forma de origamis, la falta de innovación en la oferta actual, la falta de variedad en productos decorativos, los altos precios en la mayoría de productos decorativos y la baja calidad en la oferta actual son factores que relacionados entre sí, ha generado el desconocimiento del arte denominado origami, el desinterés por parte del mercado demandante, la insatisfacción de los clientes, la reducción de la demanda y la falta de control del producto.

Lo mencionado anteriormente, permite evidenciar que, el presente proyecto es pertinente puesto que, busca dar a conocer el tipo de arte denominado origami, generar interés por parte del mercado demandante, satisfacer a los clientes, aumentar la demanda y tener un mejor control al producto.

Además, el presente proyecto busca ser generador de fuentes de empleo en el sector que se ubicara y aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera.

Finalmente, al desarrollar el presente estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de origamis elaborados en papel bond de colores, en el Distrito Metropolitano de Quito pretende ser un negocio eficiente e innovador que busca ser sostenible en el tiempo y que genere rentabilidad y satisfacción deseada para todos los involucrados.

1.02 Antecedentes

Los inicios del origami se remontan a China entre los siglos I y II. Sin embargo, ganó más importancia en el siglo VI al traspasar, por medio del comercio, la frontera japonesa y ser integrado a las tradiciones ceremoniales niponas: los samuráis intercambiaban regalos en señal de respeto; adornados con un sobre con pequeños dobleces conocido como Noshi, y en las bodas de la religión sintoísta se decoraban los vasos de sake de la pareja con mariposas macho y hembra de papel. En primera instancia sólo la nobleza poseía acceso a este arte, no obstante, luego del aumento en la producción y la reducción de costos del papel, todos podían emplearlo (González, 2018).

Cuando se inició el origami solo era para la nobleza, sin embargo, surgió producción para otras ocasiones.

La llegada del origami a occidente es atribuida a dos hechos cruciales: el primero, las invasiones árabes en el siglo VIII, en la que los musulmanes quedaron maravillados por las capacidades del papel para la creación de figuras. A lo que contribuyeron considerablemente, implementando estudios de matemáticas y geometría para perfeccionar la elaboración de los dobleces. Tras invadir España, y luego de que fueran expulsados los musulmanes, el origami permaneció en aquellas tierras desde donde se fue extendido a Sudamérica y el resto del mundo mediante las expediciones (González, 2018).

En este caso las figuras origamis fueron expandidas en otros lugares para poder crear y conocer el arte y perfeccionarse en dobles de papel.

En el origami actual podemos apreciar cinco estilos: el origami de acción; caracterizado por el movimiento parcial, la capacidad de volar y la necesidad de ser inflados u halados de algún extremo para completarse. Origami modular; el cual es la unión de muchas piezas de papel de una misma forma para crear un modelo completo.

Plegado en húmedo; en las que se humedece el papel para crear figuras de curvaturas finas en lugar de pliegues. Origami pureland; en que se realiza un número limitado de dobleces en el papel, y el origami teselado, en que se trenza el papel para crear un patrón que cubra completamente una superficie plana, sin dejar orificios (González, 2018).

Se puede conocer varios estilos de origamis, pero se da a realizar un origami al mejor estilo que le parezca y pueda armarlo de mejor manera.

Durante el siglo XX, se inició el proyecto por parte de algunos educadores de incluir el origami en las aulas. La meta que buscaban era que los estudiantes mostraran en sus diseños originalidad y creatividad, hecho que lastimosamente fallaba y provocó el retiro de su práctica en las escuelas. Finalmente, obtuvo gran popularidad desde las décadas de los 50 y 60 hasta nuestros días (González, 2018).

Hasta estos días el origami ha llegado a estudiantes como un arte y que con su creatividad pueda realizarlos y llegar a lo más grande de un origami.

La Asociación Ecuatoriana de Origami en los últimos años se llevó a cabo el lanzamiento y promoción del libro denominado Doblando signos. El origamista se ha venido preparando en el arte gracias a su investigación personal. Se afirma que en el país este es una arte poco conocido y valorado, pero además menciona que la sociedad necesita arte para identificarse ante otras culturas (Espinoza, 2013).

En el Ecuador actualmente, se va conociendo a profundidad el arte, ya que muy pocas personas les atrae, hoy en día el origami es más común, porque son figuras hechas en papel bond que se le conoce para un regalo y/o adorno que son totalmente realizadas a mano.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve la microempresa en un determinado tiempo tomando en cuenta el ambiente externo e interno de la empresa, del mismo que nos ayuda en cómo se proyecta en el medio (Buitrón, 2007).

2.01 Ambiente Externo

Son todos los componentes y factores que pueden influir de manera directa o indirecta en diferentes empresas.

2.01.01 Factor Económico

“Son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía para satisfacer las necesidades socialmente humanas” (Black, 2007).

2.01.01.01 Producto Interno Bruto

Es el valor monetario de producción de bienes y servicios de un país o región durante un periodo determinado de un año.

Tabla 1
Producto Interno Bruto

FECHA	PIB	VARIACIÓN
2014	70.105,4	
2015	70.174,7	0,10%
2016	69.314,1	-1,23%
2017	70.955,7	2,37%
2018	71.705,2	1,06%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

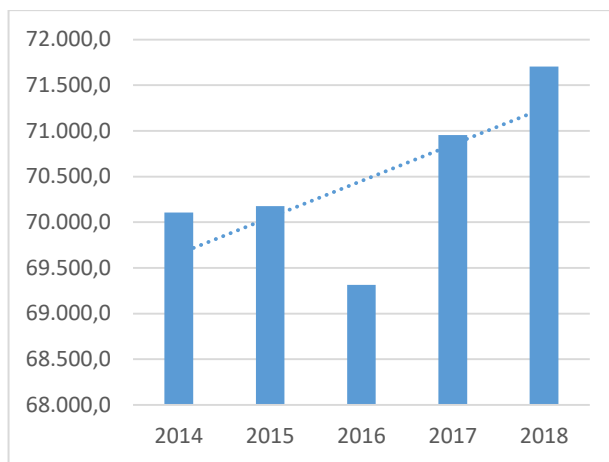


Figura 1 Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

El Producto Interno Bruto presenta en los primeros años de menor producción, pero en los dos últimos años tiene una tendencia creciente, es decir, mayor producción, lo cual significa que las empresas tienen una gran demanda, ya que es positivo para el proyecto, porque el PIB representa el crecimiento de la economía de un país.

2.01.01.02 PIB Sectorial

Es aquel que se da a conocer el volumen de economía de nuestro país, en el cual se elabora informes para ver los resultados de dicha economía.

Tabla 2

Producto Interno Bruto Sectorial

PERÍODO / INDUSTRIAS	MANUFACTURA (EXCEPTO REFINACIÓN DE PETRÓLEO)
2013	7.972,2
2014	8.266,6
2015	8.230,4
2016	8.016,3
2017	8.264,8

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

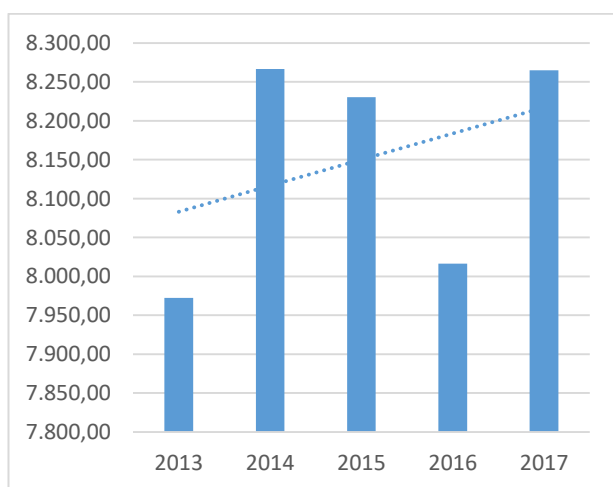


Figura 2 Producto Interno Bruto Sectorial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

La tendencia que representa en el año 2017, es un segmento creciente, lo cual indica, que existe una producción por las empresas, por lo tanto, se convierte en un factor positivo para el desarrollo y éxito del proyecto.

2.01.01.03 Inflación

“La inflación consiste en un aumento general del nivel de precios. Sin embargo, no significa que todos los precios aumentan. Aun durante los periodos de rápida inflación, algunos precios pueden mantenerse relativamente constantes y otros pueden bajar” (Campbell, 1997).

Tabla 3
Inflación

FECHA	INFLACIÓN
31/12/2014	3,67%
31/12/2015	3,38%
31/12/2016	1,12%
31/12/2017	-0,20%
31/12/2018	0,27%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

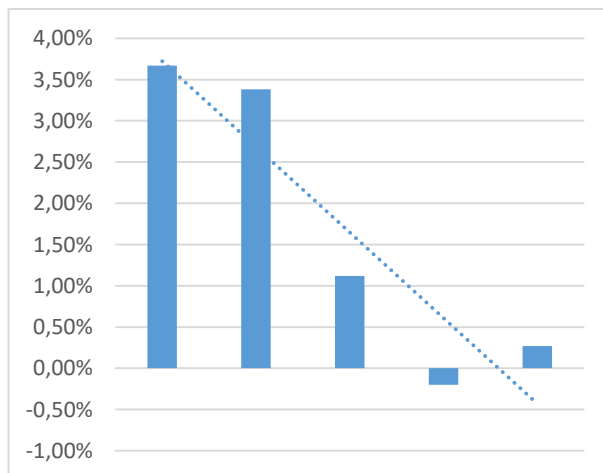


Figura 3 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

La tendencia de la inflación en el último año implica precios de niveles bajos generando que la utilidad unitaria sea mínima, por lo tanto, es un factor negativo para el proyecto, es decir, que podrían no permitir el crecimiento.

2.01.01.04 Inflación por Ciudades

La inflación por ciudades consiste en el aumento de precios de bienes y servicios en un determinado periodo, en cada ciudad del país.

Tabla 4
Inflación por Ciudades

FECHA	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA
dic-14	3,89%	3,40%	3,57%
dic-15	3,20%	3,30%	4,29%
dic-16	1,07%	1,12%	1,06%
dic-17	-0,15%	-0,09%	-0,17%
dic-18	0,49%	0,54%	0,68%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

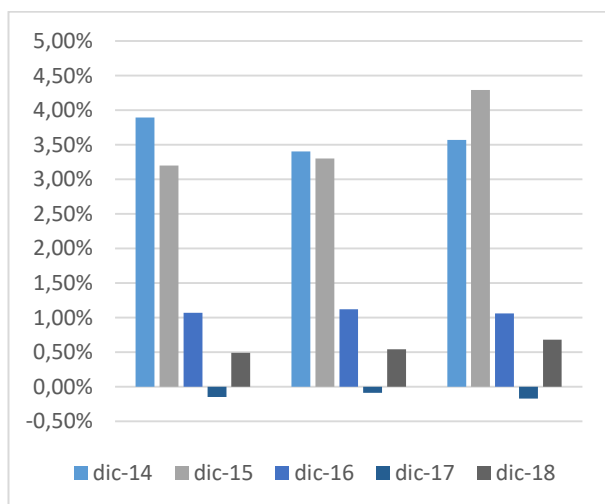


Figura 4 *Inflación por Ciudades*

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

La tendencia en Quito, implica que es un factor negativo, porque en la ciudad localización donde se establecerá el proyecto se obtendrá utilidades unitarias mínimas, que no permitirá el crecimiento.

2.01.01.05 Tasa de Riesgo País

“Hace referencia a la probabilidad de que un país, emisor de deuda, sea incapaz responder a sus compromisos de pago de deuda, en capital e intereses, en los términos acordados” (Montilla, 2017).

Tabla 5
Tasa de Riesgo País

FECHA	PUNTOS
ene-18	442
feb-18	490
mar-18	544
abr-18	667
may-18	671
jun-18	761
jul-18	603
ago-18	725
sep-18	622
oct-18	722
nov-18	740
dic-18	826

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

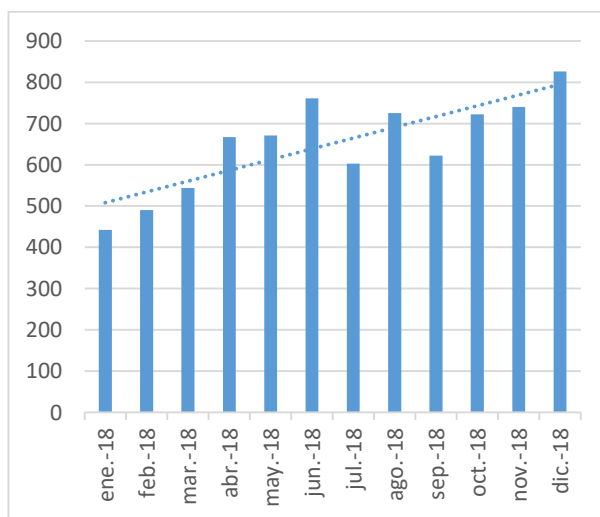


Figura 5 Tasa de Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

EL riesgo país tiene una tendencia creciente, es decir, que genera un factor negativo para el presente proyecto ya que la perspectiva de riesgo en el último mes del año 2018 es alta.

2.01.01.06 Tasa Interés

“Consiste en el precio que se recompensa por el uso del dinero ajeno, o ganancia que se obtiene al prestar o realizar un depósito de dinero” (Delgado, 2013).

2.01.01.07 Tasa Activa

“Precio que cobra una persona o institución crediticia por el dinero que presta” (Delgado, 2013).

Tabla 6
Tasa Activa

FECHA	TASA
dic-14	22,32%
dic-15	24,25%
dic-16	21,48%
dic-17	21,07%
dic-18	20,24%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Alexandra Sevilla

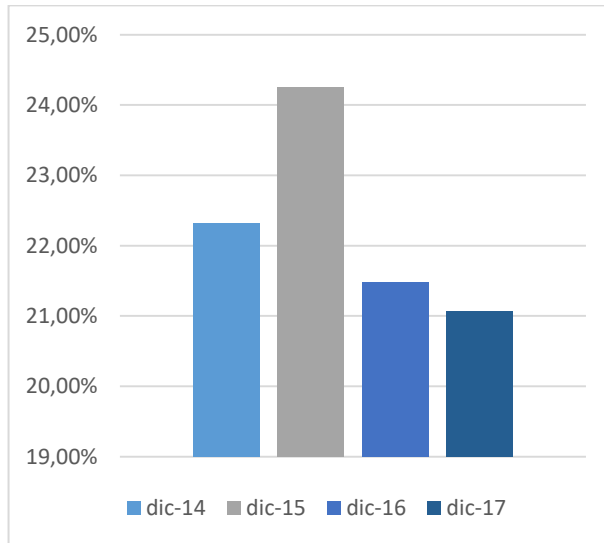


Figura 6 Tasa Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

La tendencia de tasa activa se fomenta a préstamos, que quiere decir, que tiene una tendencia baja de interés, factor positivo para el proyecto y se puede solicitar un crédito.

2.01.01.08 Tasa Pasiva

“Precio que se recibe por un depósito en los bancos” (Delgado, 2013).

Tabla 7

Tasa Pasiva Plazo Mayor a 1 Año

FECHA	TASA
dic-14	7,16%
dic-15	6,89%
dic-16	7,52%
dic-17	7,05%
dic-18	7,73%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

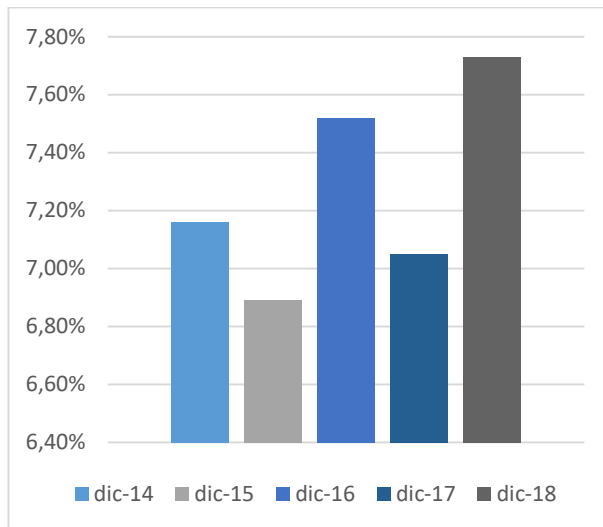


Figura 7 Tasa Pasiva Plazo Mayor a 1 Año

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

La tendencia de tasa pasiva se analiza por rentabilidad, ya que para el proyecto es factor positivo, porque mientras más sube se puede diversificar el riesgo y tener un mayor rendimiento en un plazo mayor a un año.

