



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CHALECOS ANTIBALAS UBICADA EN EL
SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2018 - 2019

Proyecto de factibilidad previo a la obtención del título de tecnólogo en
administración industrial y de la producción

Autor: Edison Rafael Tene Casigña

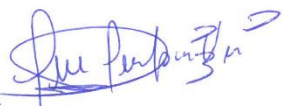
Directora: Ing. Ángela Pimbo

Quito, 2019

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 28 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **TENE CASIGNA EDISON RAFAEL**, de la carrera de Administración Industrial y de la Producción, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHALECOS ANTIBALAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018-2019**, 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.



Ing. Ángela Pimbo
Tutor de Proyectos



Ing. Andrés Analuisa
Lector de Proyectos



Ing. Carla Guerra

Delegada Unidad de Titulación

Administración Industrial y de la Producción



Ing. Christian Guerrero

Director de Carrera

CAMPUS 1 - MATRIZ

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

CAMPUS 2 - LOGROÑO

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

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

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

CAMPUS 4 - BRASIL

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

CAMPUS 5 - YACUAMBI

Yacuambi Oe2-36 y
Bracamoros
Telf.: 2249994

DECLARATORIA DE AUTORIA

Yo, Edison Rafael Tene Casigña con número de cedula, 1719082784 declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de nuestra autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Edison Rafael Tene Casigña

CI. 1719082784

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Edison Rafael Tene Casigña con número de cédula 1719082784 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHALECOS ANTIBALAS EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018 - 2019**

Con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Edison Rafael Tene Casigña

CI. 1719082784

AGRADECIMIENTO

En el presente trabajo, ante todo agradezco a Dios por ser mi guía, por haber puesto a las personas correctas en mi camino y haberme permitido desarrollar las capacidades que hoy me permiten culminar con una gran etapa en mi vida académica.

A mis hijos Isabel Y Francisco que son mi motor diario para poder realizar y conquistar los sueños y metas propuestas, por su amor y sus sonrisas que despejan el más oscuros de mis días.

A mi compañera de risas y de llantos Angélica, gracias por tu amor incondicional, por tu apoyo, por tu paciencia y sobre todo gracias por mis dos cachorros.

A mis padres Rafael Y Teresa, por ser el pilar en cual siempre puede descansar y por el consejo que nunca falta, a mis hermanos Alonso Y David, por ser mis mejores amigos y estar siempre en las buenas y en las malas a mi sobrina Camila por sus locuras y su cariño.

Un gracias a todos aquellos maestros que compartieron sus experiencias y conocimientos en el transcurso de mi formación académica, un especial y caluroso agradecimiento a mi directora de proyecto; Ing. Ángela Pimbo por su ayuda, paciencia y guía para la culminación de mi carrera.

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto a Dios, a mi familia y a todas aquellas personas que formaron parte de esta gran aventura, en la cual he aprendido que lo mejor de la vida, los sueños y metas se los alcanza con esfuerzo y perseverancia, que jamás hay que decaer ante la adversidad y tener siempre en mente que si hay un momento y lugar mejor.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORIA	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT	xviii
CAPÍTULO I.....	1
1.00 Introducción	1
1.01 Justificación.....	2
1.02 Antecedentes	3
CAPÍTULO II	5
2.00 Análisis Situacional.....	5
2.01 Ambiente Externo	5
2.02 Factor Económico	5
2.02.01 Inflación	5
2.02.02 Producto Interno Bruto (PIB).....	6
2.02.03 Balanza Comercial	9
2.02.04 Riesgo País	10
2.02.04 Tasa De Interés.....	11
2.02.05 Tasa Activa.....	11

2.02.06 Tasa Pasiva.....	12
2.03 Factor Social	12
2.03.01 Crecimiento Poblacional.....	12
2.03.02 Tasa De Desempleo	13
2.03.03 Pea (Población Económicamente Activa).....	14
2.04 Factor Legal	15
2.04.01 Requisitos.....	15
2.05 Factor Tecnológico	16
2.06 Entorno Local.....	16
2.06.01 Clientes	17
2.06.02 Clientes Internos	17
2.06.03 Clientes Externos	17
2.06.04 Proveedores.....	17
2.06.05 Competidores	18
2.07 Análisis FODA.....	19
2.08 Propuesta Estratégica	20
2.08.01 Misión	20
2.08.02 Visión.....	21
2.09 Objetivos	21
2.09.01 Objetivo General.....	21
2.09.02 Objetivos Específicos.....	21
2.09.03 Principios O Valores	22
2.10 Gestión Administrativa	23
2.10.01 Planificación	23
2.10.02 Organización	23

2.10.03 Organigrama Estructural	24
2.10.04 Dirección	28
2.10.05 Controlar	29
2.11 Gestión Operativa.....	29
2.11.01 flujograma De Procesos O De Servicios	30
2.12 Gestión Comercial.....	30
2.12.01 Producto	30
2.12.02 Precio	31
2.12.03 Plaza	31
2.12.04 Promoción y Publicidad	32
2.12.05 Logotipo	32
2.12.06 Papelería Corporativa.....	33
2.12.07 Material P.O.P	34
CAPÍTULO III.....	35
3.00 Estudio De Mercado.....	35
3.01 Análisis Del Consumidor	35
3.02 Determinación De La Población Y Muestra	37
3.02.01 Población.....	37
3.02.02 Tamaño Del Universo	37
3.02.03 Muestra.....	37
3.02.04 Formulación Del Muestra	37
3.03 Técnicas de la Obtención de la Información.....	38
3.04 Modelos de la Encuesta.....	39
3.04.01 Análisis de La Información.....	41
3.04 Oferta.....	51

3.04.01 Oferta Histórica.....	51
3.04.02. Oferta Actual.....	51
3.04.03 Oferta Proyectada.....	52
3.05 Productos sustitutos	52
3.05.01 Oferta histórica del producto sustituto	53
3.05.02 Oferta Actual de Productos Sustitutos	53
3.05.03 Oferta Proyectada de Productos Sustitutos	53
3.06 Demanda	53
3.06.01 Demanda Histórica.....	53
3.06.02 Demanda Actual.....	54
3.06.03 Demanda Proyectada	55
3.07 Balance Oferta-Demanda.....	56
3.07.01 Balance Actual	56
3.07.02 Balance Proyectado.....	56
CAPÍTULO IV	58
4.00 Estudio Técnico	58
4.01 Tamaño Del Proyecto	58
4.01.01 Capacidad Instalada	58
4.01.02 Capacidad Optima.....	59
4.02 Localización.....	60
4.02.01 Macro Localización	60
4.02.02 Micro Localización	60
4.02.03 Localización Optima.....	61
4.03 Ingeniería del Producto	62
4.03.01 Definición del bien.....	62

4.03.02 Distribución de la planta	63
4.03.05 Matriz Triangular	65
4.03.06 Distribución de la Planta	66
4.04 Proceso Productivo	67
4.06 Maquinaria y Equipo.....	69
CAPÍTULO V.....	72
5.01 Ingresos	72
5.01.01 Ingresos Operacionales	72
5.02. Costos.....	73
5.02.01 Costos Directos	73
5.02.01 Gastos Administrativos	74
5.02.02 Gasto de Venta	75
5.02.03 Gastos Financieros	76
5.02.04 Costos Fijos.....	76
5.03 Inversiones	78
5.03.01 Inversión Fija	78
5.03.02 Activos Fijos	79
5.03.03 Activos Nominales	79
5.03.04 Capital de Trabajo	80
5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.....	81
5.03.06 Amortización de Financiamiento	82
5.03.07 Depreciaciones	83
5.03.08 Estado de Situación Inicial.....	83
5.03.09 Estado de Resultados.....	84
5.03.10 Flujo de Caja	85

5.04 Evaluación Financiera.....	86
5.04.01 Tasa de Descuento	86
5.04.02 VAN (Valor Actual Neto).....	87
5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)	88
5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión).....	88
5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio).....	90
5.04.06 Punto de Equilibrio	90
5.05 Análisis de Índices Financieros	92
5.05.01 ROE.....	92
5.05.02 ROA	92
5.05.03 ROI.....	93
CAPÍTULO VI.....	94
6.00 Analisis de Impactos	94
6.01 Impacto Ambiental.....	95
6.02 Impacto Económico	96
6.03 Impacto Productivo	97
6.04 Impacto Social	98
CAPÍTULO VII	100
7.00 Conclusiones y Recomendaciones	100
7.01 Conclusiones	100
7.02 Recomendaciones	102
Bibliografía	103
ANEXOS.....	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Histórico Inflación	6
Tabla 2 Producto Interno Bruto Sectorial	8
Tabla 3 Riesgo País	10
Tabla 4 Proveedores	17
Tabla 5 Competidores Directos	18
Tabla 6 Competidores Indirectos	18
Tabla 7 Propietario	24
Tabla 8 Contador externo	25
Tabla 9 Secretaria	25
Tabla 10 Jefe de producción	26
Tabla 11 Vendedor	27
Tabla 12 Operario	27
Tabla 13 Encargado de Bodega	28
Tabla 14 Segmentación de Mercado	36
Tabla 15 Tamaño del Universo	37
Tabla 16 ¿Cree usted que el personal, tiene conocimiento del equipamiento que debe tener?	41
Tabla 17 ¿Cree usted que el equipamiento de protección, cuenta con las especificaciones técnicas?	42
Tabla 18 ¿Con que frecuencia usted, realiza la renovación de dotación?	43
Tabla 19 ¿los chalecos antibalas que utiliza el personal es de producción nacional?	44
Tabla 20	45
Tabla 21 ¿Qué factor incide al momento de adquirir los chalecos antibalas?	46

Tabla 22 ¿Está usted de acuerdo que se implemente una microempresa que elabore chalecos antibalas?.....	47
Tabla 23 ¿Cree usted que los pocos productores nacionales cuentan con tecnología?	48
Tabla 24 ¿Por qué medio le gustaría saber, sobre la microempresa de fabricación de ch?	49
Tabla 25 ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar usted por un chaleco antibalas?.....	50
Tabla 26 Oferta Actual.....	51
Tabla 27 Oferta Proyectada.....	52
Tabla 28 Demanda Histórica.....	54
Tabla 29 Demanda Actual.....	55
Tabla 30 Demanda Proyectada	55
Tabla 31 Balance Actual	56
Tabla 32 Balance Proyecta.....	56
Tabla 33 Capacidad Instalada	58
Tabla 34 Capacidad Óptima.....	59
Tabla 35 Macro Localización	60
Tabla 36 Localización Óptima.....	61
Tabla 37 Factores para su Ubicación	62
Tabla 38 Distribución de la Planta.....	63
Tabla 39 Código de Cercanía.....	64
Tabla 40 Razones de Cercanías	64
Tabla 41 Descripción del proceso del Flujograma.....	68
Tabla 42 Maquinaria y Equipo.....	69
Tabla 43 Muebles y Enseres	70

Tabla 44 Equipo de Computación.....	70
Tabla 45 Equipos de Oficina.....	71
Tabla 46 Costos Directos	73
Tabla 47 Costos Indirectos.....	74
Tabla 48 Gastos Administrativos	75
Tabla 49 Costos de Venta.....	76
Tabla 50 Costos Fijos.....	77
Tabla 51 Costos Variables.....	77
Tabla 52 Inversión Fija	78
Tabla 53 Activos Fijos	79
Tabla 54 Activos Nominales	80
Tabla 55 Capital de Trabajo	80
Tabla 56 Fuentes de Financiamiento.....	81
Tabla 57 Tabla de Amortización.....	82
Tabla 58 Depreciaciones	83
Tabla 59 Tasa de Descuento.....	87
Tabla 60 RBC.....	90
Tabla 61 ROE.....	92
Tabla 62 ROA	93
Tabla 63 ROI.....	93
Tabla 64 Ponderación.....	96
Tabla 65 Nivel de Impacto	96
Tabla 66 Impacto económico	97
Tabla 67 Nivel de impacto productivo.....	98
Tabla 68 Impacto social	99