2.01.02 Factor Social

“El individuo vive en un contexto social que lo pone en contacto desde su nacimiento con otros seres humanos de los cuales depende para conservar su vida, formar su carácter y aprender el modo de ganarse el sustento” (Unam, 2010).

2.01.02.01 Población Económicamente Activa

“La población económicamente activa abarca todas las personas de uno u otro sexo que aportan su trabajo para producir bienes y servicios económicos comprendidos dentro de la frontera de producción” (Glejberman, 2012).

Tabla 8
Población Económicamente Activa

FECHA	PEA
dic-14	7194521
dic-15	7498528
dic-16	7874021
dic-17	8086048
dic-18	8027130

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

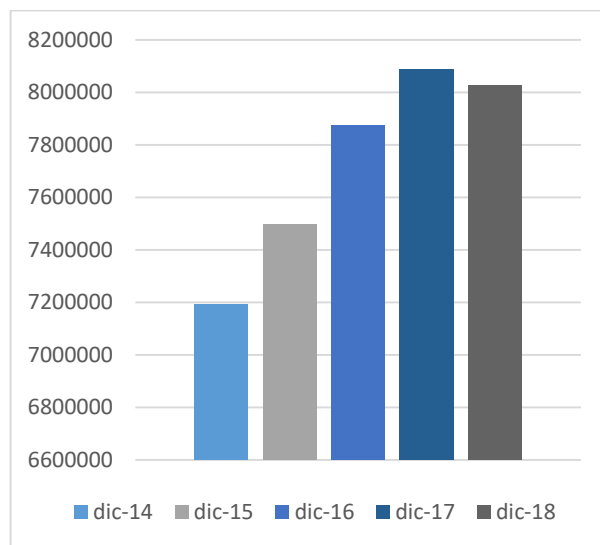


Figura 8 Población Económicamente Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

La tendencia de la Población Económicamente Activa va en aumento, es decir, que tiene relación directa con la tasa de crecimiento poblacional.

2.01.02.02 Empleo

“Se denomina empleo a la generación de valor a partir de la actividad producida por una persona. Es decir, el empleado contribuye con su trabajo y conocimientos en favor del empleador, a cambio de una compensación económica conocida como salario.” (Gil, 2017).

Tabla 9
Empleo

FECHA	CANTIDAD	EMPLEO
dic-14	6921107	49,30%
dic-15	7140636	46,50%
dic-16	7463579	41,20%
dic-17	7712177	42,30%
dic-18	7731032	40,60%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

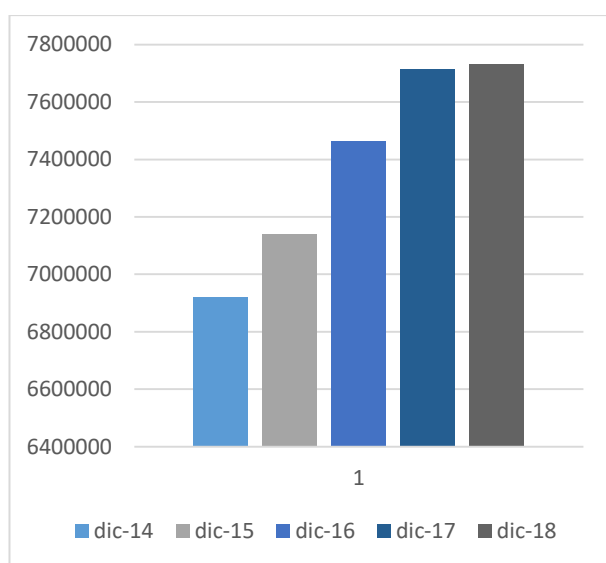


Figura 9 Empleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

Se conoce una tendencia de empleo creciente, que hay más personas con poder adquisitivo, es decir, que ganan más del básico establecido, ya que es un factor positivo para el proyecto y pueden adquirir el producto que se pretende ofertar actualmente.

2.01.02.03 Desempleo

“EL desempleo, es la situación en la que se halla cualquier persona que, teniendo edad, capacidad y el deseo de trabajar, no ocupa un puesto de trabajo y tiene dificultad para conseguirlo” (Riquelme, 2018).

Tabla 10
Desempleo

FECHA	CANTIDAD	%
dic-14	273414	3,80%
dic-15	357892	4,77%
dic-16	410441	5,20%
dic-17	373871	4,60%
dic-18	296097	3,70%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

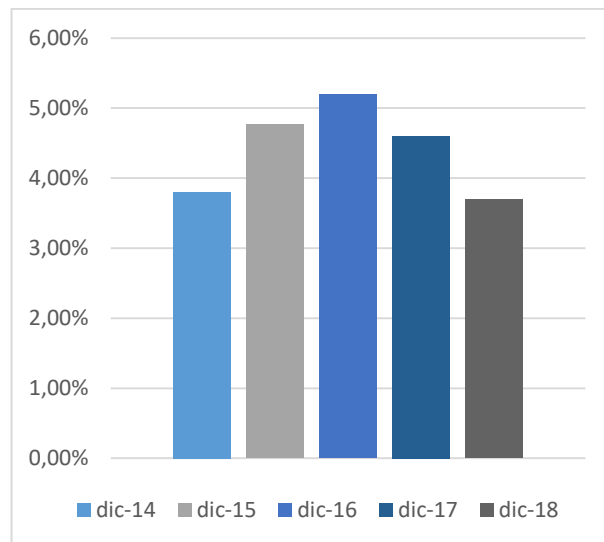


Figura 10 Desempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

El desempleo tiene una tendencia de altas y bajas constante, lo cual quiere decir que las personas prefieren estar en situación de subempleo en lugar de desempleo.

2.01.02.04 Subempleo

“Emplear a alguien en un puesto inferior al que le correspondería de acuerdo a su capacidad” (Gardey, 2010).

Tabla 11
Subempleo

FECHA	CANTIDAD	SUBEMPLEO
dic-14	925774	12,87%
dic-15	1050646	14,01%
dic-16	1564825	19,87%
dic-17	1602909	19,80%
dic-18	1323724	16,50%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

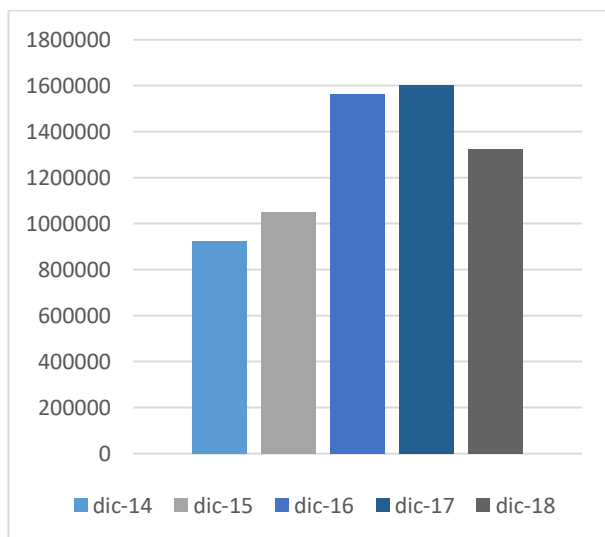


Figura 11 *Subempleo*

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Alexandra Sevilla

Al analizar el subempleo, se presenta un crecimiento equilibrado, por lo tanto, hay más personas que obtienen menos del sueldo básico y priorizan su consumo, ya que es un factor negativo para el proyecto, porque no podrán obtener el producto que se pretende ofertar actualmente.

2.01.03 Factor legal

Es aquel que debe cumplir con todos los permisos y obligaciones que se requiere para el funcionamiento de una microempresa.

El presente proyecto se determina como persona natural sin contabilidad, ya que se engloba en los siguientes parámetros:

Tabla 12

Factor Legal Parámetro

PARAMETRO	VALOR
CAPITAL	<=180000
INGRESOS	<= 300000
GASTOS	<= 240000

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

En este sentido, los permisos que se requieren son:

2.01.03.01 Permisos

Registro Único de Contribuyente

- Cédula y papeleta de votación
- Planilla de Servicios Básicos
- Contrato de arriendo (Si aplica).
- Formulario Servicio de Rentas Internas

A la apertura del Registro Único de Contribuyentes se determinan la razón social del proyecto, así como su nombre comercial. Estos son:

Razón Social: Alexandra Pamela Sevilla Reisancho

Nombre Comercial: ORIGAMES

Requisitos para sacar la Patente Municipal de Quito

- Formulario de inscripción de patente
- Copia de la cédula y papeleta de votación
- Copia del RUC , correo electrónico y número telefónico

Certificado de seguridad del cuerpo de bombero

- Adquirir un extintor según dimensiones del local
- Recargar según su fecha de vencimiento

Requisitos para la LUAE

- Formulario de solicitud LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia del representante legal (Si declara rotulo)
- Si el local no es propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo.

2.01.04 Factor Tecnológico

El presente proyecto a realizar no necesita de tecnología, ya que se trata de manualidades artísticas llamado origami y se utiliza solo las habilidades manuales para armar varias figuras en 3D. Esto es bueno ya que los costos iniciales serán bajos.

2.02 Entorno Local

“El entorno local se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y existentes, mediante el fomento de las capacidades de emprendimiento empresarial local y la creación de un entorno innovador en el territorio” (Carpio, 2000).

2.02.01 Clientes

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios (Thompson, 2009).

Para establecer un perfil ideal de cliente se realizó un micro segmentación del mercado y se obtuvo lo siguiente:

Tabla 13
Micro Segmentación del Mercado

VARIABLE	RESPUESTA
Genero	Hombre y Mujer
Edad	18 Años en adelante
Nivel de Ingreso	Medio, Medio Alto y Alto
Ubicación	Sur de Quito
Frecuencia de Consumo	Semanal y Mensual
Nacionalidad	Ecuatorianos y Extranjeros

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Además, se considera que hay posibilidades de vender el producto a los siguientes clientes mayoristas:

Tabla 14
Clientes Mayoristas

NOMBRE	UBICACIÓN
Airkolor	Mariscal Sucre y Calle Oe6
El Éxito Novedades	Joaquín Rúales y Vascones
Papelería Zuly	Francisco Rueda S22-23 y Oe4 N
Camly. Net	Cdla. Ibarra OE1-450 y Calle 8

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

2.02.02 Proveedores

“Un proveedor es una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán vendidos directamente o transformados para su posterior venta” (Castro, 2009).

Para seleccionar al proveedor se tomaron en cuenta factores básicos como: calidad, precio, tiempos de entrega y garantías. Con esto se tienen los siguientes resultados:

Tabla 15
Proveedores

NOMBRE	INSUMO	FRECUENCIA DE SELECCIÓN
Dilipa	Papel Bond	Calidad y Convenio
Papelería Popular	Escarcha	Precio y Calidad
Paco	Escarcha	Descuento y Calidad
Favisa	Papel Bond	Convenio y Descuento
Clip Papelería	Papel Bond	Calidad y Tiempo
Mas Papeles	Escarcha	Precio y Garantía

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

2.02.03 Competidores

Son aquellas personas que se dedican a producir y vender un mismo producto o servicio que satisfaga la necesidad de la sociedad.

Al realizar un análisis in situ y mediante la técnica de la observación, se determina que no hay competidores en la zona, sin embargo, existen potenciales competidores que en el lugar establecido lleguen a ponerse sucursales dependiendo del éxito del presente proyecto. En este caso, los potenciales competidores serán:

Tabla 16
Competidores

NOMBRE	UBICACIÓN ACTUAL
Club de Origami Mundo de Papel	Norte de Quito. El Batan
La Nueva Comuna	Floresta
Origami Pichincha	Centro de Quito. Av. Pichincha

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

2.03 Matriz FODA

2.03.01 Análisis de Factores Externos

Desde un punto de vista el proyecto se enfoca en los Factores Externos, es decir, oportunidades y amenazas, ya que la microempresa se está recién estableciendo y aun no se encuentra en marcha, por lo tanto, los factores internos no se puede definir con exactitud.

Tabla 17
Factores Externos

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Entrar en nuevos mercados	Competencia
Mercado creciente	Mala calidad materia prima
Conocimiento del producto	Exigencia de los clientes
Aprovechar la experiencia	Impuestos

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Conocimiento del producto: Entre mejor se conozca el producto habrá mejores ingresos.

Aprovechar la experiencia: Entre mejor se fluya la habilidad manual haciendo origamis, más se va aprendiendo personalmente.

Competencia: Existencia del mismo producto lo que provoca una competencia en precios y variedad.

Exigencia en los clientes: Información que se le da al cliente para justificar la decisión de la compra del producto.

2.04 Propuesta Estratégica

“Es el conjunto de valores, prácticas y creencias que son la razón de ser de la empresa y representan el compromiso de la organización ante la sociedad” (López, 2014).

2.04.01 Misión

“La misión es el elemento que da la razón de ser, constituye la esencia de toda persona, empresa u organización. La misión indicará que es lo que hacemos, hacia donde está dirigido nuestro esfuerzo y aquello que nos hace diferentes” (Taylor, 2010).

Ofrecer a nuestros clientes, la elaboración artesanal de “origamis” con calidad nacional, con diseños innovadores, fomentando la utilización de mano de obra y materia prima ecuatoriana con el uso de principios y valores.

2.04.02 Visión

“La visión es ese punto en el futuro a donde queremos llegar, que es lo que queremos lograr con el paso del tiempo en un muy largo plazo” (Taylor, 2010).

Llegar a ser para el año 2024 una empresa líder en la elaboración de artesanía origami; generando fuentes de trabajo y alcanzar niveles de rentabilidad con producto innovador, de calidad y materia prima nacional, a un precio accesible, cumpliendo con responsabilidad, puntualidad y efectividad con las exigencias del mercado.

2.04.03 Objetivos

2.04.03.01 Objetivo General

Obtener la rentabilidad adecuada y deseada sin olvidar los principios de responsabilidad social.

2.04.03.02 Objetivos Específicos

- Fomentar la creación de diseños atractivos y novedosos.
- Hacer un análisis de precio, con el fin de identificar la mejor alternativa para el consumidor final.
- Satisfacer las necesidades de los clientes a través de un servicio eficiente.

2.04.04 Principios y/o Valores

Para que la empresa pueda desenvolverse de una manera adecuada se guiará en los siguientes principios y valores:

Principios

- **Cultura de calidad:** Producir productos manipulando con los hábitos de procesos de mejoramiento continuo de calidad.
- **Trabajo en equipo:** Realizar las actividades en equipo para maximizar los resultados y el crecimiento esperado.
- **Resultados:** Obtener una rentabilidad que pueda cubrir todos los gastos y costos de la microempresa, como garantía y confianza del crecimiento.
- **Confiabilidad:** Se generará confiabilidad en los productos cumpliendo con normas específicas de calidad e higiene.

Valores

- **Creatividad:** Buscar siempre nuevas formas de realizar las actividades de modo que sea beneficioso a la microempresa.
- **Honestidad:** Actuar con rectitud y veracidad en todas las actividades encomendadas.
- **Responsabilidad:** Asumir las consecuencias de lo que haga o deje de hacer en la microempresa, cumpliendo las obligaciones y compromisos.
- **Crecimiento:** Desarrollo continuo de productos, mercado, clientes, distribución y el fortalecimiento de la microempresa.

2.04.05 Gestión Administrativa

“La gestión administrativa es el conjunto de formas, acciones y mecanismos que permiten utilizar los recursos humanos, materiales y financieros de una empresa, a fin de alcanzar el objetivo propuesto” (Matters, 2018).

Es importante para obtener el éxito de los procesos que se lleva a cabo en la organización para el fortalecimiento de la actividad empresarial y mejoramiento.

2.04.05.01 Organigrama



Figura12 Organigrama Gerente General

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

2.04.05.02 Manual de Funciones

	
CARGO	GERENTE GENERAL
REQUISITOS ACADÉMICOS	TECNOLOGÍA BANCA Y FINANZAS
EXPERIENCIA LABORAL	1 AÑO
FUNCIONES 1. Administrar el giro del negocio. 2. Dirigir a los departamentos. 3. Planificar. 4. Contratar personal adecuado. 5. Analizar los problemas de la empresa.	

Figura 13 Manual de Funciones Gerente General

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

2.04.06 Gestión Operativa

“La gestión operativa es un proceso por el cual se orienta, se previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un fin, un objetivo o a resultados de una organización todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo requerido” (Torres, 2012).

Es importante, porque se realizan las operaciones diarias, va creciendo la producción y así se va llegando a lo propuesto actualmente para tener mejores ingresos y conozcan el producto realizado.

2.04.06.01 Organigrama



Figura 14 Organigrama Operario 1

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

2.04.06.02 Manual De Funciones

	
CARGO	OPERARIO 1
REQUISITOS ACADÉMICOS	BACHILLER
EXPERIENCIA LABORAL	1 AÑO
FUNCIONES 1. Diseñar. 2. Control de calidad. 3. Administración del nivel de materia. 4. Sugerir maneras de mejorar el proceso. 5. Rendir información de desempeño.	

Figura 15 Manual de Funciones Operario 1

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

2.04.07 Gestión Comercial

“La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado” (Palomo, 2001).

Es importante porque es una de las herramientas fundamentales para lograr los objetivos y que conozcan el producto en sí y de aquí se recolecta el dinero para así poder invertir de lo mismo para seguir con el aumento del mercado.

2.04.07.01 Organigrama

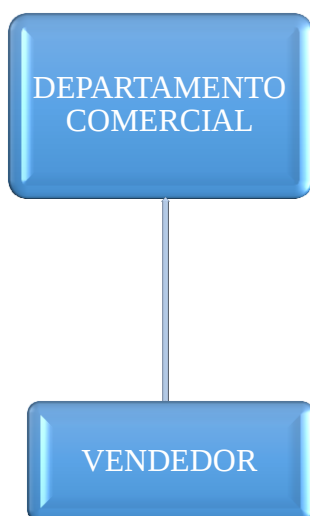


Figura 16 Organigrama Vendedor
Fuente: Investigación Propia
Autor: Alexandra Sevilla

2.04.07.02 Manual de Funciones



CARGO	VENDEDOR
REQUISITOS ACADEMICOS	BACHILLER
EXPERIENCIA LABORAL	1 AÑO
FUNCIONES 1. Vender. 2. Asesorar a los clientes. 3. Cuidar imagen de la empresa y personal. 4. Captar nuevos clientes. 5. Elaborar y comunicar un reporte de ventas.	

Figura 17 Manual de Funciones Vendedor

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

2.04.07.03 Marketing Mix

❖ Producto

“Producto es todo aquello que la empresa o la organización realiza o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores” (Arellano, 2000).

Los origamis son figuras realizadas a mano como flores, animales y otras figuras para adornos, no se utiliza ni tijeras ni pegamento se pone escarcha para que quede mejor luminoso ya que para armar se hace piezas triangulares, pueden ser de distintos tamaños, diversos colores, según y cómo el cliente lo desee.

Los tamaños van desde 30cm hasta el más pequeño que mide 10cm, puede haber más grandes siempre y cuando el cliente lo desee y es bajo pedido.

- **LOGO Y SLOGAN**



Figura 18 Logotipo

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Logo: Representa las piezas que se realiza para armar los diferentes origamis de colores.

Slogan: Representa un juego de armar varias figuras según lo que pida el cliente.

❖ **Precio**

“Un precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio.

En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar un producto o servicio” (Kotler, 2010).

Para definir el precio de un bien o servicio se pueden utilizar distintas metodologías de fijación. Las más conocidas son:

Precio Sombra: Es aquel que no tiene un precio en el mercado y tendrá como una referencia en la competencia.

Precio con Costeo: Aquí se encuentra el costo unitario de producción y el nivel deseado de margen sobre la venta.

Se puede utilizar el precio de coste, ya que mediante esta metodología se ve los gastos de materiales que se va a utilizar en dichos origamis y se calcula el precio por unidad del tamaño de las figuras origamis.

❖ **Plaza**

“Se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen” (Vargas, 2015).

- **Canal de Distribución**

Para el presente proyecto se considera adecuado utilizar dos canales de distribución.

El uno simple sin intermediario y un segundo canal de distribución para clientes mayoristas compuesto por un intermediario.

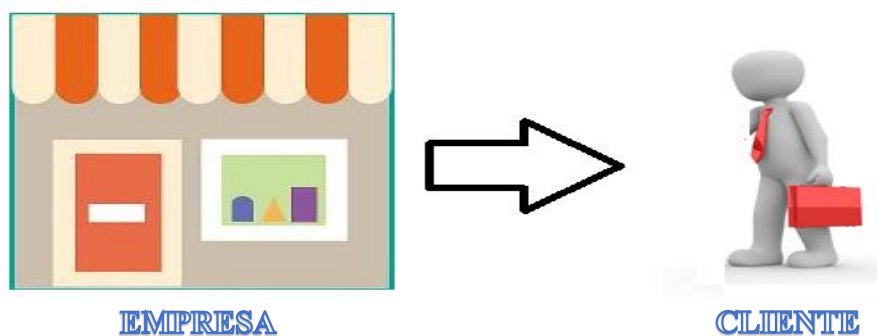


Figura 19 Canal de Distribución Simple

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

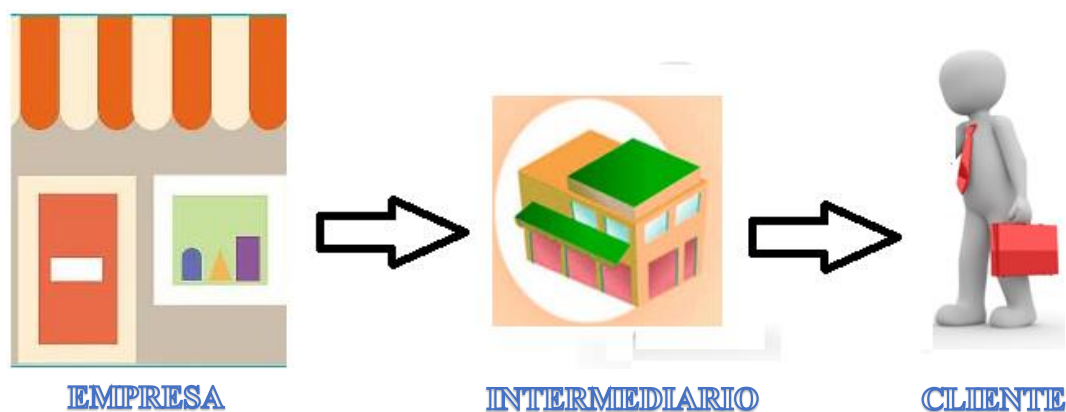


Figura 20 Canal de Distribución con Intermediario

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

❖ Promoción

“La promoción abarca las actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los clientes de comprarlo” (Kotler, 2010).

Para una correcta comercialización de los productos se utilizará las siguientes estrategias de comercialización:

- **Redes Sociales**

Por medio de la red social se va a utilizar lo que es Facebook, Instagram en el que se va a subir imágenes de los origamis, precios y ubicación.

- **Web**

Por medio de web se va a crear una página del proyecto en el que las personas verán todo el arte que hay del origami las figuras y podrán acercarse a la ubicación.

Todo lo referente a las estrategias de comercialización y la imagen y papelería corporativa se indica en el ANEXO 1.

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

“El estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización” (Kotler, 2010).

3.01 Análisis del Consumidor

Análisis del consumidor, nos referimos a descifrar la manera en la que piensan los clientes y todos los aspectos que podrían influenciar en sus decisiones de compra. La problemática surge al darnos cuenta que el comportamiento ante un mismo estímulo es diferente en cada persona o hasta algunas veces es distinto al repetirlo varias veces en la misma persona, dándonos a entender que es un campo muy complejo, que demanda suma delicadeza y dedicación (Campos, 2015).

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra

❖ Población

“Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado” (Wigodski, 2010).

Tabla 18
Población

SEGMENTO	HABITANTES
Ecuador	17.267.986
Sierra	7.733.725
Pichincha	3.172.200
Quito	2.735.987
Eloy Alfaro	14.245
Pea	11.396

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

❖ Muestra

“La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuan representativo se quiera sea el estudio de la población” (Wigodski, 2010).

Para establecer la muestra se realiza con la siguiente formula:

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

Elementos de la Fórmula significados

- Z.- Nivel de confianza
- N.- Población
- p.- Probabilidad del éxito
- q.- Probabilidad de fracaso
- e.- Margen de error
- n.-?

Reemplazo de fórmula

$$n = \frac{1,96^2 * (11.396) * (0,5) * (0,5)}{0,05^2 * (11.396 - 1) + (1,96^2 * (0,5 * 0,5))}$$

$$n = \frac{10.945}{29}$$

$$n = 372$$

3.01.02 Técnicas de Obtención de Información

“Son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes que le permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada” (García, 2014).

❖ 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 (Malhotra, 2006).

❖ Entrevista

“La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado” (Díaz, 2013).

❖ Observación

“La observación pretende describir, explicar, y comprender, descubrir patrones. Es un instrumento que viene dado al ser humano, que utiliza la información que captan nuestros sentidos, y permite el aprendizaje” (Taylor, 1984).

Para el presente proyecto que relativamente es nuevo se utilizará la técnica de la encuesta ya que es el mejor que se ajusta al mercado para obtener los datos reales y elaborar el análisis con sus respectivas interpretaciones de una manera sencilla. El modelo de la encuesta se indica en el ANEXO 2.

3.01.03 Análisis de la Información

“Análisis de la Información al proceso de decodificar los datos que contiene un documento específico, a través de operaciones de procesamiento, que permitan el acceso y recuperación de datos, en aras de traducirlo posteriormente a un lenguaje entendible” (Holguín, 2016).

Para obtener la información correspondiente a lo requerido se realizó mediante encuesta, en el cual se hizo el análisis respectivo de tabulación en Microsoft Excel, para obtener resultados correspondientes al proyecto.

1. Pregunta1. ¿Adquiere usted artesanías?

Tabla 19

Consumo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	300	81%
NO	72	19%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

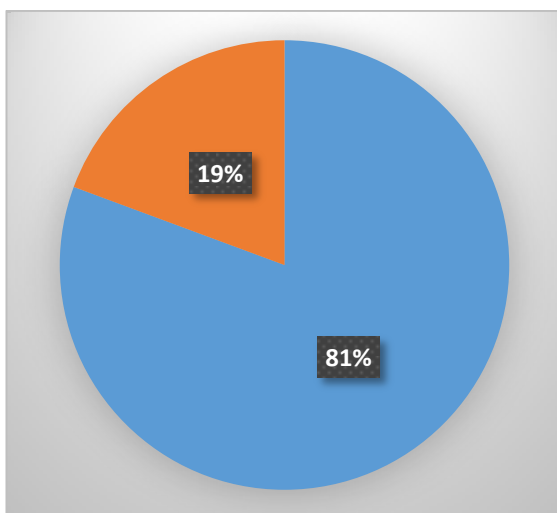


Figura 21 Consumo

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

Se conoce que en la encuesta realizada no se adquiere el 19% de artesanía, ya que el 81% si adquieren la artesanía, es decir, que es factible para el presente proyecto, ya que hay más posibilidades de compra de una artesanía.

2. ¿Con que frecuencia adquiere usted artesanías?

Tabla 20

Frecuencia de consumo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	60	20%
Quincenal	40	13%
Mensual	90	30%
Anual	110	37%
TOTAL	300	100%
N/A	72	
TOTAL	372	

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

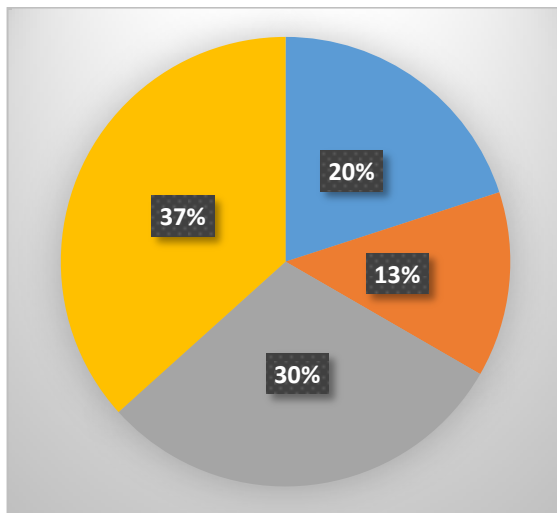


Figura 22 Frecuencia de Consumo

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

Se conoce que hay un rango de porcentajes de consumo, es decir, el 13% quincenal, 20% semanal, 30% mensual y 37% anualmente, que en si se va obteniendo dicha artesanía.

3. ¿Cuánto gasta usted en promedio en la compra de artesanía?

Tabla 21

Gasto Promedio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 a 10	100	33%
10 a 15	90	30%
15 a 20	70	23%
> 20	40	13%
TOTAL	300	100%
N/A	72	
TOTAL	372	

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

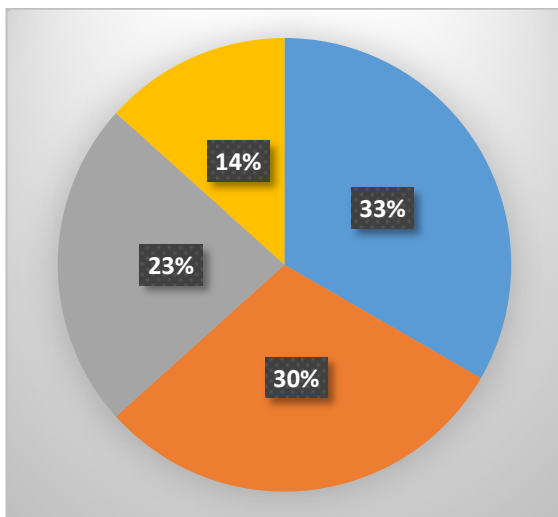


Figura 23 Gasto Promedio

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

Se conoce que se tiene varios porcentajes de gasto en una artesanía, pero el más alto es de 33% que es de 5 a 10 es un gasto positivo para el proyecto, ya que se obtendrá mayor factibilidad.

4. ¿Se siente satisfecho con la oferta actual de artesanía?

Tabla 22

Oferta Actual

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	120	40%
No	180	60%
TOTAL	300	100%
N/A	72	
TOTAL	372	

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

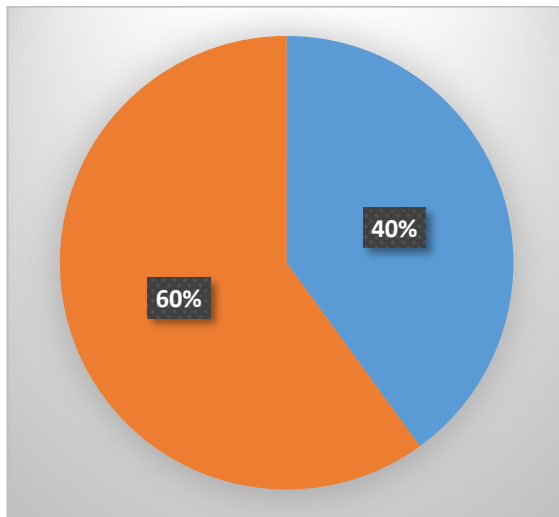


Figura 24 Oferta Actual

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

Se da a conocer que en si pueden comprar una artesanía, pero no se sienten satisfechos con una oferta, ya que son el 60% insatisfechos a la oferta actual, es decir, que se puede obtener un equilibrio de mejora para el presente proyecto.

5. ¿Le gustaría a usted adquirir artesanías hechas a base de papel bond de colores?

Tabla 23

Adquisición de Artesanía

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	210	56%
No	162	44%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

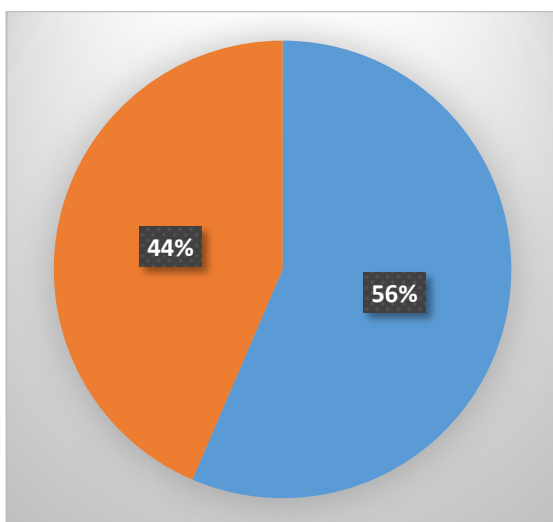


Figura 25 Adquisición de Artesanía

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

Tiene un gran porcentaje de aceptación de adquirir artesanía a base de papel bond, dichas figuras llamadas origamis, ya que llega al 56% de obtener la artesanía por el mismo hecho que es un producto nuevo y se puede adquirir según el modelo que deseen,

6. ¿Al momento de comprar la artesanía hecha en papel bond de colores, que es lo primero que toma en cuenta?