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Inflacion Anual.....	6
Figura 2: Producto Interno Bruto.....	7
Figura 3 Balanza Comercial	9
Figura 4: Riesgo País	10
Figura 5: Tasa Activa.....	11
Figura 6: Tasa Pasiva.....	12
Figura 7: Tasa de Desempleo Ecuador 2018	13
Figura 8: PEA ECUADOR.....	14
Figura 9: Organigrama Estructural	24
Figura 10 Flujo de Procesos o de Servicios.....	30
Figura 11 Proceso de confección del chaleco antibalas.....	31
Figura 12 promoción y publicidad.....	32
Figura 13: Logotipo	32
Figura 14 Papeleria Corporativa	33
Figura 15 Material P.O.P	34
Figura 16: ¿Cree usted que el personal, tiene conocimiento del equipamiento que debe tener?	41
Figura 17 ¿Cree usted que el equipamiento de protección, cuenta con las especificaciones técnicas?.....	42
Figura 18: ¿Con que frecuencia usted, realiza la renovación de dotación?	43
Figura 19 ¿los chalecos antibalas que utiliza el personal es de producción nacional?	44
Figura 20 ¿Esta usted conforme con el producto que las empresas fabrican actualmente?	45

Figura 21 ¿Qué factor incide al momento de adquirir los chalecos antibalas?.....	46
Figura 22 ¿Está usted de acuerdo que se implemente una microempresa que elabore chalecos antibalas?	47
Figura 23 ¿Cree usted que los pocos productores nacionales cuentan con tecnología?	48
Figura 24 ¿Por qué medio le gustaría saber, sobre la microempresa de fabricación de ch?	49
Figura 25 ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar usted por un chaleco antibalas?	50
Figura 26 Mapa de Quito (sector Calderón)	61
Figura 27 Matriz Triangular.....	65
Figura 28 Plano Distribución de Planta	66
Figura 29 Proceso Productivo	67
Figura 30 Ingresos Operacionales.....	72
Figura 31 Estado de situación inicial	84
Figura 32 Estado de resultado.....	85
Figura 33 Flujo de Caja.....	86
Figura 34 VAN	87
Figura 35 TIR.....	88
Figura 36 PRI.....	89
Figura 37 Punto de Equilibrio.....	91

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: RUC	114
Anexo 2: Patente Municipal	115
Anexo 3: LUAE	116
Anexo 4: Permiso de funcionamiento de Bomberos	117
Anexo 5: Permiso de funcionamiento	118
Anexo 6 Urkund	119

RESUMEN EJECUTIVO

De acuerdo al estudio realizado, se ha podido evidenciar que la falta de inversión e inserción dentro del área de fabricación de equipos para protección física, específicamente de chalecos antibalas, ha significado una desventaja para las empresas tanto privadas como gubernamentales, que se dedican a actividades de seguridad ya que han tenido que optar por adquirir dichos insumos a empresas de producción extranjera, dejando de esta manera sin participación al mercado local.

La investigación que se desarrolló demuestra que la necesidad de implementar una microempresa de fabricación y comercialización de chalecos antibalas en el país es apremiante, lo que permitirá reducir costos y tiempos de entrega obteniendo de esta manera de forma segura y oportuna un producto de alta calidad, que cumple con todas las especificaciones técnicas requeridas.

La proyección financiera arroja resultados alentadores, ya que la inversión realizada es la adecuada y que cubrirá las necesidades en el área de producción, resultando de esta manera un producto con un coste de producción adecuado.

Dicho resultado se refleja en un VAN de \$ 43.093,85, demostrando que es un Proyecto viable y con un resultado positivo, de la misma manera lo demuestra su TIR que es del 45,94%.

Ambos análisis financieros respaldan, la investigación realizada, dando como resultado que la inserción dentro de este ámbito empresarial es oportuno y acertado.

ABSTRACT

According to the study carried out, it has been possible to show that the lack of investment and insertion within the area of manufacture of equipment for physical protection, specifically bulletproof vests, to meaning a disadvantage for both private companies and That are engaged in security activities because they have had to opt to acquire these inputs to foreign production companies, thus leaving without participation in the local market.

The investigation that development shows that the need to implement a microenterprise of manufacturing and commercialization of bulletproof vests in the country is compelling, which will reduce costs and delivery times obtaining in this way safely and timely a product High quality, which complies with all required technical specifications.

The financial projection yields encouraging results, since the investment is adequate and that will cover the needs in the production area, resulting in this way a product with a suitable production cost.

This result is reflected in a VAN of \$43,093.85, proving that it is a viable project with a positive result, in the same way it shows it TIR which is 45.94%.

Both financial analyses support, the research carried out, giving as a result that the insertion within this business ambit is timely and right.

CAPÍTULO I

1.00 Introducción

El presente proyecto tiene como objetivo, contribuir con la protección física de todos aquellos individuos involucrados en temas de seguridad y protección mediante la fabricación de chalecos antibalas.

El aumento de la inseguridad en el país, ha sido determinante al momento de implementar varias formas de protección como, por ejemplo, optar por sistemas de seguridad o vigilancia privada, dentro de este contexto la solución más óptima para la ciudadanía es contar con un guardia de seguridad o vigilante, el cual en la mayoría de casos es contratado para custodiar una conjunto residencial, entidades financieras entre otros, pero para que la persona que realiza estas actividades debe contar con la protección necesaria para resguardar su integridad incluso su vida ante algún asalto o evento fortuito que ponga en peligro su bienestar.

Por lo cual las empresas de seguridad que son las encargadas de brindar el adecuado equipamiento debe entregar a su colaborador todos aquellos implementos que permitan realizar una mejor actividad, uno de los elementos indispensables con que el vigilante debe contar es con un chaleco antibalas, ya que esta prenda protegerá su vida ante un ataque con un arma de fuego, siendo así el equipo más necesario para realizar sus tareas de protección.

Por lo antes mencionado, se ha propuesto la implementación de una microempresa de producción y comercialización de chalecos antibalas en el sector

norte (Calderón), del Distrito Metropolitano de Quito, brindando de esta manera un producto 100% de fabricación nacional, confeccionado con materiales e insumos de alta calidad.

Este emprendimiento adicional al factor productivo y financiero que persigue, también tiene su finalidad social la cual es contribuir con plazas de trabajo para las personas del sector y con el desarrollo industrial del país.

1.01 Justificación

La idea para la implementación de una micro-empresa dedicada a la fabricación de chalecos antibalas surge de la necesidad de proteger la vida de aquellos individuos, que prestan sus servicios para la seguridad y tranquilidad de la comunidad.

Esto como aporte para combatir la inseguridad que actualmente aqueja no solo a la ciudad de Quito sino a nivel nacional, la cotidianidad ha demostrado que los índices de robo y agresiones a cualquier tipo de persona sin importar su edad o condición social ha afectado, por lo cual surge la necesidad de estar protegidos y una buena opción para contar con la protección requerida es optar por la seguridad privada, ya sea en nuestro hogar o lugar de trabajo, este necesita de las debidas condiciones de seguridad, el sobreproteger el patrimonio y a la familia, hace cada vez más imperiosa la necesidad de protección, y para aquellas personas que brindan este servicio, se las debe proteger en gran medida especialmente su vida, ya que ellas son las responsables de la seguridad, es por eso que nace esta propuesta de crear una microempresa dedica a la producción, de uno de los implementos más necesarios para precautelar la vida, el chaleco antibalas, no es un objeto que todos pueden

llevar, y que servirá únicamente para preservar la vida de aquellos que si han optado como profesión el servir a los demás.

Es por eso que la propuesta de Seadfin, es crear una microempresa de fabricación de chalecos antibalas para contribuir con la preservación de la vida, a un costo considerable y brindando un equipo de la mejor calidad.

1.02 Antecedentes

A lo largo de la historia, las personas se han protegido de lesiones con diferentes tipos de materiales. En los primeros días, las personas usaban pieles de animales como barreras para lesiones y ataques. A medida que el armamento avanzaba, agregaron escudos de madera y metal a sus arsenales defensivos.

En el año 1500, la realeza italiana y romana experimentó con la idea de chalecos antibalas. Construyeron una armadura corporal con capas de metal destinadas a desviar balas. La capa externa fue diseñada para absorber el impacto de la bala, mientras que la capa interna se agregó para detener la penetración adicional. Sin embargo, la armadura de cuerpo de metal fue en gran parte ineficaz contra armas de fuego (Portal de Actualidad.com, s.f.)

En 1538, Francesco María della Rovere encargó a Filippo Negroli crear un chaleco a prueba de bala. En 1561, Maximiliano II puso a prueba su armadura contra arma de fuego. De igual manera, en 1590 Sir. Henry Lee esperaba con su armadura. Greenwich fuese a prueba de balas, aunque su eficacia era polémica en esos tiempos. (Angel, s.f.)

Corría el año de 1965, el mundo sufría un gran cambio, no solamente en la ideología de las personas, puesto que también de manera casi accidental el mundo estaba a punto de ver con sus propios ojos el nacimiento de un elemento que serviría para poder resguardar la integridad física de muchas personas. La química polaca – estadounidense Stephanie Kwolek, fue la precursora de la creación del chaleco antibalas, quien buscaba encontrar algún tipo de forma para poder crear fibras sintéticas con base en los procesos de poli condensación, con la finalidad de obtener un resultado que fuera aún más resistente que el nylon. Se llevaron a cabo diversos tipos de pruebas y experimentos, sin obtener el resultado deseado, todos eran un aparente fracaso, sin embargo, llegaba el día en el que la madre del chaleco antibalas, no desistió y comenzó a probar su recién fallida creación. Como es bien sabido, en un inicio las grandes ideas e invenciones, son producto de la casualidad, aquí se creó lo que era el primer prototipo de este afamado material, pero se siguió trabajando para mejorar su composición. (Cifuentes, s.f.)

En la década de 1960, se descubrieron nuevas fibras que hicieron posibles chalecos verdaderamente resistentes a las balas. A principios de los años 1970, se inventó el tejido

balístico Kevlar de DuPont. Originalmente, la tela estaba destinada a reemplazar las bandas de acero en los neumáticos, y era extremadamente resistente (Portal de Actualidad, s.f.)

La evolución de este implemento de protección, muy necesario para las personas que se encuentran dedicadas a brindar seguridad a la ciudadanía ya sea de forma privada o publica, significa la importancia que tiene la investigación científica, para encontrar las mejores herramientas que permitan preservar la vida de los seres humanos, combatiendo o mitigando en gran medida la agresión con armas blancas y de fuego, generando de esta manera el bienestar absoluto para aquellas personas que anteponen su vida por la de los demás.

Los nuevos materiales que se han ido creando, permiten tener una gran variedad de protección los cuales, difieren desde su diseño hasta su valor economico, siendo del alcance y accesibilidad de las empresas de seguridad, permitiendo así equipar a sus colaboradores de un equipo de calidad.

CAPÍTULO II

2.00 Análisis Situacional

El análisis situacional es una técnica que permite analizar dificultades, fallas, oportunidades y riesgos, para determinarlos, clasificarlos, desglosarlos, jerarquizarlos y valorarlos, permitiendo así actuar eficientemente con base en criterios y/o planes específicos. Adicionalmente el método permite establecer, analizar y resolver problemas; permite determinar la mejor opción cuando se pueda elegir entre varias; permite identificar problemas a largo plazo y diseñar acciones preventivas y/o contingentes (Allegri, 2004)

2.01 Ambiente Externo

“El ambiente externo estudia elementos que son difíciles o imposibles de controlar, por lo que la organización debe tener conocimiento de ellos para aprovechar o en su defecto reducir su impacto” (Hitt, 2006).

2.02 Factor Económico

Pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarca las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que sirven como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica (Urbina, 2010, pág. 139)

2.02.01 Inflación

La inflación es el fenómeno caracterizado por la elevación persistente y sostenida del nivel general de los precios se considera que hay una situación inflacionaria cuando la demanda, expresada en dinero, es superior a la oferta disponible de bienes. La inflación crea efectos nocivos sobre los ingresos y los egresos fiscales, reduciendo en términos reales (Martín, 1998, pág. 25).