Tabla 24

Frecuencia de Detalles

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	30	14%
Acabados	20	10%
Modelo	90	43%
Precio	70	33%
TOTAL	210	100%
N/A	162	
TOTAL	372	

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

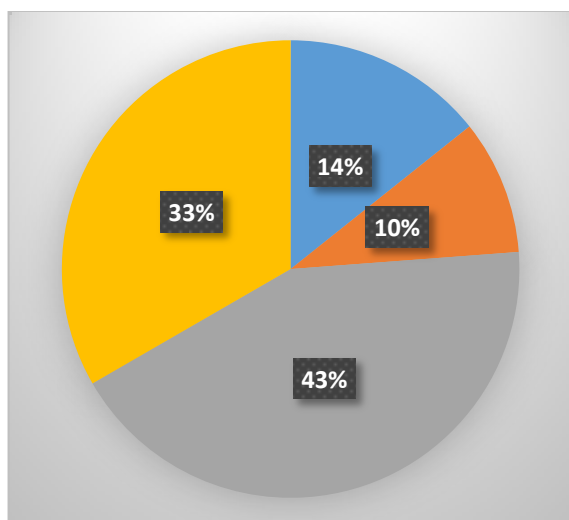


Figura 26 Frecuencia de Detalles

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

Se conoce que en los detalles de una figura origami se basan el 43 % antes de la compra en el modelo que quiere adquirir el cliente, es decir, un origami bien diseñado.

7. ¿En qué tamaño compraría usted la artesanía de papel bond de colores?

Tabla 25

Tamaño de Artesanía

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pequeño	70	33%
Mediano	60	29%
Grande	80	38%
TOTAL	210	100%
N/A	162	
TOTAL	372	

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

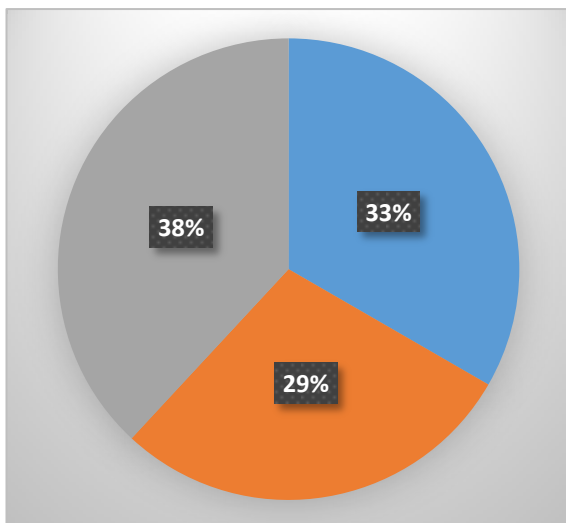


Figura 27 *Tamaño de Artesanía*

Fuente: Encuesta

Autor: Alexandra Sevilla

Según la encuesta realizada a la población, la compra de la artesanía hecha en papel bon de colores comprarían el 38% el tamaño grande, es decir, para mayor visibilidad de la artesanía.

3.02 Demanda

“Es la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios, a una unidad de tiempo específica (un día, un mes, un año, etc.) ya que sin un parámetro temporal no podemos decir si una cantidad de demanda crece o decrece” (Martínez, 2014).

3.02.01 Demanda Histórica

Es aquella que tiene datos anteriores al año actual, en el que se puede basar para poder realizar una demanda actual.

Tabla 26
Demanda Histórica

AÑOS	DEMANDA
2018	137453
2017	133742
2016	130131
2015	126617
2014	123199

Fuente: Investigación propia
Autor: Alexandra Sevilla

3.02.02 Demanda Actual

“Es la capacidad de compra que el consumidor tiene en determinado momento, en función de su poder adquisitivo y en relación con los precios de los productos y servicios que se ofrecen en el mercado ” (Vega, 1993, Pág. 78).

Tabla 27
Demanda Actual

ALTERNATIVAS	%	FRECUENCIA	DEMANDA
Semanal	20%	1608	83635
Quincenal	13%	1072	25734
Mensual	30%	2413	28950
Anual	37%	2949	2949
Total			141267

Fuente: Investigación propia

Autor: Alexandra Sevilla

Para calcular la demanda actual según las alternativas, se obtiene con el porcentaje proyectado de los consumidores y la frecuencia.

3.02.03 Demanda Proyectada

“Es aquella que se espera obtener mediante la ejecución de planes de mercadeo de mediano y largo plazo. Precisamente en virtud de la demanda futura se ha desarrollado las técnicas para el pronóstico del mercado” (Vega, 1993, Pág. 78).

Tabla 28
Demanda Proyectada

AÑOS	DEMANDA
2020	145082
2021	148999
2022	153022
2023	157153
2024	161397

Fuente: Investigación propia

Autor: Alexandra Sevilla

Para proyectar la demanda, se utilizó la tasa de crecimiento poblacional proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

3.03 Oferta

La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un período dado (Macedo, 2006, pág. 45).

3.03.01 Oferta Histórica

Es una oferta que se da anteriormente al producto como se dice datos históricos, no hay una definición relativa.

Tabla 29
Oferta Histórica

AÑO	OFERTA
2018	54981
2017	53497
2016	52052
2015	50647
2014	49280

Fuente: Investigación propia
Autor: Alexandra Sevilla

3.03.02 Oferta Actual

La oferta actual es aquella que se obtiene de la demanda actual con los porcentajes del consumo del producto.

Tabla 30
Oferta Actual

AÑO	OFERTA
2019	56507

Fuente: Investigación propia
Autor: Alexandra Sevilla

3.03.03 Oferta Proyectada

Es aquella que se obtiene de la demanda proyectada con el porcentaje de los resultados obtenidos.

Tabla 31
Oferta Proyectada

AÑO	OFERTA
2020	58033
2021	59600
2022	61209
2023	62861
2024	64559

Fuente: Investigación propia

Autor: Alexandra Sevilla

3.04 Productos Sustitutivos

“Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad. Con el avance tecnológico el sustituto se va posicionando sobre el otro hasta sacar al producto original del mercado” (Santillán, 2008).

Para el presente proyecto se han considerado a los siguientes productos sustitutivos:

- Figuras en cerámica
- Figuras en espuma Flex
- Figuras en plastilina
- Figuras en madera
- Figuras en conchas de mar

El más significativo las figuras de plastilina que para la oferta que se conoce del año 2018 es de 54124.

3.04.01 Oferta Histórica

“Es una oferta sustitutiva que se da anteriormente al producto como se dice datos históricos, no hay una definición relativa”.

Tabla 32
Oferta Histórica Sustituta

AÑOS	OFERTA
2017	53615
2016	53111
2015	52612
2014	52117
2013	51628

Fuente: Investigación propia
Autor: Alexandra Sevilla

3.04.02 Oferta Actual

La oferta actual sustitutiva es aquella que se obtiene de la demanda actual sustituta con los porcentajes del consumo del producto.

Tabla 33
Oferta Actual Sustituta

AÑO	OFERTA
2018	54124

Fuente: Investigación propia
Autor: Alexandra Sevilla

3.04.03 Oferta Proyectada

Es aquella que se obtiene de la demanda proyectada sustituta con el porcentaje de los resultados obtenidos.

Tabla 34
Oferta Proyectada Sustituta

AÑOS	OFERTA
2019	54633
2020	55146
2021	55665
2022	56188
2023	56716

Fuente: Investigación propia
Autor: Alexandra Sevilla

3.05 Balance de Oferta y Demanda

Es uno de los principios básicos de la economía de mercado, y determina un punto clave en el que existe un equilibrio entre la oferta y la demanda de un producto en un mercado y que se traduce en un precio concreto. Para ello, debe existir una libre competencia regulada que permita la entrada a los diferentes componentes. De esta forma, cualquier variación que se produzca en la oferta y en la demanda, tendrá consecuencias directas en el precio (Holguín, 2016).

3.05.01 Balance Actual (Demanda Insatisfecha)

“Aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta” (Vásquez, 2018).

Tabla 35
Balance Actual

AÑO	DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL
2019	141267	56507	84760

Fuente: Investigación propia
Autor: Alexandra Sevilla

3.05.02 Balance Projectado (Demanda Insatisfecha)

Es aquella demanda insatisfecha proyectada que no ha sido cubierta en el mercado.

Tabla 36
Balance Projectado

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA
2020	145082	58033	87049
2021	148999	59600	89399
2022	153022	61209	91813
2023	157153	62861	94292
2024	161397	64559	96838

Fuente: Investigación propia

Autor: Alexandra Sevilla

Indica que si hay un mercado insatisfecho que el presente proyecta o tratara de satisfacer. Si bien no es su totalidad, si en un porcentaje definido por el análisis de capacidades del mismo.

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita (Rosales, 2005).

4.01 Tamaño del Proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto (Rojas, 2007).

4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc (Nunes, 2015).

Tabla 37
Capacidad Instalada

CAPACIDAD	UNIDADES
Diaria	29
Semanal	144
Mensual	575
Anual	6900

Fuente: Investigación propia
Autor: Alexandra Sevilla

4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad óptima de la empresa permite conocer el volumen de producción de la misma, determinando, por tanto, las necesidades de recursos financieros y gran parte de los costes fijos. Todo ello hace que sea una de las decisiones más críticas a largo plazo que la empresa debe tomar (Martin, 2014).

Tabla 38
Capacidad Óptima

CAPACIDAD	UNIDADES
Diaria	23
Semanal	115
Mensual	460
Anual	5520

Fuente: Investigación propia
Autor: Alexandra Sevilla

4.02 Localización

La localización es el lugar donde se instala un ser u objeto en un determinado lugar.

4.02.01 Macro

Tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas. La región seleccionada puede ser en el ámbito internacional, nacional o territorial, solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico (Hernández, 2012).

Tabla 39

Macro - Localización

MACRO - LOCALIZACIÓN

País:	ECUADOR
Región:	SIERRA
Provincia:	PICHINCHA
Cantón:	QUITO
Parroquia:	ELOY ALFARO

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla



Figura 28 Mapa de Quito

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

4.02.02 Micro – Localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido (Marín, 2012).

En este sentido, la micro localización corresponde a la Parroquia Eloy Alfaro, concretamente al barrio los andes.

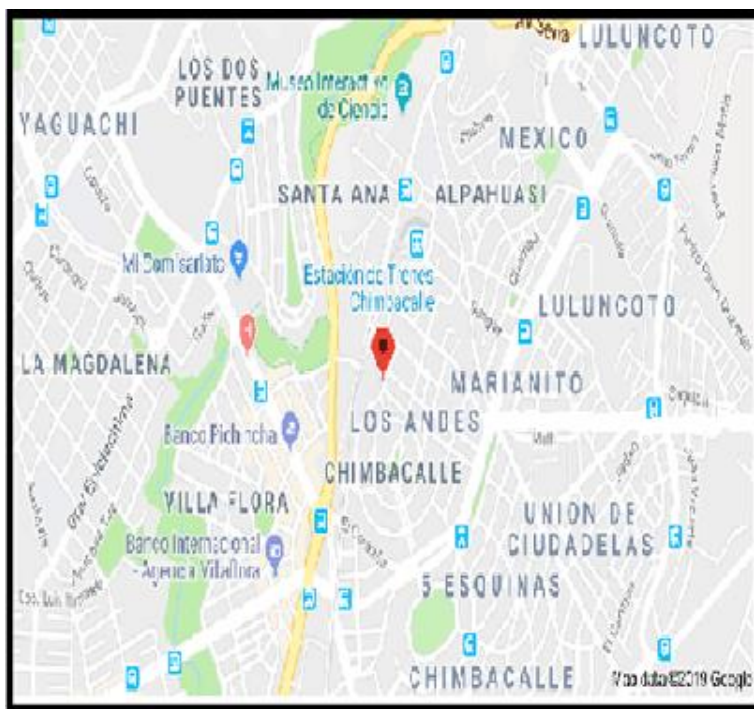


Figura 29 Parroquia Eloy Alfaro

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

4.02.03 Localización Óptima

La localización óptima es donde se puede obtener la mayor tasa de rentabilidad sobre capital y poder determinar el sitio donde se instalará la planta.

Dentro del Barrio Los Andes se han seleccionado tres posibles alternativas de ubicación:

Alternativa 1: Av. Villonaco S8-190 y Los Andes

Alternativa 2: Av. Villonaco y Tungurahua

Alternativa 3: Av. Los Andes e Ilinizas

Para seleccionar de estas alternativas la ubicación óptima se utilizará el criterio de ponderación de factores:

Tabla 40
Ponderación

FACTORES	PONDERACIÓN	ALTERNATIVA 1		ALTERNATIVA 2		ALTERNATIVA 3	
		PUNTAJE	CALIFICACIÓN	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	PUNTAJE	CALIFICACIÓN
COSTO	40%	4	1,6	1	0,4	1	0,4
INFRAESTRUCTURA	20%	3	0,6	2	0,4	3	0,6
UBICACIÓN	15%	3	0,45	2	0,3	3	0,45
SEGURIDAD	10%	3	0,3	2	0,2	2	0,2
GARANTIAS	5%	2	0,1	2	0,1	2	0,1
VISIBILIDAD	5%	3	0,15	2	0,1	3	0,15
ACCESIBILIDAD	5%	3	0,15	2	0,1	3	0,15
TOTAL	100%		3,35		1,6		2,05

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Como se puede evidenciar, la mejor alternativa es la 1, es decir, Av. Villonaco S8-190 y Los Andes. Esta alternativa cuenta con un área de 38m².



Figura 30 Ubicación de Local
Fuente: Investigación Propia
Autor: Alexandra Sevilla

40.3 Ingeniería del Producto

4.03.01 Definición del Bien

“Los bienes y servicios son los productos más básicos de un sistema económico que se componen de elementos consumibles tangibles (bienes) y tareas que los individuos desempeñan (servicios)” (Bujan, 2018).

Los origamis son figuras realizadas a mano como flores, animales y otras figuras para adornos, no se utiliza ni tijeras ni pegamento se pone escarcha para que quede de mejor manera luminoso, ya que se hace piezas triangulares y serán de distintos tamaños y colores, según y cómo el cliente lo desee.

Los tamaños van desde 30cm hasta el más pequeño que mide 10cm, puede haber más grandes siempre y cuando el cliente lo desee y es bajo pedido.

4.03.02 Distribución de Planta

Distribución de planta son uno de los aspectos clave que determinan la eficiencia de las operaciones a largo plazo. Las distribuciones tienen numerosas implicaciones estratégicas, ya que establecen prioridades competitivas en una organización, con respecto a la capacidad, los procesos, la flexibilidad y los costos; están asociadas con el horizonte de decisión táctico, y están consagradas a la concreción de decisiones estratégicas, como la localización de planta (Hartl, 2011).

Para una correcta distribución se utilizará el criterio de la matriz SLP. Esta matriz responde a los siguientes códigos:

Tabla 41

Código de Cercanía

N	CÓDIGO DE CERCANÍA
1	Por Procesos
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Tabla 42

Razones de Cercanía

LETRA	RAZONES DE CERCANÍA
A	Absolutamente necesario que está cerca
E	Especialmente necesario que está cerca
I	Importante que está cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía Indiferente
X	Cercanía Indeseable

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

La matriz SLP se presenta a continuación:

Tabla 43
Matriz Triangular SLP

Area Administrativa						
Area Produccion y Pruebas de Calidad	I2					
Area de Ventas	E1	I2	O2			
Recepcion	O2	O2	A1	I2		
Bodega	O2	E1	I5	I5	I5	
Baño	O2	I5	I5	I5	I5	I5
	U5					

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Con esto se presenta el siguiente plano del local

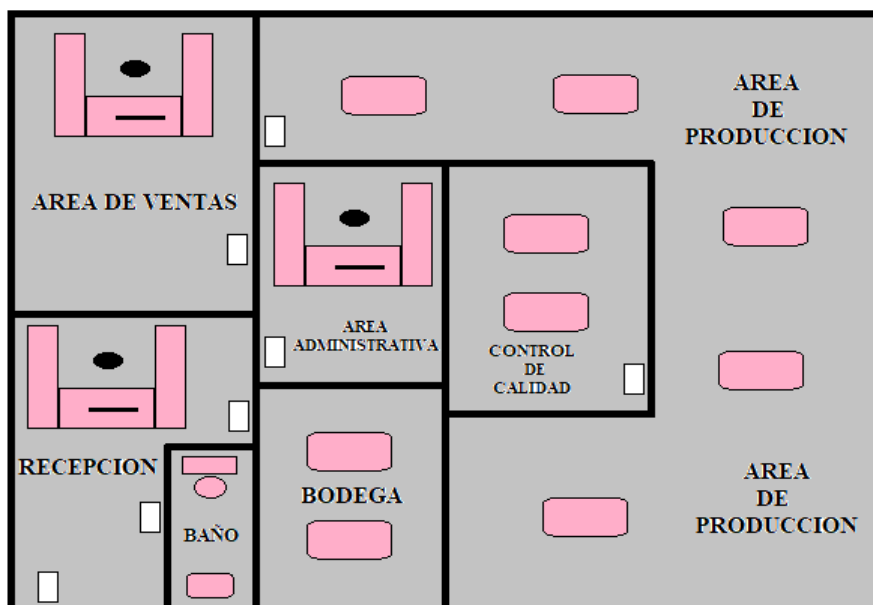


Figura 31 Distribución de Planta

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Las medidas específicas de distribución de planta son:

Tabla 44
Distribución de Planta

ÁREA	METROS
Área de ventas	5 m2
Área de producción	10m2
Área administrativa	5m2
Control de calidad	5m2
Bodega	5m2
Recepción	5m2
Baño	3m2
TOTAL	38m2

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

4.03.03 Proceso Productivo

“El concepto de proceso productivo designa a aquella serie de operaciones que se llevan a cabo y que son ampliamente necesarias para concretar la producción de un bien o de un servicio” (Ucha, 2013).

Para tener un mejor desarrollo del origami se da a conocer un flujograma de proceso, paso a paso, para mejor disposición a la venta y el cliente este satisfecho con un buen producto de buena calidad.

El flujograma de procesos corresponde a tal capacidad de tener un orden específico del desarrollo del producto y así motivar al empleado como al cliente que va a obtener el origami de materia prima nacional de calidad

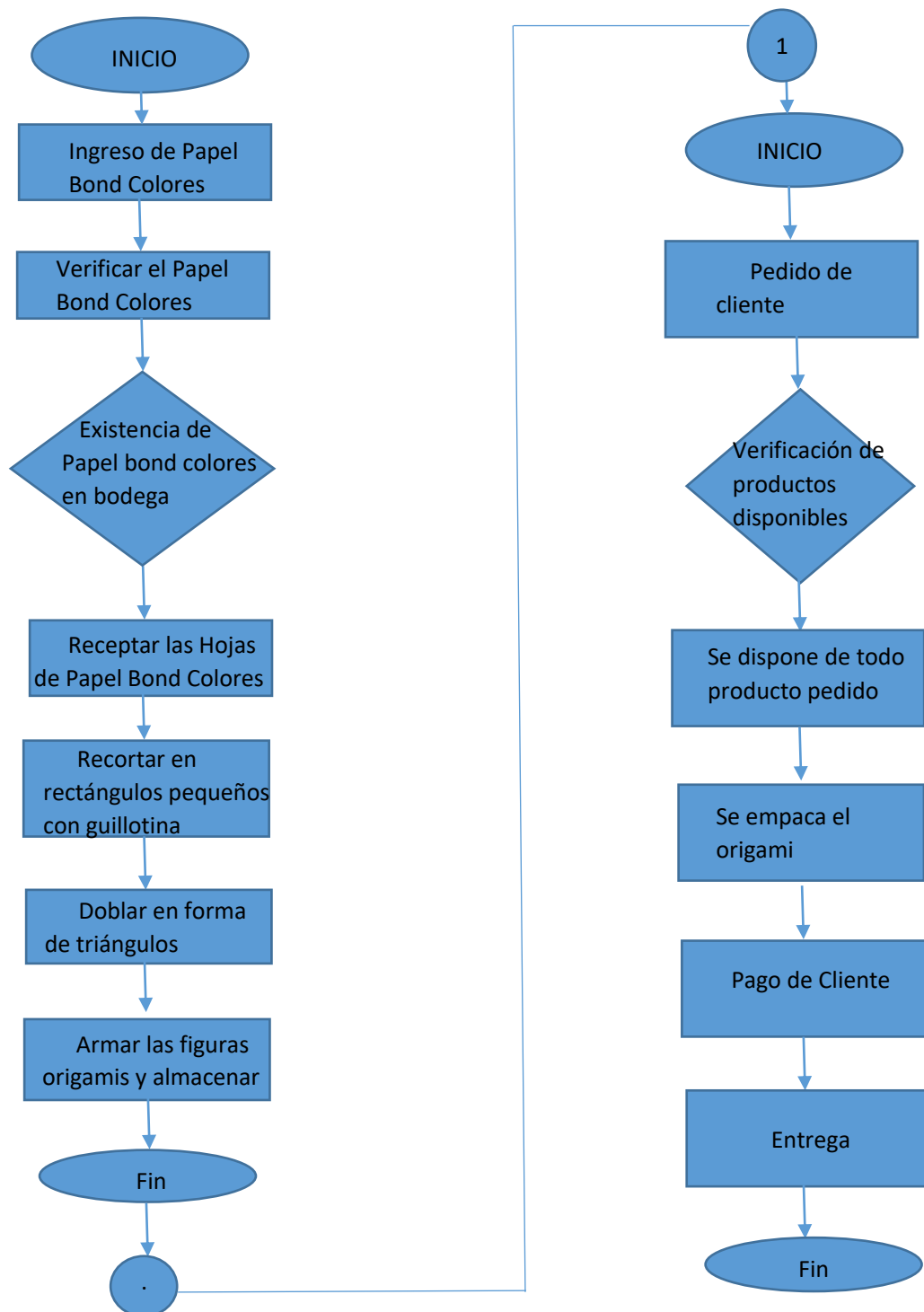


Figura 32 Flujograma de Procesos

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Para asegurar que el proceso de producción sea correcto se han diseñado fichas y lineamientos de control. Estos se presentan en el ANEXO 3.

4.03.04 Maquinaria

“Una maquinaria es un aparato creado para aprovechar, regular o dirigir la acción de una fuerza. Estos dispositivos pueden recibir cierta forma de energía y transformarla en otra para generar un determinado efecto” (Merino, 2010).

Tabla 45
Maquinaria

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
GUILLOTINA	METAL	2

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

4.03.05 Equipos

Son determinadas cosas que se puede utilizar para realizar diferentes actividades según la ocasión.

Tabla 46
Equipos

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Escritorio	Madera	1
PC	HP	2
Impresora	HP	2
Teléfono	Samsung	1
Basurero	Plástico	5
Mesa	Madera	2
Vitrina	Vidrio	2
Archivero	Madera	1
Ventilador	Metal	1
Sillones	Madera	1
Sillas	Madera	3
Estantería	Madera	1

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

“Consisten en identificar, ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, es decir, todos los ítems de inversiones, ingresos y costos que puedan deducirse de los estudios previos, para elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales con el fin de evaluar el proyecto y determinar su rentabilidad” (Badillo, 2009).

5.01 Ingresos

5.01.01 Ingresos Operacionales

“Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. Por lo general, toda empresa está dedicada a uno o más actividades económicas principales, y los ingresos originados en estas actividades son considerados ingresos operacionales” (Mora, 2013).

Tabla 47
Ingresos Operacionales

PRODUCTO	PEQUEÑO	MEDIANO	GRANDE
Cantidad	2400	1920	1200
Precio	7,20	10,65	14,2
Ingresos operacionales	17285,50	20448,79	17034,78
INGRESO TOTAL 1ER AÑO		54769,06	

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

5.01.02 Ingresos No Operacionales

“Son aquellos Ingresos que no tienen relación directa con la producción de un bien o servicio a realizar de una dicha empresa”.

5.02 Costos

“Es un gasto económico que una dicha empresa utiliza para la producción de un bien o prestación de un servicio”.

5.02.01 Costo Directo

“Un costo directo es aquel costo que se puede identificar fácilmente dentro de la fabricación del producto o prestación del servicio, es decir reconocerlo es viable, beneficioso económicamente, necesario y de cierta manera cómodo” (Duque, 2017).

5.02.01.01 Materia Prima

Tabla 48

Materia Prima Origami Pequeño

MATERIAL	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO
Papel Bond Color	Unidad	3
Escarcha	Unidad	0,45
TOTAL		3,45

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Tabla 49

Materia Prima Origami Mediano

MATERIAL	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO
Papel Bond Color	Unidad	3,75
Escarcha	Unidad	0,75
TOTAL		4,5

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Tabla 50
Materia Prima Origami Grande

MATERIAL	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO
Papel Bond Color	Unidad	4,5
Escarcha	Unidad	0,9
TOTAL		5,4

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

5.02.01.02 Mano de Obra

Tabla 51
Mano de Obra

PRODUCTO	SUELDO BASE	VALOR X HORA	MINUTO X HORA	TIEMPO FABRICACION	PROPORCION	COSTO X EMPLEADO	OPERARIO
Pequeño	520,01	2,17	60	30	0,5	1,08	1,08
Mediano	520,01	2,17	60	60	1	2,17	2,17
Grande	520,01	2,17	60	90	1,5	3,25	3,25

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

5.02.02 Costos Indirectos

Un costo indirecto es aquel costo que no se logra identificar fácilmente, no es viable cuantificar su valor con exactitud, o simplemente es complejo, demanda tiempo, esfuerzo y quizás puede salir costoso tratar de medir el valor que interviene en la elaboración del producto (Duque, 2017).

Tabla 52
Costos Indirectos de Fabricación

MATERIAL	UNID MEDIDA	COSTO UM	COSTO ANUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Suministro Limpieza	KIT	15	12	180
Suministro Producción	KIT	35	12	420
Suministro Mantenimiento	KIT	40	12	480
TOTAL ANUAL				1080
PRODUCCION ANUAL				5520
CIF UNITARIO				0,20

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Luego de haber analizado los costos se prosigue a obtener los siguientes resultados por producto:

Tabla 53

Resumen de Costos

ELEMENTO	PEQUEÑO	MEDIANO	GRANDE
Materia Prima	3,45	4,5	5,4
Mano de Obra	1,08	2,17	3,25
Costos Indirectos Fabricación	0,20	0,20	0,20
TOTAL	4,73	6,86	8,85

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Con los costos establecidos se procede a fijar el precio de cada producto:

Tabla 54

Precio de Venta Origami Pequeño

DESCRIPCIÓN	VALOR
Precio unitario	7,20
Costo unitario	4,73
Utilidad bruta unitaria	2,47

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Tabla 55

Precio de Venta Origami Mediano

DESCRIPCION	VALOR
Precio unitario	10,65
Costo unitario	6,86
Utilidad bruta unitaria	3,79

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Tabla 56

Precio de Venta Origami Grande

DESCRIPCION	VALOR
Precio unitario	14,20
Costo unitario	8,85
Utilidad bruta unitaria	5,35

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

5.02.03 Gastos Administrativos

“Los gastos administrativos son los gastos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas” (Riquelme, 2017).

Tabla 57

Gasto Administrativo

AÑO	GASTO ANUAL
2020	9122,37
2021	9593,67
2022	9751,97
2023	9912,88
2024	10076,44

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

El valor de aquellos gastos administrativos se obtuvo de los siguientes ítems:

- Sueldo de personal, gerente general.
- Arriendo: Pago de local donde se situada la microempresa.
- Servicios Básicos: Pago de luz, agua y teléfono del local.
- Suministros de oficina: Pago de compra de varios objetos y útiles, para poder realizar las diferentes funciones en la microempresa.

5.02.04 Gastos de Ventas

Gastos de Venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. Se incluyen los gastos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta (Nunes, 2016).

Tabla 58*Gasto Ventas*

AÑO	GASTO ANUAL
2020	6710,47
2021	6973,87
2022	7088,94
2023	7205,91
2024	7324,81

Fuente: Investigación Propia**Autor:** Alexandra Sevilla

El valor del gasto de ventas se obtuvo de los siguientes ítems:

- Pago sueldo personal al operario y vendedor.
- Pago publicidad a la red social y web.

5.02.05 Gastos Financieros

“Gastos financieros todos aquellos en los que incurre una empresa como consecuencia del uso de capitales puestos a su disposición por terceras personas” (Bujan, 2014).

Se realizó el análisis con las diferentes instituciones y se seleccionó Banco del Pacífico que al momento que facilitan un préstamo se da a conocer el 24%, en comparación con las demás instituciones, lo cual es conveniente para la microempresa a realizar.

Tabla 59
Financiamiento

INSTITUCIONES	TASA DE INTERES
Banco Guayaquil	24,30%
Banco Pichincha	24,20%
Banco Pacifico	24%
Cooperativa de Ahorro y Crédito Cooprogreso	25,50%
Cooperativa de Ahorro y Crédito 23 de Julio	25,70%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

5.02.06 Costos Fijos

“Son aquellos que siempre deberás pagar, independiente del nivel de producción de tu negocio o emprendimiento. Puedes tener meses que no produzcas o vendas, pero en los que de todas formas deberás pagar” (Paz, 2015).

Tabla 60
Costos Fijos

GASTOS	VENTAS
Gasto administrativo	9122,37
Gasto ventas (parte fija)	6710,47
TOTAL	15832,83

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

El resultado de los costos fijos es el gasto administrativo anual del primer año y la parte fija de gasto de ventas, es decir, sueldo de empleado.

5.02.07 Costos Variables

“Son aquellos que deberás pagar para producir tus productos o prestar tus servicios. Mientras mayor sea el volumen de tu producción, más costos variables deberás pagar” (Paz, 2015).

Tabla 61*Costos Variables*

PRODUCTO	VALOR
Pequeño	4,73
Mediano	6,86
Grande	8,85

Fuente: Investigación Propia**Autor:** Alexandra Sevilla

Los costos variables se obtuvieron la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

5.03 Inversiones

“Las inversiones son colocaciones de dinero realizadas con el ánimo de obtener una renta u otro beneficio explícito o implícito y que no forman parte de los activos dedicados a la actividad principal del ente y las colocaciones efectuadas en otros entes” (Jáuregui, 2014).

5.03.01 Inversión Fija

Es aquella que tiene como finalidad llevar a cabo sus actividades dentro de la empresa y la vida útil a depreciar es mayor a un año.

5.03.02 Activos Fijos

Son aquellos bienes y derechos duraderos, que han sido obtenidos con el fin de ser explotados por la empresa. Se trata de aquellos bienes inmuebles, materiales, equipamiento, herramientas y utensilios con los que no se va a comercializar, es decir, que no se van a convertir en líquido al menos durante el primer año (Visiers, 2017).

Tabla 62
Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	COSTO
Maquinaria	100
Equipo de oficina	800
Equipos de computación	1100
Muebles y enseres	2000
TOTAL	4000

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Los activos fijos son aquellos que se realizan la depreciación a determinados ítems antes mencionados, es decir, que con el paso del tiempo pierden su valor.

5.03.03 Activos Nominales (Diferidos)

“Son todos aquellos gastos capitalizables que beneficiaran a periodos futuros relativamente largos” (Zapata, 2005, Pag.164).

Tabla 63
Activos Diferidos

ACTIVOS NOMINALES	COSTO
Gasto constitución	100
Capacitaciones	200
TOTAL	300

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Los activos diferidos como el gasto de constitución y capacitaciones, tienen sus diferentes costos y funciones, es una inversión más que se realiza que pueden ser recuperables al pasar del tiempo. Su principal característica es la amortización.

5.03.04 Capital de Trabajo

“El capital de trabajo es considerado como aquellos recursos que necesita una empresa para poder realizar sus operaciones” (Salazar, 2017).

Tabla 64

Capital de Trabajo

ITEM	VALOR
Costo de producción	35140,29
Gasto administrativo	9122,37
Gasto de ventas	6710,47
SUMATORIA 1ER AÑO	50973,12
Capital de trabajo diario	141,59
Días de desfase	30
CAPITAL DE TRABAJO	4247,76

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

En el capital de trabajo se conoce el monto de dinero, que se utilizará, para el inicio de las actividades en el proceso productivo del proyecto.

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

“La fuente de financiamiento designan el conjunto de capital interno y externo a la organización utilizados para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones” (Nunes, 2016).

Para el funcionamiento de la microempresa se determina que se utiliza en mayor cantidad el préstamo adquirido que es el 58%, por lo tanto se realiza una correcta administración.

Tabla 65*Fuentes de Financiamiento*

FUENTES	APORTE	PARTICIPACIÓN
Recursos propios	3547,76	42%
Deuda	5000	58%
TOTAL	8547,76	100%

Fuente: Investigación Propia**Autor:** Alexandra Sevilla

5.03.06 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización)

La amortización se refiere, a aquellos pagos establecidos sobre el préstamo en una fecha definida y el tiempo establecido.