Tabla 1
Histórico Inflación

PERÍODO	ÍNDICE VARIABLE
2015	3,9
2016	3,66
2017	3,49
2018	3,35

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Rafael Tene

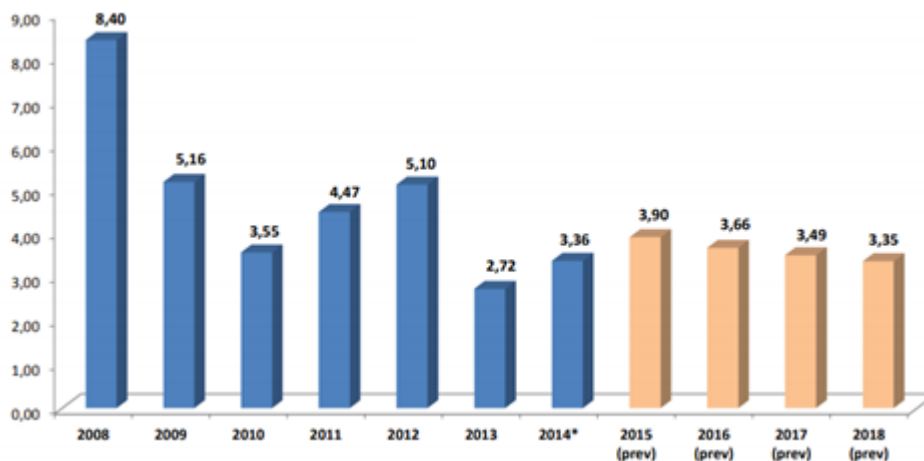


Figura 1: Inflación Anual

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Análisis:

Se puede evidenciar que ha existido un decrecimiento continuo de la inflación, demostrando que si el descenso no es significativo ha permitido que de a poco exista una mejoría en la estabilidad de los precios, como lo indica el cuadro anterior, hasta situarse en el año 2018 con una inflación del 3.35%.

2.02.02 Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB, o producto interno bruto, es el valor de mercado de los bienes y servicios finales producidos en un país durante cierto periodo. Esta definición contiene cuatro elementos:

- Valor de Mercado.
- Bienes y Servicios Finales.

- Producido en un país.
- Durante cierto periodo.

(Parkin, 2009, pág. 10)

Variables \ Años	2015 (prev)	2016 (prev)	2017 (prev)	2018 (prev)
PIB (pc)	4.1	4.0	4.9	4.0
IMPORTACIONES	0.5	0.8	3.6	1.9
OFERTA FINAL	3.3	3.3	4.6	3.5
CONSUMO FINAL TOTAL	2.8	3.5	3.5	3.7
Administraciones públicas	0.8	2.6	2.7	2.6
Hogares	3.3	3.7	3.7	4.0
FORMACION BRUTA DE CAPITAL FJO TOTAL	10.0	0.6	1.1	0.8
EXPORTACIONES	0.3	3.0	11.7	2.9
DEMANDA FINAL	3.3	3.3	4.6	3.5

Figura 2: Producto Interno Bruto

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Análisis:

Se observa que la variación porcentual del PIB, ha tenido cierta inestabilidad, ya que en el año 2017 se produjo un crecimiento de 4,6% siendo favorable para la economía ecuatoriana, pero debido a varios factores tanto internos como externos en el periodo 2018 a tenido un decrecimiento considerable ubicando un PIB del 3.5% para este año lo que permite conocer un declive de la economía.

Tabla 2
Producto Interno Bruto Sectorial

Sector o Actividad Económica	PIB	PIB	PIB
	2018	2017	2016
Acuicultura y pesca de camarón	0,16	1,8	0,08
Alojamiento y servicios de comida	0,13	0,1	-0,05
Suministro de electricidad y agua	0,21	4	0,11
Correo y comunicaciones	0,22	0,6	-0,13
Comercio	0,55	1,2	-0,38
Servicios financieros	0,17	3	-0,07
Servicios sociales y salud	0,38	0,2	0,1
Agricultura	0,28	-0,5	0,18
Refinación de petróleo	0,03	0,2	0,04
Transportes	0,16	1,5	0,07
Manufactura	0,22	0,3	0,14
Otros servicios	0,08	0,2	0
Actividades profesionales	0,02	-0,4	0,29
Construcción	-0,03	-2,2	-0,19
Adm. Publica y defensa	-0,08	-2,2	-0,16
Servicio Domestico	0	-2	0
Petróleo y minas	-0,5	0,4	-0,23
Pesca (excepto camarón)	-0,05	1,1	-0,07

Elaborador por: Rafael Tene
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos 2018

Análisis:

De acuerdo al análisis realizado sobre el PIB sectorial en los periodos comprendidos entre el 2017 al 2018 se evidencia un crecimiento de la aportación del área manufacturera en el país cerrando en el último periodo (2018) con el 0.22% de aportación, lo que permite conocer que la industria ecuatoriana tiene una aceptación

considerable en el mercado, impulsando de esta manera la apertura de más fabricantes y proveedores en materia textil.

2.02.03 Balanza Comercial

La balanza comercial es la diferencia resultante de los bienes materiales vendidos y comprados al o en el exterior por un país en un determinado periodo determinado o ejercicio, normalmente un año. Las partidas que integran dicha balanza son las exportaciones e importaciones declaradas. Mientras que las primeras originan las entradas de divisas o ingresos, las segundas causan la salida de estas en concepto de pago. La balanza presenta, pues, la contraposición de los valores monetarios de las operaciones; se la considera para integrante de la balanza de pagos, concretamente de la cuenta corriente.

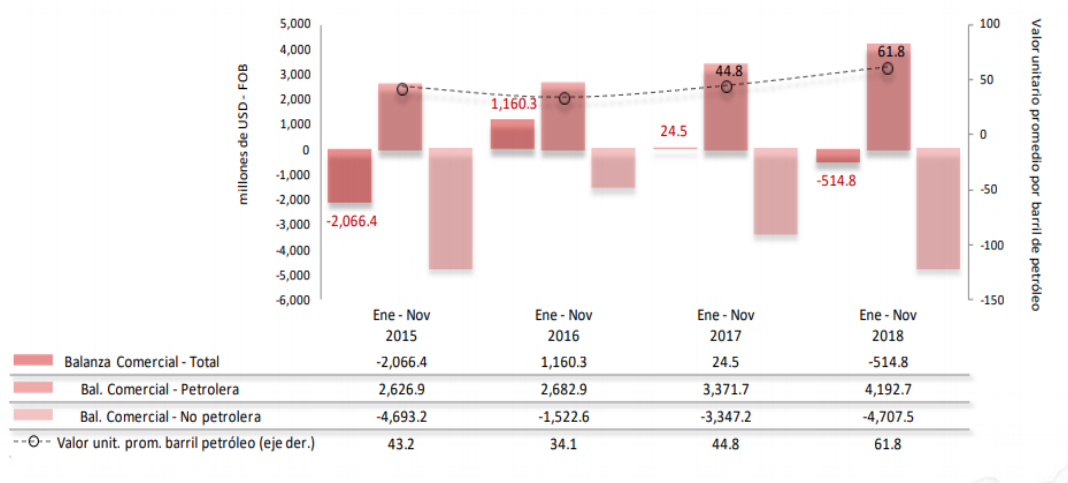


Figura 3 Balanza Comercial

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Análisis:

La balanza comercial, ha permitido conocer que los productos que el Ecuador exporta han tenido una gran acogida, estableciendo de esta manera buenas relaciones

comerciales e internacionales, abriendo más aun el mercado para los productos ecuatorianos.

2.02.04 Riesgo País

Indica el nivel de incertidumbre para otorgar un préstamo a un país. Mide la capacidad de dicho país para cumplir con los pagos de los intereses y del principal de un crédito al momento de su vencimiento. Dicho en términos tecnocráticos, determina cual sería la predisposición de un país mejor sería de un gobierno para honrar las obligaciones adquiridas (Alberto, 2005, pág. 9).

Tabla 3
Riesgo País

AÑO	MES	PUNTOS
2015	DICIEMBRE	1266
2016	DICIEMBRE	647
2017	DICIEMBRE	459
2018	DICIEMBRE	826
2019	ENERO	694

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Rafael Tene

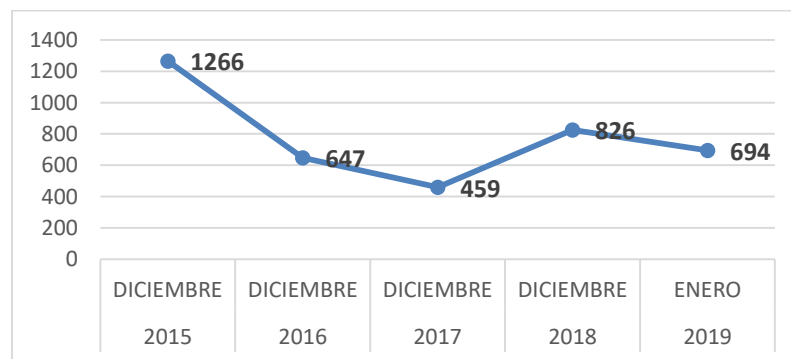


Figura 4: Riesgo País

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Rafael Tene

Análisis:

El Ecuador en los periodos comprendidos entre los años 2015 y 2017, mantuvo una reducción significativa del riesgo país al haber llegado de 1266 a 459 puntos, pero en el año 2018 presento un alza de 367 puntos hasta ubicar una calificación de

826, poniendo nuevamente una falta de credibilidad en el país para las inversiones externas.

2.02.04 Tasa De Interés

“En términos económicos la tasa de interés representa el precio del dinero en el mercado financiero o el porcentaje al que se ha invertido un capital en un periodo de tiempo.” (Mria, 2012, pág. 2)

2.02.05 Tasa Activa

“Es la tasa de interés que obtienen los intermediarios financieros de los acreedores, por los préstamos otorgados, Es decir, el valor que cobra una institución financiera por el dinero que presta.”. (Salgado, 2010, pág. 29)

Tasas de Interés			
enero - 2019			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.06	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.49	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	8.79	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	8.11	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.99	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.63	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	9.70	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.27	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.09	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.49	Educativo	9.50
Inmobiliario	9.55	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.78	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista ¹⁻	25.96	Microcrédito Minorista*	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple ¹⁻	22.64	Microcrédito de Acumulación Simple*	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada ¹⁻	19.21	Microcrédito de Acumulación Ampliada*	23.50
Inversión Pública	8.46	Inversión Pública	9.33
1. Las tasas de interés para los segmentos Microcrédito Minorista, Microcrédito de Acumulación Simple y Microcrédito de Acumulación Ampliada se calculó con información del sector financiero privado y de la economía popular y solidaria (cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 y mutualistas).			

Figura 5: Tasa Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central el Ecuador

Análisis:

De acuerdo a los indicadores que presenta el Banco Central del Ecuador, se puede observar que la tasa de interés activa en enero de 2019, tiene un porcentaje anual del 8.79%, en el segmento Productivo PYMES y un porcentaje igual al 11.83% en la tasa activa efectiva máxima por segmento para PYMES, lo que demuestra una apertura considerable para realizar o acceder a un préstamo y financiera el proyecto.

2.02.06 Tasa Pasiva

“Es la tasa de interés que reciben los depositantes por tener su dinero a un plazo fijo en una institución financiera.” (Salgado, 2010, pág. 30)

4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.10	Plazo 121-180	5.72
Plazo 61-90	4.34	Plazo 181-360	6.37
Plazo 91-120	5.35	Plazo 361 y más	7.66

Figura 6: Tasa Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Es vital contar con un sistema bancario efectivo, lo que permite realizar inversiones de largo o corto plazo, determinando una rentabilidad aceptable con la seguridad de seguir invirtiendo

2.03 Factor Social

Afecta directamente a cada etapa del proceso de compra, comenzando por las necesidades experimentadas y las opciones que se consideran para satisfacerlas, hasta la evaluación de las mismas. En muchos casos, las influencias de la sociedad pueden ser más persuasivas que cualquier otra forma de información (Talaya, Garcia, Gonzalez, Olarte, & Reinares:Saco, 2008, pág. 78)

2.03.01 Crecimiento Poblacional

Los cambios poblaciones en el tiempo pueden deberse, exclusivamente, a uno de estos tres factores: fecundidad, mortalidad y migración. A estos se los denomina

“componentes demográficos”. Ellos son los que actúan como variables inmediatas que determinan los cambios demográficos; aunque, son la resultante de fenómenos más estructurales (sociales, económicos, históricos, culturales, etc.). estos componentes afectan a todos los aspectos que estudia la demografía: volumen, estructura y distribución geográfica (Palladino, Introducción a la Demografía, 2010, pág. 12).