Existen dos métodos para amortizar un préstamo: método alemán y método francés:

❖ **Alemán**

Es aquel método que varía su cuota durante el periodo de años a pagar, pero el interés disminuye.

❖ **Francés**

Es aquel método que tiene su cuota fija a los años a pagar, pero las primeras cuotas se paga más interés que capital.

En este sentido, las condiciones del préstamo son las siguientes:

Tabla 66
Condiciones del Préstamo

CONDICIONES	VALOR
CAPITAL	5000
PLAZO	5
TASA	24,00%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Después de haber presentado las condiciones para la adquisición del préstamo, se procede a escoger el método alemán.

Tabla 67
Método Alemán

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERÉS	CUOTA	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
0	0	0	0	0	5000
1	5000	1200	2200	1000	4000
2	4000	960	1960	1000	3000
3	3000	720	1720	1000	2000
4	2000	480	1480	1000	1000
5	1000	240	1240	1000	0
TOTAL		3600		5000	

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Se generó las diferentes metodologías para tener una comparación y el método francés se encuentra en el ANEXO 4.

5.03.07 Depreciaciones (Tabla de Depreciación)

“La depreciación es un gasto de operación de una empresa, originado por el desgaste natural o el desuso de los activos fijos” (Molina, 1996, Pag.130).

Se presenta a continuación la depreciación que contiene la microempresa

ORIGAMES:

Tabla 68
Depreciaciones

ACTIVOS FIJOS	COSTO	VIDA UTIL	2020	2021	2022	2023	2024	VALOR LIBROS
Maquinaria	100	10	10	10	10	10	10	50
Equipo de oficina	800	10	80	80	80	80	80	400
Equipos de computación	1100	3	367	367	367	0	0	0
Muebles y enseres	2000	10	200	200	200	200	200	1000
TOTAL	4000		657	657	657	290	290	1450

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Para realizar las depreciaciones se utiliza el método de línea recta, en el cual el activo fijo sufre una pérdida del valor constante y el costo del bien se distribuye en partes iguales cada año.

5.03.08 Estado de Situación Inicial

“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activos, Pasivo y Patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado” (Zapata, 2005, Pag.74).

A continuación, el correspondiente Estado de Situación Inicial:

Tabla 69
Estado de Situación Inicial

EMPRESA "ORIGAMES"	
ESTADO DE SITUACION INICIAL	
AL 31 DE Diciembre 2019	
activos	
activos corrientes	
Caja	4247,76
Total activos corrientes	4247,76
Activos fijos	
maquinaria	100
Depreciación acumulada maquinaria	0
equipo de oficina	800
Depreciación acumulada equipo de oficina	0
Equipos de computación	1100
depreciación acumulada equipo de computación	0
Muebles y enseres	2000
Depreciación acumulada muebles y enseres	0
total activos fijos	4000
activos nominales	300
Amortización activos nominales	0
activo nominal	300
total activos	8547,76
pasivos	
pasivos no corrientes	
documentos por pagar l/p	5000
total pasivos no corrientes	5000
patrimonio	
capital	3547,76
total patrimonio	3547,76
total pasivo + total patrimonio	8547,76

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Aquí se presenta el estado de posición financiera de la microempresa, tanto deudas u obligaciones a terceros.

5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

“Es el informe contable que presenta, de manera ordenada, las cuentas de Rentas, Costos y Gastos. Se elabora con el fin de medir los resultados y la situación económica de una empresa durante un periodo determinado” (Zapata, 2005, Pag.217).

Tabla 70
Estado de Resultados Proyectado

EMPRESA "ORIGAMES"					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Del 2020 al 2024					
CUENTAS	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	54769,06	56187,58	57642,84	59135,79	60667,41
(-) Costo de producción	35140,29	36050,43	36984,13	37942,02	38924,72
(=)Utilidad bruta	19628,77	20137,15	20658,71	21193,77	21742,69
(-)Gastos administrativos	9122,37	9593,67	9751,97	9912,88	10076,44
(-)Gastos de venta	6710,47	6973,87	7088,94	7205,91	7324,81
(-) Depreciaciones	657	657	657	290	290
(-) Amortizaciones	60	60	60	60	60
(=)Utilidad operacional	3079,27	2852,94	3101,13	3724,98	3991,44
Gastos financieros	1200	960	720	480	240
(=)Utilidad antes de participación a trabajadores	1879,27	1892,94	2381,13	3244,98	3751,44
15% Participación trabajadores	281,89	283,941	357,17	486,75	562,72
(=) Utilidad antes del impuesto a la renta	1597,38	1609,000	2023,96	2758,23	3188,72
Impuesto a la renta	0	0	0	0	0
(=)Utilidad neta	1597,38	1609,000	2023,96	2758,23	3188,72

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

La microempresa “Origames” representa en un estado de resultados proyectado a 5 años las ganancias que se obtendrá durante todo el periodo de proyección.

5.03.10 Flujo Caja

Es el informe contable que presenta en forma significativamente resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura (Zapata, 2005, Pag.299).

Tabla 71
Flujo de Caja

EMPRESA " ORIGAMES"						
FLUJO DE CAJA						
DEL 2019 AL 2024						
CUENTAS	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Utilidad operacional		3079,27	2852,94	3101,13	3724,98	3991,44
Depreciaciones		657	657	657	290	290
Amortizaciones		60	60	60	60	60
15% Participación trabajadores		281,89	283,941	357,17	486,75	562,72
Impuesto a la renta		0	0	0	0	0
Flujo de efectivo operacional	0	3514,05	3285,67	3460,63	3588,23	3778,72
Inversión activos fijos	-4000					
Recuperación activos fijos						1492,5
Inversión capital de trabajo	-4247,76					
Recuperación capital de trabajo						4247,76
Inversión activos nominales	-300					
Flujo de caja proyectado	-8547,76	3514,05	3285,67	3460,63	3588,23	9518,98
Préstamo	5000					
Gastos financieros		1200	960	720	480	240
Devolución del préstamo		1000	1000	1000	1000	1000
Flujo de caja del inversionista	-3547,76	1314,05	1325,67	1740,63	2108,23	8278,98

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

En esta tabla se conoce los ingresos y gastos durante un periodo determinado y así se obtiene los flujos de caja de un proyecto de inversión.

5.03.11 Balance General Proyectado

El balance general proyectado se realiza y se indica la situación económica proyectada a futuros años y así establecerse una visión del proyecto a realizar.

Tabla 72
Balance General Proyectado

EMPRESA "ORIGAMES"						
BALANCE GENERAL PROYECTADO						
AL 31 De Diciembre						
CUENTAS	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Activos						
Activos corrientes						
Caja	4247,76	5561,81	6887,47	8628,10	10736,34	19015,32
Total activos corrientes	4247,76	5561,81	6887,47	8628,10	10736,34	19015,32
Activos fijos						
Maquinaria	100	100	100	100	100	0
Depreciación acumulada maquinaria	0	10	20	30	40	0
Equipo de oficina	800	800	800	800	800	0
Depreciación acumulada equipo de oficina	0	80	160	240	320	0
Equipos de computación	1100	1100	1100	0	0	0
Depreciación acumulada equipos de computación	0	367	733	0	0	0
Muebles y enseres	2000	2000	2000	2000	2000	0
Depreciación acumulada muebles y enseres	0	200	400	600	800	0
Total activos fijos	4000,00	3343,33	2686,67	2030,00	1740,00	0,00
Activos nominales	300	300	300	300	300	300
Amortización acumulada activos nominales	0	60	120	180	240	300
Activo nominal	300	240	180	120	60	0
Total activos	8547,76	9145,14	9754,14	10778,10	12536,34	19015,32
Pasivos						
Pasivos no corrientes						
Documentos por pagar largo plazo	5000	4000	3000	2000	1000	0
Total pasivos no corrientes	5000	4000	3000	2000	1000	0
Patrimonio						
Capital	3547,76	3547,76	3547,76	3547,76	3547,76	3547,76
Utilidad retenida	0	1597,38	3206,38	5230,34	7988,58	15467,56
Total patrimonio	3547,76	5145,14	6754,14	8778,10	11536,34	19015,32
Total pasivo + total patrimonio	8547,76	9145,14	9754,14	10778,10	12536,34	19015,32

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

5.04 Evaluación Financiera

5.04.01 Tasa de Descuento

“Es un indicador que se utiliza para determinar el valor del dinero en el tiempo, más específicamente se utiliza, para calcular el valor actual de algún capital a futuro y evaluar proyectos de inversión” (Riquelme, 2018).

Para fijar la tasa de descuento se pueden utilizar los siguientes métodos:

❖ TMAR

Es la tasa de referencia para los inversionistas, ya que la tasa de rendimiento que dan los bancos, no se puede tomar como tasa de referencia, pues esta es menor a la inflación, por lo tanto no se tendría una ganancia. Pudiendo expresar al TMAR de la siguiente manera se puede expresar (Pacheco, 2018).

❖ WACC

“Es aquel indicador que permite conocer cuánto le cuesta a la empresa financiarse con terceros, con patrimonio o utilizando ambas opciones” (Duque, 2017).

Para el presente proyecto se va a presentar en el método TMAR como una tasa mínima aceptable.

Tabla 73

Tasa de Descuento

ELEMENTO	PORCENTAJE
Inflación promedio	1,65%
Tasa riesgo país	6,51%
Prima de riesgo	3%
TOTAL	11,16%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Para la aceptación del proyecto y el cálculo de los indicadores de evaluación se presenta a continuación el resumen de flujos a evaluar:

Tabla 74

Resumen de Flujo de Caja

AÑOS	FLUJOS
2019	-8547,76
2020	3514,05
2021	3285,67
2022	3460,63
2023	3588,23
2024	9518,98

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Se presta un porcentaje del 11,16% del TMAR, es decir, una tasa mínima aceptable para el rendimiento de la inversión, en el cual se puede calcular los distintos criterios de evaluación y poder conocer si el proyecto debe llevarse a cabo.

5.04.01 Valor Actual Neto (VAN)

“Se conoce a esta herramienta financiera como la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto para ver si realmente es un producto (o proyecto) que puede dar beneficios a la empresa” (Urbano, 2017).

$$VAN = FF1 * (1 + TMAR)^{-1} + FF2 * (1 + TMAR)^{-2} + FF3 * (1 + TMAR)^{-3} + FF4 * (1 + TMAR)^{-4} + FF5 * (1 + TMAR)^{-5}$$

$$VAN = 3514,05 * (1 + 0,1116)^{-1} + 3285,67 * (1 + 0,1116)^{-2} + 3460,63 * (1 + 0,1116)^{-3} + 3588,23 * (1 + 0,1116)^{-4} + 9518,98 * (1 + 0,1116)^{-5} + (-8547,76)$$

$$VAN = 3514,05 * (1,1116) + 3285,67 * (1,23565456) + 3460,63 * (1,37355361) + 3588,23 * (1,52684219) + 9518,98 * (1,69723778) + (-8547,76)$$

$$VAN = 3161,25 + 2659,05 + 2519,47 + 2350,10 + 5608,51 + (-8547,76)$$

$$VAN = 7750,63$$

La microempresa ORIGAMES obtiene un valor del VAN de 7750,63, es decir, que el presente proyecto es viable, porque se obtiene un valor mayor a 0.

5.04.03 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Es la tasa de descuento que se tiene en un proyecto y que nos permite que el beneficio neto actualizado sea como mínimo igual a la inversión” (Urbano, 2017).

$$TIR = VAN = 0$$

$$0 = FF1 * (1 + TIR)^{-1} + FF2 * (1 + TIR)^{-2} + FF3 * (1 + TIR)^{-3} + FF4 * (1 + TIR)^{-4} + FF5 * (1 + TIR)^{-5}$$

$$0 = 3514,05 * (1 + TIR)^{-1} + 3285,67 * (1 + TIR)^{-2} + 3460,63 * (1 + TIR)^{-3} + 3588,23 * (1 + TIR)^{-4} + 9518,98 * (1 + TIR)^{-5} + (-8547,76)$$

$$TIR = 37,60 \%$$

La tasa interna de retorno que se obtuvo el 37,60%, un valor de porcentaje mayor al TMAR, por lo tanto, el proyecto es rentable.

5.04.01 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Es aquella inversión que se puede recuperar en un determinado tiempo, a partir del inicio del proyecto.

Tabla 75
Periodo de Recuperación de la Inversión

AÑOS	FLUJOS	FLUJO DESCONTADO	FLUJO ACUMULADO
2019	-8547,76	-8547,76	-8547,76
2020	3514,05	3161,25	-5386,51
2021	3285,67	2659,05	-2727,46
2022	3460,63	2519,47	-207,99
2023	3588,23	2350,10	2142,11
2024	9518,98	9518,98	11661,10

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

$$PRI = (\text{Año último acumulado}) + \frac{(\text{Total último acumulado})}{\text{Siguiete flujo descontado}}$$

$$PRI = (3) + \frac{207,9891554}{2350,101622}$$

$$PRI = 3,088502196$$

PRI = 3 años, 1 mes, 2 días

Después de haber realizado el cálculo de la PRI, se conoce el tiempo en que se recupera la inversión de la microempresa ORIGAMES.

5.04.01 Relación Costo Beneficio (RBC)

$$RBC = FF1 * (1 + TMAR)^{-1} + FF2 * (1 + TMAR)^{-2} + FF3 * (1 + TMAR)^{-3} + FF4 * (1 + TMAR)^{-4} + FF5 * (1 + TMAR)^{-5} / \text{Inversión Inicial}$$

$$RBC = 3514,05 * (1 + 0,1116)^{-1} + 3285,67 * (1 + 0,1116)^{-2} + 3460,63 * (1 + 0,1116)^{-3} + 3588,23 * (1 + 0,1116)^{-4} + 9518,98 * (1 + 0,1116)^{-5} / 8547,76$$

$$RBC = 16298,38/8547,76$$

$$RBC = 1,91$$

Se realizó el cálculo de RBC, en el cual se dice, que, por cada dólar invertido en el proyecto, se obtiene \$0,91 centavos de ganancia, por lo tanto, el proyecto es viable ya que tiene un buen indicador de rentabilidad.

5.04.02 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta que sirve para conocer el momento exacto en que, en el negocio, los ingresos que se obtienen por las ventas son iguales a los gastos en los que incurren, es decir, la cantidad en que tanto ingresos como egresos se encuentran en equilibrio y no generan ni pérdida ni ganancia para la empresa (Alan, 2016).

Tabla 76
Punto de Equilibrio

PRODUCTOS	PEQUEÑO	MEDIANO	GRANDE	TOTAL
CANTIDAD	2400	1920	1200	5520
PORCENTAJE	43%	35%	22%	100%
PRECIO DE VENTA	7,20	10,65	14,20	
COSTO UNITARIO	4,73	6,86	8,85	
MARGEN DE CONTRIBUCION	2,47	3,79	5,35	
MARGEN DE CONTRIBUCION %	1,08	1,32	1,16	3,56
COSTOS FIJOS		15832,83		
PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL		4453		
PUNTO DE EQUILIBRIO ESPECIFICO	1936	1549	968	4453

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Tabla 77
Comprobación

CANTIDAD	TOTAL INGRESO	COSTO UNITARIO	COSTOS FIJOS	COSTO TOTAL	UTILIDAD / PERDIDA
100	992,19	636,60	15832,83	16469,43	-15477,2
1500	14882,90	9548,99	15832,83	25381,82	-10498,9
4453	44177,47	28344,64	15832,83	44177,47	0,0
6000	59531,59	38195,97	15832,83	54028,80	5502,8
9000	89297,38	57293,96	15832,83	73126,79	16170,6

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

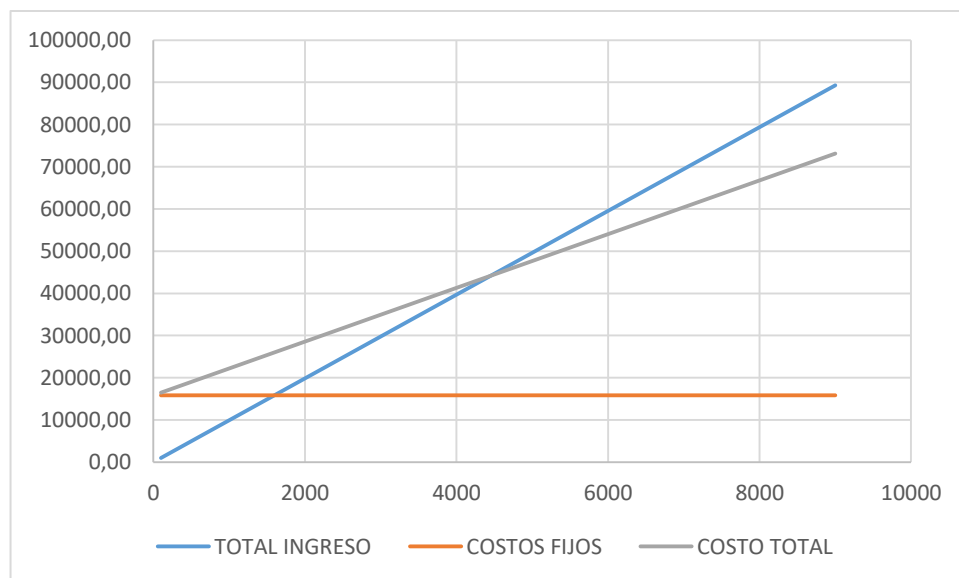


Figura 33 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

La microempresa ORIGAMES tiene un cálculo de punto de equilibrio, que quiere decir que si se vende más de 4453 unidades se obtendrá una ganancia, pero si se llegara a vender menos de lo estimado se obtendrá una pérdida.

5.04.07 Análisis de Índice Financiero

- **Relación pasivo activo**

Es aquel indicador, donde se da a conocer la capacidad de endeudamiento de una empresa.

- **Relación patrimonio activo**

La relación de patrimonio muestra los recursos propios en la inversión, es decir los activos totales.

- **Margen bruto**

“El margen bruto es el beneficio directo que obtiene una empresa por un bien o servicio, es decir, la diferencia entre el precio de venta (sin IVA) de un producto y su coste de producción” (Sevilla, 2017).

- **Margen operativa**

“Es el medidor de la capacidad de la empresa para generar beneficios a partir de su actividad primordial o el giro principal de su negocio” (Acosta, 2018).

- **Margen neto**

“Representa los excedentes objeto de reparto de dividendos o reinversión en el negocio, e insumo en el cálculo de indicadores como el beneficio por acción” (Acosta, 2018).

- **ROE**

“Es un indicador muy utilizado para la comparación de la rentabilidad de empresas del mismo sector” (Lorenzana, 2013).

- **ROA**

“Mide la capacidad de los activos de una empresa para generar renta por ellos mismos” (Lorenzana, 2013).

Tabla 78
Índice Financiero

RATIO FINANCIERO	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Relación pasivo activo	58,49%	43,74%	30,76%	18,56%	7,98%	0,00%
Relación patrimonio activo	41,51%	56,26%	69,24%	81,44%	92,02%	100,00%
Margen bruto	N/A	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36
Margen operativa	N/A	0,06	0,05	0,05	0,06	0,07
Margen bruto	N/A	0,03	0,03	0,04	0,05	0,05
R.O.E	N/A	45,03%	45,35%	57,05%	77,75%	89,88%
R.O.A	N/A	17,47%	16,50%	18,78%	22,00%	16,77%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

Una vez obtenido el cálculo del índice financiero se da a conocer cada uno de ellos de la siguiente manera:

Se obtiene un cálculo de relación pasivo activo de 58,49%, en el cual indica, que está siendo financiado con deuda de terceros.

Relación patrimonio activo, se dice, que, por cada dólar invertido, se obtiene, 0,4151 centavos de dólar, que corresponde al financiamiento de recursos propios.

En el margen bruto, se dice que por cada dólar que se venda se queda 0,36 centavos de utilidad bruta para cubrir gastos operacionales.

En margen operativa, al igual por cada dólar que se venda le queda 0,06 centavos de utilidad operativa, en el cual, cubre los gastos financieros.

En el margen neto, corresponde que por cada dólar que se venda, se queda 0,03 de utilidad neta, que quiere decir, que es para distribuir a los propietarios del proyecto.

En el ROE, se obtiene una rentabilidad aceptable, porque es mayor al primer costo de oportunidad.

En el ROA, se dice, que por cada dólar que se invierte en activos de la microempresa, se genera 0,18 centavos de rendimiento.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

“Es una parte clave del proceso de continuidad del negocio, que analiza funciones del negocio de misión crítica, e identifica y cuantifica el impacto que podría tener en la organización la pérdida de esas funciones” (Kirvan, 2016).

Los impactos que se analizarán en el presente proyecto son:

- Impacto ambiental
- Impacto económico
- Impacto productivo
- Impacto social

Al medir los impactos será con los siguientes niveles de calificación:

Tabla 79

Niveles de Calificación

NIVEL DE IMPACTO	CALIFICACIÓN
Alto negativo	-3
Medio negativo	-2
Bajo negativo	-1
No existe impacto	0
Bajo positivo	1
Medio positivo	2
Alto positivo	3

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

6.01 Impacto Ambiental

“Se refiere al impacto ambiental como la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por acciones humanas (labores mineras) o actividad en un área determinada” (Zaror, 2002).

Tabla 80
Impacto Ambiental

INDICADORES	CALIFICACIÓN							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Contaminación de agua							X	3
Generador de residuos			X					-1
Manejo de residuos						X		2
Contaminación por ruido						X		2
Contaminación visual			X					-1
TOTAL	0	0	-2	0	0	4	3	5

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total consolidado}}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{5}{5}$$

$$\text{Promedio} = 1$$

Al realizar la matriz se conoce que el presente proyecto tiene un impacto ambiental de 1, es decir, bajo positivo.

Esto se debe a que se genera residuos y contaminación visual, pero se equilibra con contaminación de agua, manejo de residuos y contaminación por ruido.

6.02 Impacto Económico

Es aquel que mide la economía del proyecto, para ver si se genera rentabilidad o no sea el caso.

Tabla 81
Impacto Económico

INDICADORES	CALIFICACIÓN							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Potencial de crecimiento						X		2
Generador de ingresos					X			1
Potencial de reinversión					X			1
Beneficios para involucrados					X			1
Beneficio para inversionista						X		2
TOTAL	0	0	0	0	3	4	0	7

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total consolidado}}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{7}{5}$$

$$\text{Promedio} = 1,4 = 2$$

Aquí se puede evidenciar un impacto económico de 2, es decir, medio positivo.

Lo que se obtiene un potencial de crecimiento, generador de ingresos, potencial de reinversión, beneficios para involucrados y beneficio para inversionista.

6.03 Impacto Productivo

El impacto productivo tiene como finalidad, tener un buen proceso de producción, para ello se debe tener materia prima de buena calidad, maquinaria de alta tecnología y con mano de obra bien capacitada.

Tabla 82
Impacto Productivo

INDICADORES	CALIFICACIÓN							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mano de obra capacitada						X		2
Materia prima de calidad						X		2
Inspección de fabricación						X		2
Aporte al PIB sectorial					X			1
TOTAL	0	0	0	0	1	6	0	7

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total consolidado}}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{7}{4}$$

$$\text{Promedio} = 1,75 = 2$$

Al analizar el ámbito productivo para el presente proyecto, se genera un impacto de 2, es decir, medio positivo.

Al obtener un resultado del impacto productivo se capacita mano de obra cada mes, la materia prima se obtiene de buena calidad e inspección de fabricación y aporte al PIB sectorial.

6.04 Impacto Social

El impacto social es aquel en el que se obtiene resultados tanto negativos como positivo en la población de entrega de un bien o servicio.

Tabla 83
Impacto Social

INDICADORES	CALIFICACIÓN							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generador de empleo					X			1
Progreso económico					X			1
Progreso social					X			1
Cambio en Hábitos de consumo							X	3
Pago de impuestos							X	3
TOTAL	0	0	0	0	3	0	6	9

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total consolidado}}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{9}{5}$$

$$\text{Promedio} = 1,8 = 2$$

Al analizar la matriz de impacto social se obtiene un resultado de 2, es decir medio positivo.

Esto genera empleo, progreso económico, progreso social cambios en hábitos de consumo y pago de impuestos.

6.05 Matriz General de Impactos

Tabla 84

Matriz General de Impactos

INDICADORES	CALIFICACION							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Ambiental					X			1
Impacto Social						X		2
Impacto Productivo						X		2
Impacto Económico						X		2
TOTAL	0	0	0	0	1	6	0	7

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total general}}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{7}{4}$$

$$\text{Promedio} = 1,75 = 2$$

Al analizar los impactos, se da a conocer un resultado de impacto de 2, es decir medio positivo que representa el proyecto.

Esto evidencia que se obtendrá un impacto positivo en lo ambiental, social, productivo y económico.

Esto evidencia que el presente proyecto cumple con el criterio de responsabilidad social.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Una vez terminado el presente proyecto se obtienen las siguientes conclusiones:

- Es muy importante realizar un análisis de las variables macroeconómicas del país, ya que, con ellas se pudo establecer en que entorno se desarrollará el proyecto.
- Se realizó un estudio de mercado, en el cual se dio a conocer que el proyecto tiene factibilidad, ya que con una encuesta se obtuvo un resultado positivo.
- En el estudio técnico se da a conocer una planificación para obtener una factibilidad y así se obtiene los recursos necesarios para poner en marcha el proyecto de origames.
- Los análisis de impactos realizado, se obtiene un resumen de calificación de 2, es decir medio positivo, por lo tanto el proyecto es estable y factible en el Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia Eloy Alfaro.

7.02 Recomendaciones

- Para poder obtener el correcto funcionamiento para el inicio de una actividad económica, se debe realizar todos los permisos correspondientes como son el RUC, LUAE, patente municipal, permiso del cuerpo de bomberos, ambiental y sanitario.
- Establecer el negocio en un lugar específico, es decir, que se establezca en el mercado donde se visualice el producto innovador para el cliente y tener rentabilidad.
- Obtener materia prima de excelente calidad como personal capacitado, para realizar el producto y así obtener un cliente satisfecho.
- Tener estrategias de marketing, control de materia prima de buena calidad y de producto terminado, para generar rentabilidad en cualquier proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Black, (2007). *Factor Económico*. Recuperado el 10 de enero 2019; de <https://es.scribd.com/document/221826816/FACTORES-ECONOMICOS>
- Buitrón, J. (2007). *Análisis Situacional*. Recuperado el 10 de enero 2019; de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>
- Campbell, R. (1997). *Inflación*. Recuperado 10 de Enero 2019; de <http://fiorelataipe.blogspot.com/2008/10/10-definiciones-para-inflacion-de.html>
- González, A. (2018). *Historia del origami*. Recuperado el 10 de enero 2019; de <https://historia-biografia.com/historia-del-origami/>
- Montilla, (2017). *Tasa Riesgo País*. Recuperado 10 de Enero 2019; de <https://www.zonaeconomica.com/riesgo-pais>
- Delgado, S. (2013). *Tasa de Interés, Activa y Pasiva*. Recuperado 10 de Enero 2019; de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2016/1502/tasas-interes.htm>
- Unam, W. (2010). *Factor Social*. Recuperado 10 de Enero 2019; de https://www.webislam.com/articulos/39992-factores_sociales_y_culturales_de_la_conducta.html
- Glejberman, D (2012). *Población Económicamente Activa*. Recuperado 10 de Enero 2019; de recap.itcilo.org/fr/documentation/files-imt2/es/dg5
- Gil, S. (2017). *Empleo*. Recuperado 10 de Enero 2019; de <https://economipedia.com/definiciones/empleo.html>
- Riquelme, M. (2018). *Desempleo*. Recuperado 10 de Enero 2019; <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/desempleo-subempleo-estables-ecuador>
- Thompson, I. (2009). *Clientes*. Recuperado 10 de Enero 2019; de <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- López, Y. (2014). *Propuesta Estratégica*. Recuperado 10 de Enero 2019; de <https://www.gestiopolis.com/filosofia-organizacional-y-su-importancia/>
- Arellano, R. (2000). *Producto*. Recuperado 16 de Enero 2019; de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1364/producto.html>
- Díaz, L. (2013). *Entrevista*. Recuperado 16 de Enero 2019; de riem.facmed.unam.mx/node/47
- Taylor, E. (2010). *Misión y Visión*. Recuperado 16 de Enero 2019; de <https://jemager.wordpress.com/2010/10/06/mision-vision-y-valores/>
- Torres, U. (2012). *Gestión Operativa*. Recuperado 16 de Enero 2019; de <http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/>

- Palomo, J. (2001). *Gestión Comercial*. Recuperado 16 de Enero 2019; de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
- Kotler, P. (2010). *Precio, Promoción y Estudio de Mercado*. Recuperado 16 de Enero 2019; de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>
- Wigodski, J. (2010). *Población y Muestra*. Recuperado 16 de Enero 2019; de metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html
- García, D. (2014). *Técnica de Obtención de Información*. Recuperado 16 de Enero 2019; de www.eumed.net/.../TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACI..
- Malhotra, N. (2006). *Encuesta*. Recuperado 16 de Enero 2019; de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Holguín, P. (2016). *Análisis de la información*. Recuperado 16 de Enero 2019; de <https://educacion.elpensante.com/el-analisis-de-informacion/>
- Martínez, O. (2014). *Demanda*. Recuperado 16 de Enero 2019; de [https://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_(econom%C3%ADa))
- Santillán, M. (2008). *Productos Sustitutivos*. Recuperado 24 de Enero 2019; de <http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/producto-sustituto/>
- Vásquez, L. (2018). *Demanda Insatisfecha*. Recuperado 24 de Enero 2019; de <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>
- Rosales, D. (2005). *Estudio Técnico*. Recuperado 24 de Enero 2019; de www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/.../Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
- Rojas, F. (2007). *Tamaño del Proyecto*. Recuperado 24 de Enero 2019; de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Nunes, P. (2015). *Capacidad Instalada*. Recuperado 24 de Enero 2019; de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>
- Martin, S. (2014). *Capacidad Óptima*. Recuperado 24 de Enero 2019; de <https://books.google.com.ec/books?isbn=8428337209>
- Hernández, A. (2012). *Macro*. Recuperado 24 de Enero 2019; de ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html
- Bujan, A. (2018). *Definición de Bien*. Recuperado 26 de Enero 2019; de <https://www.encyclopediainanciera.com/definicion-bienes-y-servicios.html>
- Badillo, C. (2009). *Estudio Financiero*. Recuperado 26 de Enero 2019; de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1153/4/T-ESPE-021594-4.pdf>
- Duque, J. (2017). *Costo Directo e Indirecto*. Recuperado 26 de Enero 2019; de <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/costos-directos-indirectos>

- Marín, D. (2012). *Micro Localización*. Recuperado 26 de Enero 2019; de <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>
- Hartl, R. (2011). *Distribución de planta*. Recuperado 26 de Enero 2019; de <https://www.revistavirtualpro.com/revista/distribucion-de-planta/8>
- Ucha, F. (2013). *Proceso Productivo*. Recuperado 26 de Enero 2019; de <https://www.definicionabc.com/economia/proceso-productivo.php>
- Merino, M. (2010). *Maquinaria*. Recuperado 26 de Enero 2019; de <https://definicion.de/maquina/>
- Mora, J. (2013). *Ingresos Operacionales*. Recuperado 26 de Enero 2019; de <https://prezi.com/azwhmo3eitls/grupo-41-ingresos-operacionales/>
- Bujan, C. (2014). *Gastos Financieros*. Recuperado 28 de Enero 2019; de <https://blog.anfix.com/los-gastos-financieros-que-son-y-como-se-deducen/>
- Riquelme, M. (2017). *Gastos Administrativos*. Recuperado 28 de Enero 2019; de <https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/>
- Nunes, P. (2016). *Gasto de Ventas*. Recuperado 28 de Enero 2019; de <http://knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/gastos-de-venta/>
- Paz, M. (2015). *Costos Fijos y Variables*. Recuperado 28 de Enero 2019; de <https://www.crecemujer.cl/capacitacion/ideas-de-negocio/que-son-los-costos-fijos-y-variables-en-mi-emprendimiento>
- Jáuregui, M. (2014). *Inversiones*. Recuperado 28 de Enero 2019; de <https://aprendiendoadministracion.com/inversiones-concepto-y-caracteristicas/>
- Visiers, R. (2017). *Activo Fijos*. Recuperado 28 de Enero 2019; de <https://retos-directivos.eae.es/el-activo-fijo-tipos-y-caracteristicas/>
- Salazar, A. (2017). *Capital de Trabajo*. Recuperado 28 de Enero 2019; de <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/capital-de-trabajo>
- Nunes, P. (2016). *Fuente de Financiamiento y Uso de Fondos*. Recuperado 28 de Enero 2019; de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/fuente-de-financiamiento/>
- Duque, J. (2017). *WACC*. Recuperado 13 de Febrero 2019; de <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/costo-promedio-de-capital-wacc>
- Riquelme, M. (2018). *Tasa de Descuento*. Recuperado 13 de Febrero 2019; de <https://www.webyempresas.com/tasa-de-descuento-para-que-sirve/>
- Alan, B. (2016). *Punto de Equilibrio*. Recuperado 27 de Febrero 2019; de <https://credilike.me/blog/punto-de-equilibrio-en-una-empresa/>

- Urbano, S. (2017). *Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno*. Recuperado 27 de Febrero 2019; de <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>
- Acosta, N. (2018). *Margen Neto y Operativa*. Recuperado 7 de Marzo 2019; de <https://www.cuidatudinero.com/13139259/es-el-margen-operativo-lo-mismo-que-el-margen-bruto>
- Sevilla, A. (2017). *Margen Bruto*. Recuperado 7 de Marzo 2019; de <https://economipedia.com/definiciones/margen-bruto.html>
- Kirvan, P. (2016). *Análisis Impactos*. Recuperado 14 de Marzo 2019; de <https://searchdatacenter.techtarget.com/es/tutoriales/Guia-y-plantilla-gratuitas-de-analisis-de-impacto-al-negocio-BIA>
- Macedo, J. (2006, Pag. 45). *Economía*. 5ta Edición. Umbral Editorial, S.A de C.V.
- Vega, V. (1993, Pag. 78). *Mercadeo Básico*. 5ta Edición. EUNED.
- Zapata, P. (2005, Pag. 164). *Contabilidad General*. 5ta Edición. Colombia: Javier Neyra
- Zapata, P. (2005, Pag. 74). *Contabilidad General*. 5ta Edición. Colombia: Javier Neyra
- Zapata, P. (2005, Pág. 217). *Contabilidad General*. 5ta Edición. Colombia: Javier Neyra
- Zapata, P. (2005, Pág. 299). *Contabilidad General*. 5ta Edición. Colombia: Javier Neyra

ANEXOS



Anexo 1. Papelería e Imagen Corporativa

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

1. ¿Adquiere usted artesanías?