Análisis:

Cabe mencionar que dentro de esta investigación y análisis se han tomado en cuenta como crecimiento poblacional el crecimiento de las empresas de seguridad en la ciudad de Quito que se encuentran legalmente establecidas en la Cámara de Empresas de Seguridad de Quito (65).

2.03.02 Tasa De Desempleo

Según la OIT, la OIT define a la tasa de desempleo como la proporción, del conjunto de personas que se encuentran sin trabajo con relación a la fuerza de trabajo que es el número de personas empleadas más el número de las desempleadas.

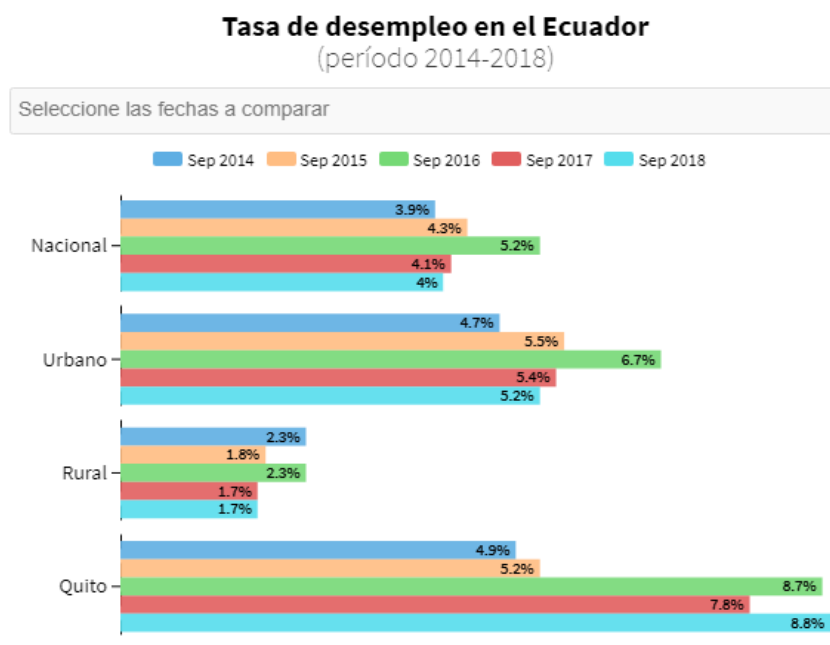


Figura 7: Tasa de Desempleo Ecuador 2018

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborador por: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Análisis:

La tasa de desempleo en el Ecuador a septiembre de 2018 tuvo un indicador del 8,8%, esto demuestra el aumento del desempleo, que en los últimos tres periodos (2016-2017-2018) ha demostrado una variable al alza, denotando la falta de campo laboral, y la poca intervención del estado ante este tipo de indicadores.

2.03.03 Pea (Población Económicamente Activa)

“La Población Económicamente Activa abarca todas las personas de ambos sexos que aportan con su trabajo para generar bienes y servicios económicos, comprendidos dentro de la frontera de producción, durante un periodo económico o fiscal, específico.” (Glejberman, 2012, pág. 51).

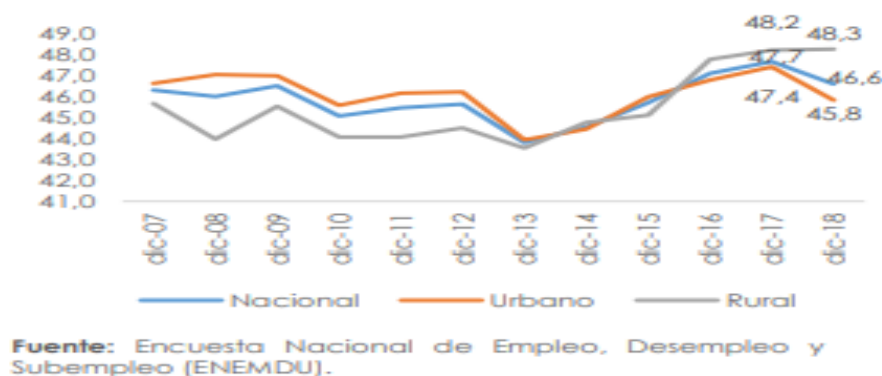


Figura 8: PEA ECUADOR

Fuente: Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo INEC

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censos 2018

Análisis:

En la investigación realizada; para el desarrollo del proyecto se tomaran como PEA, a las empresas de producción de chalecos antibalas las cuales y de acuerdo al estudio realizado son cuatro, las mismas que se encuentran dentro del área textil.

2.04 Factor Legal

Dentro del factor legal se analizarán las diferentes normativas y políticas que rigen la actividad económica relacionada con la producción y comercialización de chalecos anti balas, ya que, al ser una actividad específica, en el cuidado de la vida de aquellos individuos que la realizan actividades de seguridad debe estar formalmente controlada e identificada.

2.04.01 Requisitos

Los requisitos necesarios para la creación de una microempresa en el Ecuador es la siguiente:

- Registro Único de Contribuyentes RUC.

Entregar original y copia de la cedula de identidad o del pasaporte para extranjeros, hojas de identificación y tipo de visa, original de la papeleta de votación del último proceso electoral y entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal.

- Licencia Única de Actividades Económicas LUAE.

Formulario de solicitud, copia del RUC y papeleta de votación vigente, copia del nombramiento del representante legal, para rotulo nuevo dimensiones y esquema grafico de como quedara el rotulo.

- Permiso de funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos de Quito.

Solicitud de inspección del local, informe favorable de la inspección copia del RUC y copia de la calificación artesanal (artesanos calificados), este permiso debe ser generado previo a la obtención de la LUAE

- Permiso de funcionamiento por parte del Ministerio del Interior para la fabricación de municiones, armas y accesorios, previa aprobación Bomberos.

- Patente Municipal.

Formulario de inscripción de la patente, acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos, copia de la cedula de identidad y papeleta de votación del último proceso electoral, copia del RUC, correo electrónico personal y número telefónico o representante en el caso de ser persona jurídica, copia de escritura de constitución en caso de persona jurídica, en el caso de artesanos, copia de la calificación artesanal vigente.

2.05 Factor Tecnológico

Los avances tecnológicos no solamente son los que rápidamente evolucionan, sino que son los que tienen más alcance a la hora de ampliar o limitar las oportunidades de la empresa establecida. Están relacionados con el continuo proceso de innovación tecnológica al que se ven sometidas todas las industrias: el nivel científico y técnico, la política seguida por las empresas o por los Estados en materia de investigación y desarrollo (I+D); el grado de difusión de las innovaciones tecnológicas; etc. (Vacas, s.f)

Análisis:

Gracias al avance que ha tenido la tecnología en los últimos años, permite tener cada vez, más instrumentos, herramientas y accesorios para crear o fabricar cualquier tipo de producto; los chalecos antibalas son un claro ejemplo de que es necesario el empleo de las herramientas tecnológicas para obtener un bien de la mejor calidad que contribuye con la preservación de la vida de los guardias de seguridad.

2.06 Entorno Local

“Es aquel en el cual se ejercen una influencia directa sobre la empresa de la cual se distingue cuatro: clientes, proveedores, competidores y recursos humanos” P

Mateos – Aparicio (1998)

2.06.01 Clientes

“Un cliente es aquel que percibe o toma un bien o servicio. Comúnmente esto resulta en una transacción en la cual algo de valor cambia de manos. Se puede definir dos tipos de clientes, los internos y externos.” (Foster, 2001).

2.06.02 Clientes Internos

Son aquellos individuos que perciben algún tipo de producto por la acción o generación de una actividad anterior, establecidas por un proceso determinado, que cumple con la cadena de valor y con los estándares requeridos por la compañía.

2.06.03 Clientes Externos

El cliente externo, son todos aquellos individuos ajenos a la empresa que están dispuestos a adquirir el servicio o producto generado por la compañía, por una determinada cantidad de dinero, el mismo que solventará o cubrirá sus necesidades de acuerdo a las actividades que realiza.

2.06.04 Proveedores

“Como ya hemos visto, todas las empresas sin excepción necesitan una serie de entradas o inputs para realizar su proceso productivo. Las empresas o personas que los proporcionan se denominan proveedores”. (Lawrence, 2010, pág. 17)

Tabla 4
Proveedores

Proveedores	Ubicación	Producto
Tejidos Especiales	Bogotá – Colombia	Tejido de kevlar
DuPont	México DF – México	Tejido de kevlar
Textiles Nacionales	Bogotá – Colombia	Foros y recubrimientos
Textiles Lafayette	Quito – Ecuador	Foros y recubrimientos
El Ojal	Quito – Ecuador	Cierres, botones e insumos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Una vez analizado los posibles proveedores de todos los materiales e insumos que serán necesarios para la fabricación de los chalecos antibalas, se ha determinado que las empresas detalladas en el cuadro anterior son las seleccionadas, gracias a su ubicación y a su disponibilidad de producto.

2.06.05 Competidores

Son aquellos que forman parte del entorno operativo de la empresa y son los rivales con los que esta se enfrenta a la hora de conseguir recursos y clientes. Pueden suponer una amenaza que produzca unos costes al alza, o que reduzca sus ingresos y produzca una disminución del rendimiento empresarial. (Vacas, s.f)

Tabla 5
Competidores Directos

Establecimiento	Producto
Fábrica de Municiones Santa Bárbara	Chalecos Anti – balas y municiones
Contra	Chalecos Anti - balas
FAP – imports	Chalecos Anti - balas y accesorios
Blingard	Chalecos Anti - balas y accesorios

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

Tabla 6
Competidores Indirectos

Establecimiento	Producto
MC Armor	Chalecos Anti - balas
EnGarde	Chalecos Anti - balas

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

La competencia indirecta, representan una opción viable para aquellos clientes que requieren de chalecos antibalas que tengan una buena calidad y que tengan un

tiempo corto de entrega, lo que los competidores directos no poseen, esto por la cantidad de producción requerida en mercado.

2.07 Análisis FODA

El análisis FODA, es un instrumento de planificación estratégica, por lo general se usa como parte de hacer una exploración del entorno, que ayudan a identificar los factores externos que deben ser previsto, y los factores internos (fortalezas y debilidades, es decir) que necesitan ser planificadas en la determinación de que una empresa debe ir en el futuro (Chiavenato, Introduccion a la Administracion, 2003, pág. 45)

OPORTUNIDADES: Seadfin, cuenta con una gran oportunidad de posicionamiento en el mercado aprovechando lo siguiente:

- Tener una presencia significativa en el mercado local y nacional, ya que la fabricación de chalecos antibalas es un sector manufacturero no explotado en el Ecuador.
- Contar con tecnología de punta en equipo y maquinaria.
- Establecer convenios comerciales con los proveedores.
- Manejar una publicidad enfocada a los clientes específicos y potenciales.
- Reducir tiempos de entrega.

AMENAZAS: las amenazas que se deberán considerar y analizar, están ligadas a:

- Un libre tránsito comercial, en el cual se podrá encontrar producto importado y nacional con una gran variación de precios.
- El tráfico ilegal, de un producto de mala calidad a un precio mucho más bajo que el ofrecido actualmente.
- La falta de agilidad en los tramites tanto administrativos como legales para el funcionamiento de la compañía.

- Falta de inversión local y extranjera debido a las condiciones políticas, económica y sociales del país.

Cabe mencionar que dentro del análisis FODA, se ha hecho referencia a las Oportunidades y Amenazas, ya que al ser una nueva microempresa visualizará su futuro para plantearse metas y objetivos lo que le permitirá ir conociendo con el tiempo sus Fortalezas y Debilidades.

2.08 Propuesta Estratégica

“Es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y los recursos de la organización.” (Kluter, 1990, pág. 12).

La propuesta Estratégica de SEADFIN CIA. LTDA., está ligada al constante cambio del entorno social del país, ya que, al ser una empresa orientada a la protección física de las personas involucrada en actividades de seguridad, es necesario planificar sus esfuerzos en la investigación constante para mejorar el equipamiento y la protección de los individuos, tomando como referencia las varias formas de inseguridad que existen en el país, lo que da origen a la innovación constante de este tipo de equipos y manteniendo una competitividad significativa en el mercado local y nacional.

2.08.01 Misión

“Este enunciado sirve a la organización como guía o marco de referencia para orientar sus acciones y enlazar lo deseado con lo posible”. (Enrique, 2004, pág. 177)

Misión: Fabricar chalecos antibalas al mejor costo y con calidad comprobada, utilizando tecnología de punta, siendo el socio principal de las empresas de seguridad privada y entidades gubernamentales que realizan actividades de seguridad física.

2.08.02 Visión

Se trata de un enunciado que representa el estado ideal de una institución, que nunca será alcanzado, pero que, al representar una imagen de éxito para esta, se constituirá en su guía de lo que siempre intentará lograr.

Visión: Ser la microempresa líder en el Ecuador, en la fabricación y comercialización de chalecos antibalas hasta el año 2024, a través de la investigación e innovación del producto, contribuyendo a la conservación del medio ambiente.

2.09 Objetivos

2.09.01 Objetivo General

Generar utilidad económica a través de la Fabricación y Comercialización de chalecos antibalas, permitiendo de esta manera contribuir con más plazas de empleo para los ecuatorianos.

2.09.02 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos que tendrá la organización en desarrollo serán:

Analizar el mercado actual, para la fabricación de chalecos antibalas y su viabilidad.

Establecer los costos de producción.

Investigar nuevas tecnologías que permitan tener materiales de alta resistencia, y que sean más amigables con el medio ambiente.

Identificar los posibles competidores tanto directos como indirectos.

Desarrollar un chaleco antibalas de la mejor calidad, producido netamente en el país.

2.09.03 Principios O Valores

Trabajo en equipo: promover la integración del talento humano, generando buenas relaciones interpersonales.

Calidad: brindar un producto y servicio bajo los estándares de cumplimiento, siendo así lo más representativo de nuestra empresa.

Servicio: contar con un servicio eficiente y eficaz que permita dilucidar cualquier duda y atender de forma oportuna los requerimientos solicitados.

Cuidado del Medio Ambiente: realizar las actividades de producción, minimizando y teniendo un tratamiento responsable de los desechos y así proteger el medio ambiente.

Desarrollo: contribuir no solo con el desarrollo empresarial, sino también con el desarrollo de capital humano, para así contar con profesionales comprometidos y capacitados.

Valores:

Respeto: para todas aquellas personas que conforman la organización, a los clientes tanto internos como externos, al medio ambiente y sobre todo a las leyes y reglamentos que rigen las actividades económicas

Puntualidad: cumplir con los tiempos establecidos de entrega tanto con los clientes internos y externos.

Honestidad: cumplir con las necesidades del cliente, velando siempre por el bienestar del mismo.

Solidaridad: contribuir con un ambiente cordial, en el cual siempre prevalezca el bienestar de todos.

Creatividad: respaldar las nuevas ideas de los colaboradores, que permitan obtener los resultados deseados.

2.10 Gestión Administrativa

Gestión administrativa consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo del grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y las cosas mediante el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planificación, organización, dirección y control. (Servulo, 2002, pág. 122)

2.10.01 Planificación

“La planificación es una técnica para minimizar la incertidumbre y dar más consistencia al desempeño de la empresa.” (Chiavenato, 2003, pág. 27)

La planificación a seguir, estará definida por los objetivos planteados; creando y mejorando constantemente los procesos tanto administrativos, financieros y técnicos que permitan obtener la mejor rentabilidad, reduciendo los gastos y los desechos provocados por la fabricación de los chalecos antibalas.

2.10.02 Organización

Es un término que suele utilizarse sin precisión: a veces se incluyen los comportamientos de todos los participantes, otras se consideran todo el sistema de relaciones sociales y culturales, incluso hay unas en que el termino se emplea como sinónimo de empresa (p. ej., la United States Steel Corporation o el Departamento de Defensa), pero la mayoría de los gerentes en funciones o puestos el termino Organización supone una estructura intencional y formal de funciones o puestos (Koontz, 2012, pág. 40)

La organización de Seadfin Cía. Ltda., estará definida por áreas o departamentos, dentro de los cuales se desarrollarán profesionales capacitados, cumpliendo las funciones específicas e inherentes a su cargo y contribuyendo a la obtención del objetivo del área, permitiendo el desarrollo de los procesos subsiguientes, teniendo de esta manera una organización de la empresa claramente definida.

2.10.03 Organigrama Estructural

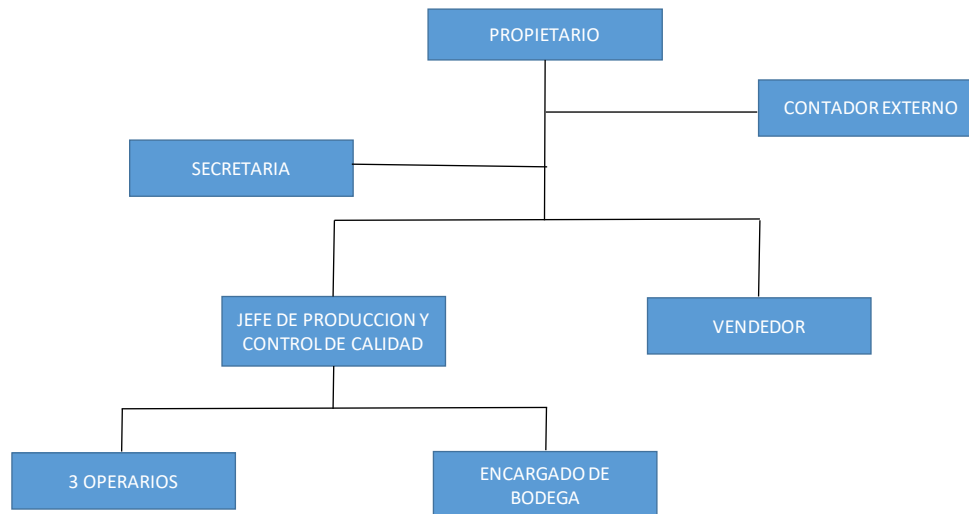


Figura 9: Organigrama Estructural

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Perfil Y Funciones Del Cargo

Toda organización tiene definidos sus procesos y de más tareas, al igual que los perfiles de los candidatos para el cargo que la empresa así no necesite, por lo tanto, se definirá las especificaciones de cada uno de los cargos al igual que los perfiles profesionales que serán contratados.

Tabla 7

Propietario

CARGO	PERFIL	FUNCIONES
PROPIETARIO	Profesional titulado o con estudios superiores sin culminar en administración de empresas, contabilidad o afines, experiencia requerida en el área a desarrollarse (preferible)	1. Realizar las compras de materia prima e insumos 2. Atender asuntos administrativos, financieros y legales inherentes a la compañía 3. Direccionar y planificar las actividades de la compañía

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Tabla 8
Contador externo

CARGO	PERFIL	FUNCIONES
CONTADOR EXTERNO	Profesional titulado en Contabilidad o en Auditoría y Finanzas	1. Responsable de llevar la contabilidad y la parte financiera de la compañía
	Experiencia mínima de 2 años en empresas de producción	2. Emitir los balances tanto mensuales y anuales de la situación financiera de la compañía

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.
Tabla 9
Secretaria

CARGO	PERFIL	FUNCIONES
SECRETARIA	Estudiante de últimos semestre en administración de empresas, contabilidad o afines	1. Responsable de la mensajería
	Experiencia requerida de 2 años en empresas de consumo masivo, producción o de servicios	2. Recepción y pago de facturas
	Manejo de utilitarios	3. Atención a clientes
	Atención al cliente	4. Recepción de llamadas clientes y proveedores
	Habilidad numérica	5. Manejo de caja chica
	Manejo de facturas, notas de crédito y mensajería	6. Recepción de informes de las diferentes áreas
		7. Emisión de informe gastos

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

Tabla 10
Jefe de producción

CARGO	PERFIL	FUNCIONES
JEFE DE PRODUCCION Y CONTROL DE CALIDAD	Profesional titulado en ingeniería industrial, procesos, textil o afines	1. Programar la producción diaria, semanal y mensual del área.
	Experiencia de 3 años en empresas de producción, industrial o de consumo masivo como supervisor, coordinador o jefe de área	2. Controlar el flujo adecuado del proceso de producción
	Conocimiento de BPM, ISO 9001:2015, control en proceso y producto terminado	3. Realizar controles tanto en producción como en producto terminado según las directrices de la compañía
	Manejo de tiempos, movimiento y costos de producción	4. Realizar muestreos aleatorios de los lotes de producción
	Manejo de indicadores de gestión	5. Medir y controlar el cumplimiento del personal operativo
	Manejo de desperdicios	6. Emisión de informe de novedades en producción
	Manejo de personal y proveedores	7. Cumplir con los indicadores requeridos por la compañía
	Habilidad numérica	8. Emitir ordenes de producción y despacho
		9. Solventar al cliente ante cualquier duda técnica del producto
		10. Programar las actividades y funciones del personal operativo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Tabla 11
Vendedor

CARGO	PERFIL	FUNCIONES
VENDEDOR	Profesional titulado en marketing y ventas Experiencia de 3 años en empresas de consumo masivo, industriales, tecnológicas, textiles o de servicios Habilidad verbal Razonamiento lógico y matemático Buenas relaciones interpersonales Proactivo y dinámico	1. Promocionar y vender los productos de la compañía 2. Cierre de ventas 3. Acuerdo de pago con clientes 4. Asistir al cliente sobre los beneficios del producto 5. Solventar cualquier duda y/o reclamo 6. Llevar cartera de clientes actualizada

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Rafael Tene C.

Tabla 12
Operario

CARGO	PERFIL	FUNCIONES
OPERARIO	Bachiller en cualquier especialidad o profesional técnico textil, industrial o afines (preferible) Experiencia de 2 años en empresas de confección textil Manejo de máquinas recta y/o recubridora Manejo de cortadora eléctrica	1. Cumplir con la producción diaria 2. Asistir en la revisión del producto terminado 3. Asistir en la recepción de la materia prima e insumos

Fuente: Investigación Propia

Elaborador por: Rafael Tene C.

Tabla 13*Encargado de Bodega*

CARGO	PERFIL	FUNCIONES
ENCARGADO DE BODEGA	Bachiller o estudios en administración de empresas, contabilidad o afines (preferible)	1. Toma de inventarios
	Experiencia de 2 años en manejo de bodega e inventario en empresas de consumo masivo o textiles	2. Actualización de kardex
	Manejo de kardex	3. Orden y limpieza de bodega
	Conocimiento de BPM, Almacenamiento y Distribución	4. Despacho y estibaje de producto
		5. Recepción de materia prima e insumos
		6. Emisión de informe de novedades, faltantes y producto no conforme

Fuente: Investigación propia**Elaborador por:** Rafael Tene C.

2.10.04 Dirección

Es situar, encaminar y estimular la actuación de cada colaborador de la organización, con el fin de aportar, a la obtención de los resultados organizacionales planteados; uno de los factores fundamentales, dentro de este ámbito es la comunicación.

La dirección de Seadfin Cia. Ltda., está basada en una política permanente, que permitirá conocer los avances, que la organización está teniendo y como ha contribuido el apoyo y compromiso de cada uno de los colaboradores dentro de la organización para alcanzar los objetivos establecidos.

2.10.05 Controlar

Evaluar en qué medida la organización consigue sus metas y emprende las acciones correctivas necesarias para sostener o mejorar el desempeño. (...) El resultado del proceso del control es la capacidad para medir el desempeño con exactitud y regular la eficiencia y la eficacia de la organización (George, 2010, pág. 77).

El control se basará en los resultados obtenidos en cada una de las áreas que conforman la organización, y como cada una de estas contribuye al proceso subsiguiente, midiendo el desempeño de cada individuo y su productividad, considerando recomendaciones y observaciones que permitirá ir mejorando en cada proceso.

2.11 Gestión Operativa

El nivel operativo implica cada una de las funciones, de la sucesión de valor interna, tanto primarias como de apoyo, por tanto, es posible hablar de gestión de distribución, de la producción, logística, gestión de marketing y administración del servicio y del personal, la gestión financiera, etc. De manera que la gestión tiene la particularidad de planearse, organizarse y controlarse de lo estratégico a lo operativo y se ejecuta, de lo operativo a lo estratégico (Durango, s.f, pág. 23)

2.11.01 flujograma De Procesos O De Servicios

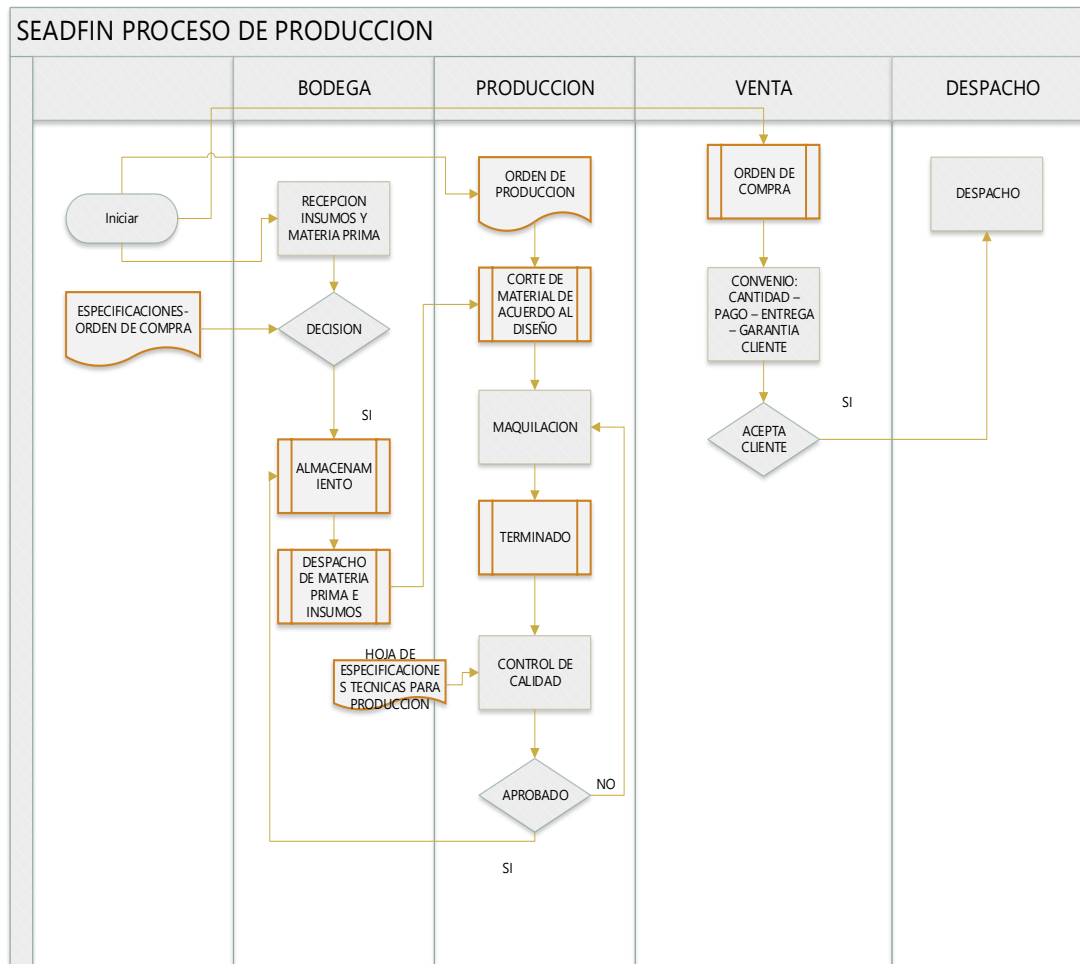


Figura 10 Flujo de Procesos o de Servicios

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

2.12 Gestión Comercial

En el diagnóstico de la gestión comercial de una empresa, se busca determinar la posición de la organización en el mercado en que se desenvuelve y su grado de competitividad su rentabilidad y posibilidades futuras, así como, la calidad de sus productos y servicios (Fleitman, 1997, pág. 27),

2.12.01 Producto

Un producto es un conjunto de atributos fundamentales unidos en una forma identificable, según el Diccionario Enciclopédico Larousse. Cada producto se identifica con un nombre genérico bajo el cual la mayor parte de la gente lo conoce

(Desarrollo). El producto que Seadfin Cia. Ltda., producirá y comercializará será:
Chalecos Antibalas.



Figura 11 Proceso de confección del chaleco antibalas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

2.12.02 Precio

El precio es “(en el sentido más estricto) la suma de dinero que se desembolsa por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio” (Philip Kloter, pág. 22).

Al tratarse de un equipo de protección personal, creado y usado únicamente por entidades de seguridad tanto privadas como gubernamentales su precio varía según el proveedor, el modelo, sus características técnicas y su utilidad.

2.12.03 Plaza

La definición de plaza dentro de la mezcla de mercadotecnia es el lugar en donde el intercambio entre producto/servicio y dinero se lleva a cabo. Es vital el buen manejo de esta variable para el éxito de la estrategia ya que el producto tiene que poder venderse en donde el cliente sea más susceptible para la venta, en donde se espere o se relaciones el producto con el lugar (Belch, 2005, pág. 55).

Dirección: Calle Los Pinos N12-530 y Av. 10 de agosto, la plaza está definida a nivel nacional, debido al alcance y necesidad del producto.

2.12.04 Promoción y Publicidad

Para poder transmitir un mensaje adecuado y que el producto sea comprado es necesario darle datos sobre el porqué y para que fue diseñado el producto al comprador potencial. El proporcionar la información correcta a los compradores objetivo y las formas que se adopten para transmitir esos mensajes son elementos clave de una correcta promoción (John, 1991, pág. 67).

Las vías que la organización implementara para promocionar el producto será a través de internet, redes sociales y publicidad gráfica (trípticos y volantes), lo que permitirá abarcar un mayor número de posibles clientes, indistintamente del lugar donde se encuentren.



Figura 12 promoción y publicidad
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

2.12.05 Logotipo



Figura 13: Logotipo
Fuente: Investigación propia
Elaborador por: Rafael Tene C.

Significado De Los Colores:

Verde: representa la vida, la integridad y sobre todo el bienestar de todos.

Blanco: representa los valores que rigen a la compañía y a cada uno de sus colaboradores.

Slogan:

“Mi Seguridad depende de ti, la tuya es Nuestra Responsabilidad”

2.12.06 Papelería Corporativa

La papelería corporativa tendrá el logotipo de la compañía, en la cual se detallará la dirección, teléfono fijo y celular, correo electrónico y la ciudad donde se encuentra la compañía, este tipo de suministro se utilizará para la emisión de cualquier información referente a la compañía.



Figura 14 Papelería Corporativa

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

2.12.07 Material P.O.P



Figura 15 Material P.O.P

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C

CAPÍTULO III

3.00 Estudio De Mercado

“El objetivo de un estudio de mercado es determinar, teniendo una visión amplia y determinada de las características del producto o servicio, que se desea introducir en el mercado, con un conocimiento absoluto de los interlocutores del sector.” (Rico, 2017, pág. 43)

La investigación del mercado es el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de datos e información que las empresas necesitan para realizar sus estrategias de marketing, lo que le permitirá atacar o establecerse en el mercado definido donde se encuentran competidores similares, quienes tienen el mismo fin el cual es buscar la utilidad de su negocio.

3.01 Análisis Del Consumidor

Con el análisis del consumidor se tratará de descifrar la manera cómo piensan los futuros clientes, ya que existen varios factores que influyen en la decisión de los mismos al momento de elegir o adquirir el producto. Algunos factores que afectan o influyen en la toma de decisiones de una persona son: influencias familiares, clase social, nivel de instrucción, la percepción de la influencia de los grupos a los cuales está ligado, sus actitudes y el aprendizaje que este ha tenido a través del tiempo.

3.01.01 Objetivo del Estudio de Mercado

Los objetivos del estudio de mercado, ayudaran entre otras cosas a conocer si el producto ofertado es aceptado por el cliente o consumidor y que si este satisface las necesidades del mismo.

3.01.02 Objetivos Específicos del Estudio del Mercado

- Elegir los canales de distribución más óptimos.
- Identificar el marketing publicitario más factible para llegar al cliente.
- Establecer convenios estratégicos con proveedores y clientes.
- Conocer la variación del costo de adquisición entre los proveedores de chalecos antibalas que actualmente existen.

3.01.03 Segmentación De Mercado

La segmentación de entenderse como una teoría y como una estrategia. Como teoría investiga el mercado con el objetivo de encontrar la existencia de conjuntos de consumidores homogéneos entre si y distintos de los demás. Como estrategia representa la creación de diferentes planes de marketing, relativos a precio, producto, comunicación, distribución y promoción para llegar a los distintos segmentos que pudieran encontrarse (Grande, 1992)

El objetivo de la presente segmentación, es conocer el alcance del producto y su necesidad en el mercado local, considerando su accesibilidad al tener que ser importados y cuál sería el impacto de contar con proveedor local que cuenta con el mismo grado de calidad.

Tabla 14
Segmentación de Mercado

Características Geográficas	Características Demográficas	Características psicográficas
Provincia: Pichincha Cantó: Quito Parroquia: Calderón Localidad: De los Geranios N13-250 y Carlos Mantilla	Género: Indistinto Población: Local Nacionalidad: Indistinta Nivel Socio Económico: Bajo - Medio – Alto	Comodidad: ergonómico y liviano. Diseño: moderno y versátil

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Rafael Tene C.

3.02 Determinación De La Población Y Muestra

3.02.01 Población

Según Tamayo y Tamayo, se define la población como la totalidad de un fenómeno de estudio, incluyendo la totalidad de unidades de análisis o entidades de población donde integran dicho fenómeno y que deben cuantificarse para determinado estudio integrado por un conjunto de entidades que participan de una determinada característica (Tamayo y Tamayo, 1997)

3.02.02 Tamaño Del Universo

Tabla 15

Tamaño del Universo

Universo	No.
Población De Quito	2.735,987
Población De La Parroquia	152.242
Población Pea	65

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Rafael Tene C.

Análisis:

Se ha determinado que el tamaño del universo que será tomado en cuenta para la investigación respectiva es de 65 empresas de seguridad, que estas son las empresas que se encuentran debidamente establecidas y cuentan con los permisos necesarios para su funcionamiento y uso de equipamiento de protección.

3.02.03 Muestra

“La muestra es cualquier subconjunto de una población” (Patricio, 2011).

3.02.04 Formulación Del Muestra

$$N.P.Q.Z^2$$

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

Nomenclatura: N= Tamaño De La Muestra

N= Población O Universo

P= Posibilidad De Éxito (50%)

Q= Posibilidad De Fracaso (50%)

E²= Margen De Error (5%)²

Z²= Nivel De Confianza (1.96)²

Análisis:

Cabe mencionar que no se realiza el cálculo de la muestra para efectos del levantamiento de información ya que se ha identificado que existen 65 empresas de seguridad privada legalmente establecidas en la ciudad Quito, por lo tanto, la investigación se la aplicara a todas.

3.03 Técnicas de la Obtención de la Información

Para la obtención de la información que vaya a ser recolectada, se la debe realizar de una forma clara y concisa que permita tener datos reales y verificables para generar este tipo de recolección lo podemos realizar con las siguientes herramientas:

La observación: “consiste en la indagación sistemática, dirigida a estudiar los aspectos más significativos de los objetos, hechos, situaciones sociales, o personas en el contexto donde se desarrollan normalmente; permitiendo la comprensión de la verdadera realidad del fenómeno.” (Hernandez, 2000).

La Entrevista: la entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas” (Vargas, 2012)

La Encuesta: se puede definir como “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características (Garcia, 1993, págs. 141-70)

3.04 Modelos de la Encuesta

Reciba un cordial saludo, mi nombre es Edison Rafael Tene Casigña, soy estudiante de sexto semestre del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, el motivo de esta encuesta es obtener datos reales, como parte de la investigación para el proyecto de finalización, con el cual obtendré el título de Tecnólogo en Administración Industrial y de la Producción

Datos Generales:

Compañía de Seguridad:

Sector: **Actividad Principal:**

Nro. De Colaboradores:

1. ¿Cree usted que el personal, tiene conocimiento del equipamiento que debe tener, para realizar sus actividades? SI ☐ NO ☐
2. ¿Cree usted que el equipamiento de protección, cuenta con las especificaciones técnicas requeridas por los entes de control nacional? SI ☐ NO ☐
3. ¿Con que frecuencia usted, realiza la renovación de dotación o equipamiento al personal? 12 M ☐ 24M ☐
4. ¿Los chalecos antibalas que utiliza el personal es de producción nacional?
SI ☐ NO ☐
5. ¿Está usted conforme con el producto que las empresas fabrican actualmente?
SI ☐ NO ☐

6. ¿Qué factor incide al momento de adquirir los chalecos antibalas para su personal?

COSTO ☐ ESPECIFICACION TECNICA ☐ DISEÑO Y ERGONOMIA ☐
SEGURIDAD Y DURABILIDAD ☐

7. ¿Está usted de acuerdo que se implemente una microempresa que elabore chalecos antibalas? SI ☐ NO ☐

8. ¿Cree usted que los pocos productores nacionales que existen en el Ecuador, cuentan con la tecnología necesaria para la producción de chalecos antibalas? SI ☐
NO ☐

9. ¿Por qué medio le gustaría saber, sobre la microempresa de fabricación de chalecos antibalas? FAMILIA ☐ REDES SOCIALES ☐ TRIPTICOS Y
VOLANTES ☐ AMIGOS ☐ INTERNET ☐

10. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar usted, por un chaleco antibalas?

170 a 220 usd ☐ 300 a 450 usd ☐ 500 a 750 usd ☐

Gracias por su atención y colaboración.

Saludos,

3.04.01 Análisis de La Información

Pregunta 1: ¿Cree usted que el personal, tiene conocimiento del equipamiento que debe tener, para realizar sus actividades?

Tabla 16

¿Cree usted que el personal, tiene conocimiento del equipamiento que debe tener?

	Frecuencia	Porcentaje
SI	56	86%
NO	9	14%
Total	65	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Rafael Tene

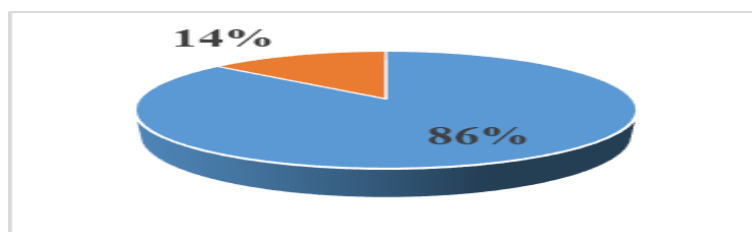


Figura 16: ¿Cree usted que el personal, tiene conocimiento del equipamiento que debe tener?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis

Se ha verificado que el 86% del personal de las empresas de seguridad tienen conocimiento del equipamiento con el que deben tener para cumplir sus actividades y preservar su integridad física en especial su vida.

Pregunta 2: ¿Cree usted que el equipamiento de protección, cuenta con las especificaciones técnicas requeridas por los entes de control nacional?

Tabla 17

¿Cree usted que el equipamiento de protección, cuenta con las especificaciones técnicas?

	Frecuencia	Porcentaje válido
SI	54	83%
NO	11	17%
Total	65	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Rafael Tene C.

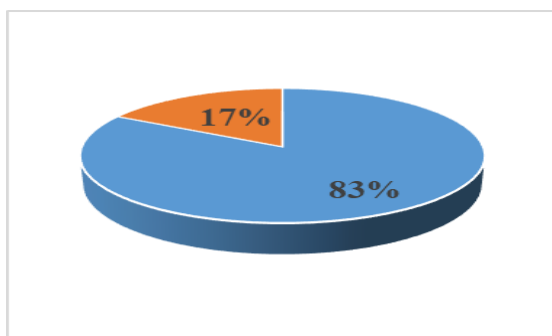


Figura 17 *¿Cree usted que el equipamiento de protección, cuenta con las especificaciones técnicas?*

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

El 83% de las compañías de seguridad encuestadas, han confirmado que los chalecos antibalas si cuentan con las especificaciones técnicas requeridas por los entes nacionales de control, mientras que el 17% del total encuestado han manifestado que los equipos adquiridos no cumplen las especificaciones y están propensos a ser fiscalizados.

Pregunta 3: ¿Con que frecuencia usted, realiza la renovación de dotación o equipamiento al personal?

Tabla 18

¿Con que frecuencia usted, realiza la renovación de dotación?

	Frecuencia	Porcentaje válido
12 M	33	51%
24 M	32	49%
Total	65	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Rafael Tene C.

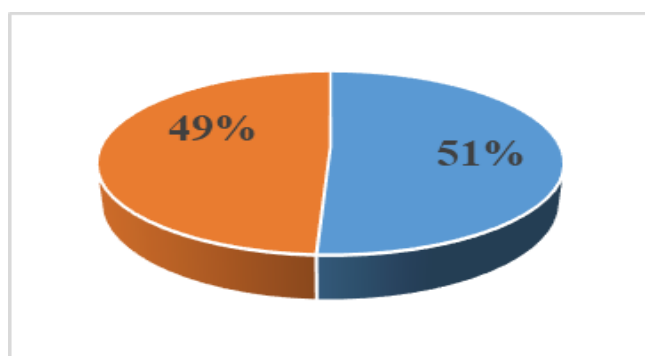


Figura 18: ¿Con que frecuencia usted, realiza la renovación de dotación?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Las empresas de seguridad encuestadas, manifiestan que la renovación de sus chalecos antibalas, las realizan de acuerdo a la manipulación que se les ha dado, o en muy pocas ocasiones al ser usado en el cumplimiento de sus deberes, reflejando que su tiempo estimado de renovación es de un año (50.8%) y de dos años (49.2%).

Pregunta 4: ¿Los chalecos antibalas que utiliza el personal es de producción nacional?

Tabla 19

¿los chalecos antibalas que utiliza el personal es de producción nacional?

	Frecuencia	Porcentaje válido
SI	16	25%
NO	49	75%
Total	65	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Rafael Tene C.

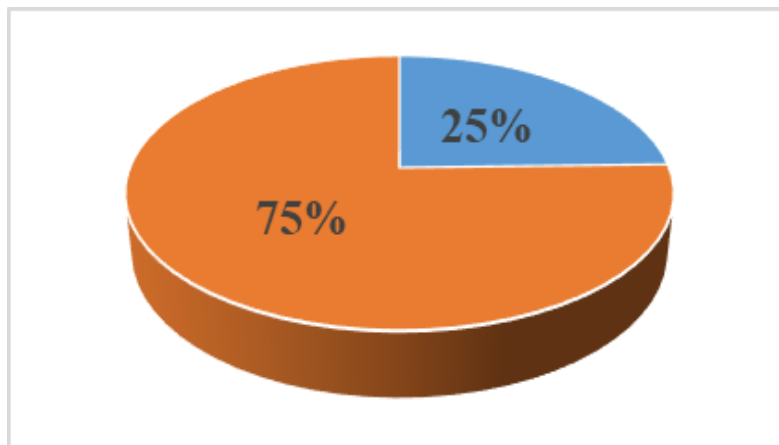


Figura 19 ¿los chalecos antibalas que utiliza el personal es de producción nacional?

Fuente: Encuesta

Elaborador por: Rafael Tene C.

Análisis:

Las empresas de seguridad encuestadas manifiestan que por la falta de fabricantes y proveedores nacionales de chalecos antibalas (24.6%) han tenido que optar por adquirir equipos de fabricación extranjera (75.4%), ya que los beneficios que ofrece el producto internacional, no se encuentra en la fabricación local.

Pregunta 5: ¿Está usted conforme con el producto que las empresas fabrican actualmente?

Tabla 20

¿Esta usted conforme con el producto que las empresas fabrican actualmente?

	Frecuencia	Porcentaje válido
SI	9	14%
NO	56	86%
Total	65	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Rafael Tene C.

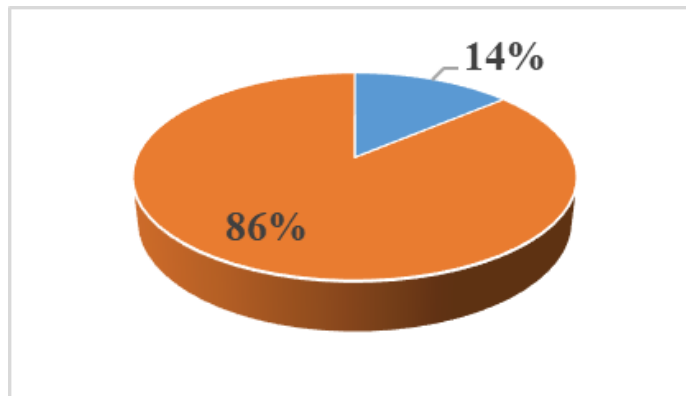


Figura 20 *¿Esta usted conforme con el producto que las empresas fabrican actualmente?*

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Por la poca inversión y tecnificación que existe en el Ecuador, es muy bajo el número de empresas que adquieren chalecos antibalas de producción nacional, ya que no están conformes con su fabricación, por la falta de utilización de materiales de calidad que permitan tener una vida útil más prolongada.

Pregunta 6: ¿Qué factor incide al momento de adquirir los chalecos antibalas para su personal?

Tabla 21

¿Qué factor incide al momento de adquirir los chalecos antibalas?

	Frecuencia	Porcentaje válido
COSTO	20	31%
ESPECIFICACION TECNICA	21	32%
DISEÑO Y ERGONOMIA	15	23%
SEGURIDAD Y DURABILIDAD	9	14%
Total	65	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

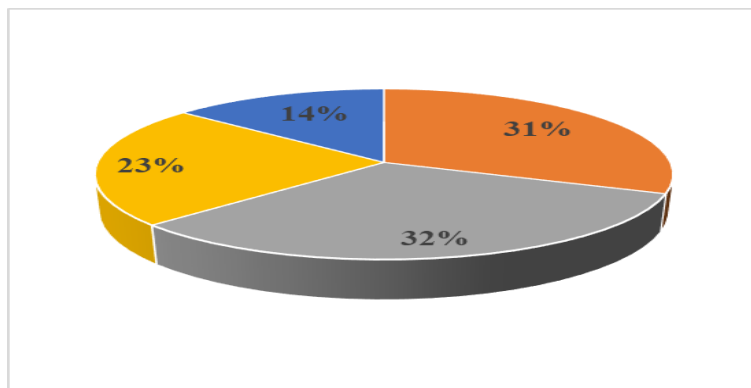


Figura 21 ¿Qué factor incide al momento de adquirir los chalecos antibalas?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Existe una gran diferenciación en cuanto a los diversos factores por los cuales se adquiere un chaleco antibalas, se puede evidenciar que con el 32% las especificaciones técnicas que estos presentan son lo mayormente tomado en cuenta, mientras que el segundo factor que incide, es el costo y por último el diseño y su ergonomía son su tercer interés, mientras que la seguridad y durabilidad son el último factor tomado en cuenta.

Pregunta 7: ¿Está usted de acuerdo que se implemente una microempresa que elabore chalecos antibalas?

Tabla 22

¿Está usted de acuerdo que se implemente una microempresa que elabore chalecos antibalas?

	Frecuencia	Porcentaje válido
SI	64	98%
NO	1	2%
Total	65	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

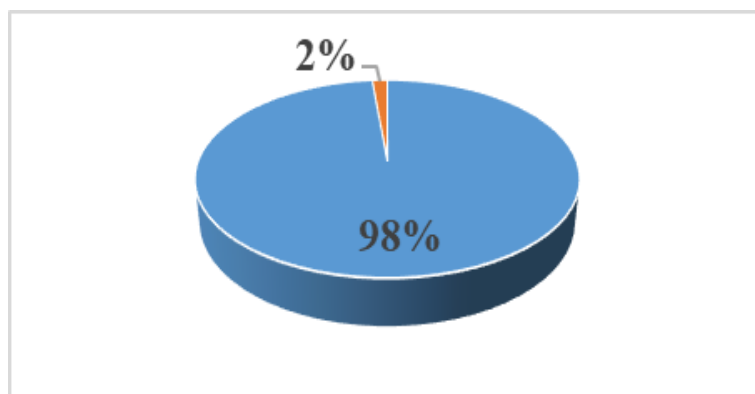


Figura 22 ¿Está usted de acuerdo que se implemente una microempresa que elabore chalecos antibalas?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Para las empresas de seguridad privada, es fundamental contar con un productor nacional de chalecos antibalas, lo que permitirá acortar costos y tiempos de entrega, ya que serán ellos quienes recomendaran que tipo de producto buscan, cubriendo así el déficit que actualmente existe.

Pregunta 8: ¿Cree usted que los pocos productores nacionales que existen en el Ecuador, cuentan con la tecnología necesaria para la producción de chalecos antibalas?

Tabla 23

¿Cree usted que los pocos productores nacionales cuentan con tecnología?

	Frecuencia	Porcentaje válido
SI	32	49%
NO	33	51%
Total	65	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

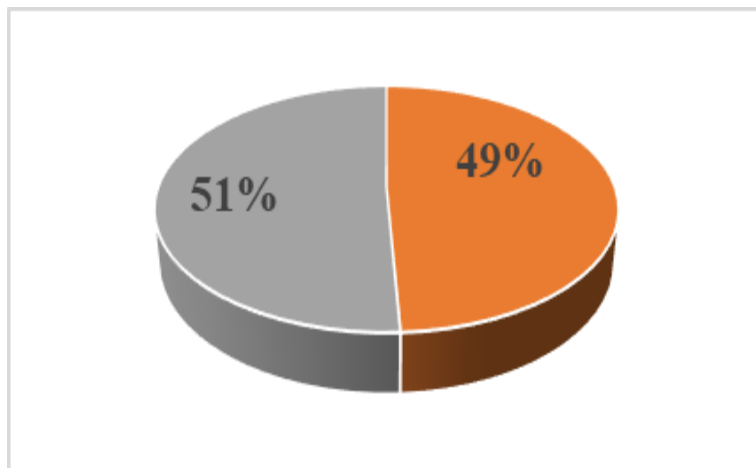


Figura 23 ¿Cree usted que los pocos productores nacionales cuentan con tecnología?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rafael Tene C

Análisis:

La falta de inserción en esta industria por parte de los productores textiles nacionales y la falta de inversión no solo en esta rama de producción ha conllevado a que la producción nacional no cuente con tecnología de punta que permita elaborar productos de primera calidad, dejando así una opción de negocio sin ser explotada.

Pregunta 9: ¿Por qué medio le gustaría saber, sobre la microempresa de fabricación de chalecos antibalas?

Tabla 24

¿Por qué medio le gustaría saber, sobre la microempresa de fabricación de ch?

	Frecuencia	Porcentaje válido
REDES SOCIALES	19	29%
TRIPTICOS Y VOLANTES	7	11%
AMIGOS	2	3%
INTERNET	37	57%
Total	65	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

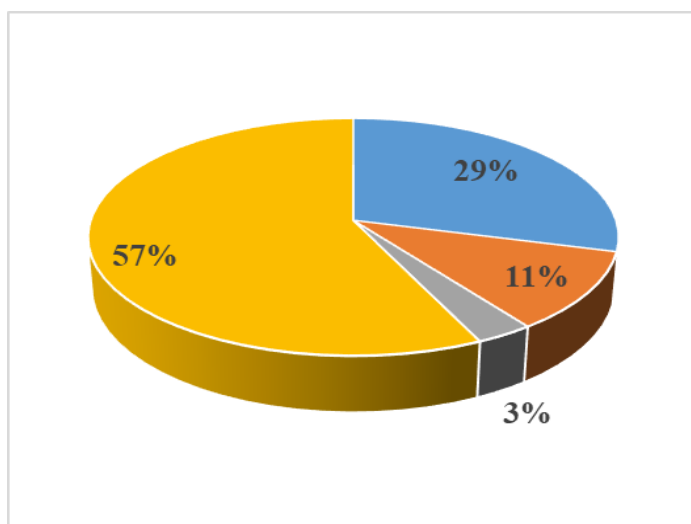


Figura 24 *¿Por qué medio le gustaría saber, sobre la microempresa de fabricación de ch?*

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

El medio más óptimo y fácil para ubicar una empresa de cualquier índole, y aun mas de aquellos productos que no son de consumo común se los encuentra en internet por lo cual esta será vía de publicidad de Seadfin, acompañada por redes sociales y demás formas de difusión de producto y marcas

Pregunta 10: ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar usted, por un chaleco antibalas?

Tabla 25

¿Qué valor estaría dispuesto a pagar usted por un chaleco antibalas?

	Frecuencia	Porcentaje válido
\$170 A \$220	32	49%
\$300 A \$450	29	45%
\$500 A \$750	4	6%
Total	65	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

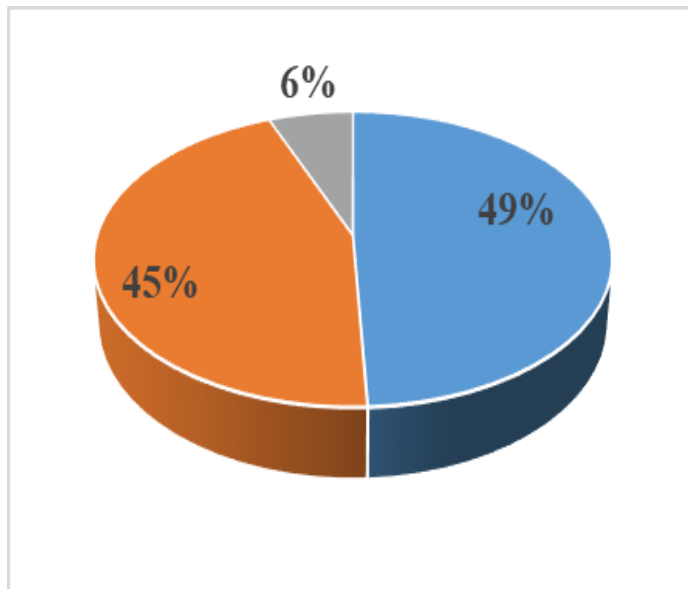


Figura 25 *¿Qué valor estaría dispuesto a pagar usted por un chaleco antibalas?*

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

La gran variedad que existen de chalecos antibalas de acuerdo a su modelo, utilidad, garantía u otras características su precio es considerable, por lo cual al tener una microempresa ecuatoriana dedicada a esta actividad el costo de este implemento será más accesible, ya que el precio el cual están dispuestos a pagar es de \$150 a \$250, por un producto de alta calidad.

3.04 Oferta

La oferta se refiere “las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado (Fischer & Espejo, pág. 243).

3.04.01 Oferta Histórica

La oferta histórica, que ha tenido la producción de chalecos antibalas en el Ecuador, no ha tenido mayor incidencia como lo muestra el cuadro siguiente:

Análisis:

De acuerdo a los datos arrojados en la investigación se ha identificado que no existen datos reales que demuestren que la oferta de chalecos antibalas en el Ecuador haya tenido una oferta considerable.

3.04.02. Oferta Actual

Actualmente, la oferta de producción de chalecos antibalas en el país, sigue regido por los tres anteriores productores mencionados, ya que la industria textil en este campo, no ha realizado alguna inversión significativa para su masificación.

Tabla 26
Oferta Actual

Oferta Actual			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia (%)	Oferta proyectada
2019	97	0,1400	14

Fuente: Investigación propia
Elaborador por: Rafael Tene C.

3.04.03 Oferta Proyectada

Tabla 27
Oferta Proyectada

Proyección de la Oferta				
	Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
	2020	103	0,1400	14
	2021	109	0,1400	15
	2022	116	0,1400	16
	2023	124	0,1400	17
	2024	131	0,1400	18

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

De acuerdo al estudio realizado se puede observar que la oferta de chalecos antibalas, tendrá un crecimiento continuo y estable, lo que permitirá contar con una producción al alza, generando de esta manera una rentabilidad adecuada para la sostenibilidad del proyecto

3.05 Productos sustitutos

Un producto sustituto es aquel que provee o cubre cualquier necesidad que el cliente tenga, con la diferencia que son bienes creados o fabricados con materiales genéricos, que cumplen las mismas condiciones de un producto original, dichos sustitutos, su adquisición es más viable debido al costo de su producción, ya que son fabricados en línea y en grandes lotes.

Análisis:

Cabe indicar que el chaleco antibalas no cuenta con un producto sustituto que cumpla su objetivo, ya que es un producto desarrollado para la protección de la vida del usuario y sea convertido en un bien estándar con una infinidad de modelos y utilidades.

3.05.01 Oferta histórica del producto sustituto

No se ha evidenciado algún tipo de producto sustituto del chaleco antibalas, ya que es un implemento de seguridad estándar tanto de agentes de seguridad privada y pública, lo que si varía según el productor por el diseño o modelo o por las placas de protección balística.

3.05.02 Oferta Actual de Productos Sustitutos

Análisis:

Al no tener un producto sustituto para el chaleco antibalas, no existe una oferta actual.

3.05.03 Oferta Proyectada de Productos Sustitutos

Análisis:

Al no tener un producto sustituto para el chaleco antibalas, no existe una oferta actual.

3.06 Demanda

La demanda se refiere a “las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado” (Laura & espejo, s.f, pág. 20).

3.06.01 Demanda Histórica

La demanda de chalecos antibalas en el país no ha tenido mayor notoriedad, ya que, al ser un producto único y definido para actividades específicas de protección, solo puede ser requerido por aquellas personas y/o empresas que de alguna manera se involucran en el ámbito de la seguridad física y las mayores adquisiciones que han representado un ingreso considerable son para las entidades de seguridad

gubernamental y son provistas por empresas extranjeras, que en un mayor grado de tecnificación son las óptimas para proveer de este equipamiento.

Tabla 28*Demanda Histórica*

PERIODO DE SOLICITUD	UNDS SOLICITADAS	ENTIDAD SOLICITANTE	PROVEEDOR	FABRICADO EN
2014	41000	MINISTERIO DEL INTERIOR	Kanpur MKU. Pvt. Ltd.	INDIA
2014	3000	FUERZA TERRESTRE	PROYECTO DE INVERSION REQUIMIENTO	
2015	1340	MINISTERIO DEL INTERIOR		

*Fuente: Investigación Propia**Elaborado por: Rafael Tene*

Análisis:

Como se ha podido observar la demanda de chalecos antibalas, más significativa que existe es por parte de las entidades gubernamentales, siendo quienes proporcionan datos para este tipo de investigación, mientras que las empresas de seguridad no reflejan sus adquisiciones en este tipo de rubro, al ser una política de confidencialidad por actividades y servicios.

3.06.02 Demanda Actual

Las empresas de seguridad han optado por realizar renovaciones de sus chalecos antibalas, en ciertos periodos de tiempo, esto por necesidad de cambiar equipo obsoleto o dotar de implementos a su nuevo personal, pero siempre tratando de mantener un margen bajo en sus gastos, por lo cual la demanda siempre estará ligada a la cantidad de equipos a ser renovados.

Tabla 29
Demanda Actual

Demanda Actual			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2019	97	1	97

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

3.06.03 Demanda Proyectada

La demanda proyectada se la realiza gracias al crecimiento de las empresas de seguridad.

Tabla 30
Demanda Proyectada

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2020	97	1,0629	103
2021	103	1,0629	109
2022	109	1,0629	116
2023	116	1,0629	124
2024	124	1,0629	131

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Al realizar la proyección de la demanda de los chalecos antibalas, se verifica que su uso, de acuerdo a las necesidades de las empresas de seguridad y de los entes gubernamentales dedicados a las actividades de seguridad es considerable, lo que permite conocer que esta área de producción tiene un futuro muy beneficioso, y que permitirá ser a la microempresa sostenible y competitiva

3.07 Balance Oferta-Demanda

3.07.01 Balance Actual

Tabla 31

Balance Actual

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2019	97	14	83

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Se observa un balance actual, moderado, dando de esta manera posibilidad a subsanar y actuar sobre los requerimientos pendientes.

3.07.02 Balance Proyectado

Tabla 32

Balance Proyecta

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA

Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2020	103	14	89
2021	109	15	94
2022	116	16	100
2023	124	17	106
2024	131	18	113

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Se puede observar que el balance proyectado, describe una demanda insatisfecha considerable, lo que significa una gran oportunidad para la organización de ir ampliado sus instalaciones de producción para poder cubrir esta necesidad,

generando de esta manera más