SI ____ NO ____

Si su respuesta fue NO, por favor salte a la pregunta numero 5

2. ¿Con que frecuencia adquiere usted artesanías?

Semanal ____ Quincenal ____ Mensual ____ Anual ____

3. ¿Cuánto gasta usted en promedio en la compra de artesanía?

5 a 10 ____ 10 a 15 ____ 15 a 20 ____ >20 ____

4. ¿Se siente satisfecho con la oferta actual de artesanía?

SI ____ NO ____

5. ¿Le gustaría a usted adquirir artesanías hechas a base de papel bond de colores?

SI ____ NO ____

Si su respuesta fue no, la encuesta ha terminado.

6. ¿Al momento de comprar la artesanía hecha en papel bond de colores, que es lo primero que toma en cuenta?

Calidad ____

Acabados ____

Modelo ____

Precio ____

7. ¿En qué tamaño compraría usted la artesanía de papel bond de colores?

Pequeño ____ Mediano ____ Grande ____

Anexo 2. Encuesta

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

- **Recepción de materia prima**

Con la siguiente ficha se obtendrá el control de materia prima

 ORIGAMES FICHA DE CONTROL RECEPCION MATERIA PRIMA					
FECHA	PROVEEDOR	MATERIA PRIMA		OBSERVACIÓN	

- **Transporte**

Para recibir la materia prima será en un coche transportador



- **Trazado y empaque**

Para seguridad de personal en el área de producción se utilizará el siguiente material:

Mascarilla



- Almacenamiento

Para el almacenamiento de Materia prima, se utiliza el control del KARDEX.



KARDEX

REGISTRO DE CONTROL DE INVENTARIO												
NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE						PERIODO						
ARTICULO		CODIGO				DESCRIPCION						
LO												
REFERENCIA												
FUENTE DE COMPRA												
EXISTENCIAS MAXIMAS												
EXISTENCIAS MINIMAS												
METODO			ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS			
α	F ECHA	CONCE PTO	CANTI DAD	C UNT	C TOTAL	CANTI DAD	C UNT	C TOTAL	CANTI DAD	C UNT	C TOTAL	

Anexo 3. Fichas y Lineamientos de Control

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	CUOTA	AMORTIZACION	SALDO FINAL
0	0	0	0	0	5000
1	5000	1200	1821,24	621,24	4378,76
2	4378,76	1050,90	1821,24	770,34	3608,43
3	3608,43	866,02	1821,24	955,22	2653,21
4	2653,21	636,77	1821,24	1184,47	1468,74
5	1468,74	352,50	1821,24	1468,74	0,00
TOTAL		4106,19		5000,00	

Anexo 4. Método Francés

Fuente: Investigación Propia

Autor: Alexandra Sevilla



Urkund Analysis Result

Analysed Document: ALEXANDRA SEVILLA.pdf (D51142473)
Submitted: 4/26/2019 7:51:00 PM
Submitted By: alexpame@hotmail.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

Pamela Vannessa Cevallos Ramos.pdf (D37116402)
TRABAJO DE TITULACIÓN ARTESANÍAS DE YERBA MATE.docx (D38729075)
Escrito Tesis Catalina Valencia.docx (D51135368)
Sandra Vanessa Quintanilla.docx (D51140870)
Laura Estefanía Flores Flores.docx (D37054795)
TESIS.pdf (D37024363)
PERUGACHI JOSELYN.pdf (D51040419)
ERIKA LIZETH NAULA CAISALITIN.pdf (D37021702)

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ing. Andrés Analuisa'.

Ing. Andrés Analuisa
Director de Tesis

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTO DE TITULACIÓN									
ANÁLISIS AGUIAR ARMANDO ANDRÉS									
CARRERA: ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y FINANCIERA									
TEMA DE TITULACIÓN: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ORGANISMOS ELABORADOS EN PAPIR BOND DE COLORES, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA ELOY ALFARO, AÑO 2019									
IMPRESIÓN DE IMPORTE: QUITO, 22 de mayo del 2019 18:04:56									
TIPO REPORTE: AUTOMÁTICO									
MODALIDAD: INCUBADORA EMPRESARIAL									
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	JUSTIFICACION	HORA FIN	PERIODO: HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC
1	156764	2019-01-12	AUTONOMIA	2019-01-12 12:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-12 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE LA JUSTIFICACION Y AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO
2	156764	2019-01-08	INSITU	2019-01-08 10:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-08 11:00:00	1.00	SE APROBIA LA JUSTIFICACION Y SE SOLICITA AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO
3	156765	2019-01-13	AUTONOMIA	2019-01-13 12:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-13 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO
4	156766	2019-01-08	INSITU	2019-01-08 11:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-08 12:00:00	1.00	SE APROBIA LA JUSTIFICACION Y SE SOLICITA AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO
5	156766	2019-01-19	AUTONOMIA	2019-01-19 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-19 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL AMBIENTE EXTERNO Y SE APROBIA LA JUSTIFICACION INCLUIDAS.	PROCESADO
6	156795	2019-01-15	INSITU	2019-01-15 10:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-15 11:00:00	1.00	NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL	PROCESADO
7	156767	2019-01-20	AUTONOMIA	2019-01-20 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-20 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ENTORNO LOCAL Y AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO
8	156798	2019-01-15	INSITU	2019-01-15 11:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-15 12:00:00	1.00	SE APROBIA EL ANTECEDENTE INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ENTORNO LOCAL Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO
9	156768	2019-01-26	AUTONOMIA	2019-01-26 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO INTERNO	2019-01-26 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ANALISIS INTERNA Y AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO
10	156800	2019-01-22	INSITU	2019-01-22 10:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO INTERNO	2019-01-22 11:00:00	1.00	SE APROBIA LA JUSTIFICACION Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO
11	156769	2019-01-27	AUTONOMIA	2019-01-27 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-27 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO
12	156805	2019-01-22	INSITU	2019-01-22 11:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-22 12:00:00	1.00	SE APROBIA EL ENTORNO LOCAL INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO
13	156770	2019-02-02	AUTONOMIA	2019-02-02 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-02 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y AVANCES DE PRODUCTOS	PROCESADO
14	156807	2019-01-29	INSITU	2019-01-29 10:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-01-29 11:00:00	1.00	SE APROBIA EL ANALISIS INTERNO INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DE	PROCESADO
15	156771	2019-02-03	AUTONOMIA	2019-02-03 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-03 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y AVANCES DE ANALISIS DE LA DEMANDA.	PROCESADO
16	156810	2019-01-29	INSITU	2019-01-29 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-01-29 12:00:00	1.00	SE APROBIA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL	PROCESADO
17	156772	2019-02-09	AUTONOMIA	2019-02-09 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-09 22:00:00	10.00	ANÁLISIS DE LA DEMANDA CORRECCIONES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO
18	156813	2019-02-05	INSITU	2019-02-05 10:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-05 11:00:00	1.00	SE APROBIA EL ANALISIS DEL CONSUMIDOR INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DE	PROCESADO
19	156773	2019-02-10	AUTONOMIA	2019-02-10 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-10 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE ANALISIS DE LA DEMANDA Y AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	PROCESADO

20	156815	2019-02-05	INSITU	2019-02-05 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-05 12:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ANALISIS DE LA OFERTA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE ANALISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL PRODUCTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES.	PROCESADO
21	156774	2019-02-16	AUTONOMA	2019-02-16 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-16 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL BALANCE OFERTA-DEMANDA Y AVANCES DE LOCALIZACION. SE APRUEBA PRODUCTOS SUSTITUTOS INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE ANALISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACION.	PROCESADO
22	156818	2019-02-12	INSITU	2019-02-12 10:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-12 11:00:00	1.00	CORRECCIONES DEL BALANCE OFERTA-DEMANDA Y AVANCES DE LOCALIZACION. SE APRUEBA PRODUCTOS SUSTITUTOS INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE ANALISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACION.	PROCESADO
23	156775	2019-02-17	AUTONOMA	2019-02-17 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PRODUCTO	2019-02-17 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL TAMAÑO DEL PRODUCTO Y AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO. SE APRUEBA PRODUCTOS SUSTITUTOS INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE ANALISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACION.	PROCESADO
24	156820	2019-02-12	INSITU	2019-02-12 11:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PRODUCTO	2019-02-12 12:00:00	1.00	CORRECCIONES DEL TAMAÑO DEL PRODUCTO Y AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO. SE APRUEBA PRODUCTOS SUSTITUTOS INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE ANALISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACION.	PROCESADO
25	156776	2019-02-23	AUTONOMA	2019-02-23 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-23 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE LOCALIZACION DEL PRODUCTO Y AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO. SE APRUEBA PRODUCTOS SUSTITUTOS INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE ANALISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACION.	PROCESADO
26	156822	2019-02-19	INSITU	2019-02-19 10:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-19 11:00:00	1.00	CORRECCIONES DE LOCALIZACION DEL PRODUCTO Y AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO. SE APRUEBA PRODUCTOS SUSTITUTOS INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE ANALISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACION.	PROCESADO
27	156777	2019-02-24	AUTONOMA	2019-02-24 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-24 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y AVANCES DE CALCULO DE INGRESOS Y NO OPERACIONALES. SE APRUEBA ANALISIS DEL TAMAÑO DEL PRODUCTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACION Y DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES. SE SOLICITA AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES TANTO DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES.	PROCESADO
28	156824	2019-02-19	INSITU	2019-02-19 11:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-19 12:00:00	1.00	SE APRUEBA ANALISIS DEL TAMAÑO DEL PRODUCTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACION Y DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES. SE SOLICITA AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES TANTO DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES.	PROCESADO
29	166840	2019-02-26	INSITU	2019-02-26 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-02-26 12:00:00	2.00	SE APRUEBA ANALISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES. SE ENVIAN AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES TANTO DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES. SE SOLICITA AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACION, EQUILIBRIO Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
30	166851	2019-03-03	AUTONOMA	2019-03-03 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-03 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL CALCULO DE INGRESOS Y AVANCES DE CUADRO DE INVERSIONES. SE APRUEBA ANALISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES. SE ENVIAN AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES TANTO DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES. SE SOLICITA AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACION, EQUILIBRIO Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
31	166841	2019-03-05	INSITU	2019-03-05 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-05 12:00:00	2.00	SE APRUEBA ANALISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES. SE ENVIAN AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES TANTO DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES. SE SOLICITA AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACION, EQUILIBRIO Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
32	166852	2019-03-10	AUTONOMA	2019-03-10 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-10 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL CUADRO DE INVERSIONES Y AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACION Y PUNTO DE EQUILIBRIO. SE APRUEBA EL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES. SE SOLICITA AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACION, EQUILIBRIO Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
33	166842	2019-03-12	INSITU	2019-03-12 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-12 12:00:00	2.00	SE APRUEBA EL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES. SE SOLICITA AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACION, EQUILIBRIO Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
34	166853	2019-03-17	AUTONOMA	2019-03-17 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-17 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE CRITERIOS DE EVALUACION Y AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACION Y PUNTO DE EQUILIBRIO. SE APRUEBAN LOS CALCULOS DE LOS INDICADORES DE EVALUACION DE PROYECTOS AMBIENTALES Y PUNTO DE EQUILIBRIO. SE ENVIAN AVANCES DEL PRODUCTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO AMBIENTAL DEL PRODUCTO.	PROCESADO
35	166843	2019-03-19	INSITU	2019-03-19 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-19 12:00:00	2.00	SE APRUEBAN LOS CALCULOS DE LOS INDICADORES DE EVALUACION DE PROYECTOS AMBIENTALES Y PUNTO DE EQUILIBRIO. SE ENVIAN AVANCES DEL PRODUCTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO ECONOMICO DEL PRODUCTO.	PROCESADO

36	166855	2019-03-24	AUTONOMIA	2019-03-24 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-24 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO AMBIENTAL Y AVANCES DEL IMPACTO ECONOMICO SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL INCLUIDA EN LAS NORMAS APA. SE ENVIAN AVANCES A LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO ECONOMICO.	PROCESADO
37	166844	2019-03-26	INSITU	2019-03-26 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-03-26 12:00:00	2.00		PROCESADO
38	166856	2019-03-31	AUTONOMIA	2019-03-31 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-03-31 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO PRODUCTIVO SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO INCLUIDA EN LAS NORMAS APA. SE ENVIAN AVANCES A LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	PROCESADO
39	166846	2019-04-02	INSITU	2019-04-02 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-02 12:00:00	2.00		PROCESADO
40	166857	2019-04-07	AUTONOMIA	2019-04-07 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-07 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO INCLUIDA EN LAS NORMAS APA. SE ENVIAN AVANCES A LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO
41	166847	2019-04-09	INSITU	2019-04-09 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-09 12:00:00	2.00		PROCESADO
42	166859	2019-04-14	AUTONOMIA	2019-04-14 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-14 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO INCLUIDA EN LAS NORMAS APA. SE ENVIAN AVANCES A LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO
43	166849	2019-04-16	INSITU	2019-04-16 10:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / IMPACTO SOCIAL	2019-04-16 11:00:00	1.00		PROCESADO
44	166850	2019-04-16	INSITU	2019-04-16 11:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / IMPACTO SOCIAL	2019-04-16 12:00:00	1.00	SE REVISY APRUEBA LAS RECOMENDACIONES PARA EL PRIMER BORRADOR FISICO.	PROCESADO
							TOTAL HORAS:	240	
				ANALIA AGUIAR ARMANDO ANDRES			SEVILLA REISANCIO ALEXANDRA PAMELA		
				TUTOR			ALUMNO		
				CI: 172017218			CI: 172307722		
				CE: 171240070			CE: 171240070		
				SOLIS JIMENEZ FRANCISCO VINICIO			DELEGADO		
				FECHA: 22/05/2019					



TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **SEVILLA REISANCHO ALEXANDRA PAMELA**, portador de la cédula de identidad N° 1723707723, previa validación por parte de los departamentos facultados.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA
Quito, 28 de mayo del 2019

30 MAY 2019

VISTO FINANCIERO

Sra. Mariela Balseca
CAJA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Francisco Salas
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

BIBLIOTECA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA

30 MAY 2019

9.24 DEJ
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA

Ing. María Fernanda Burga
DIRECTOR DE CARRERA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA
30 MAY 2019

Cr. Sra. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA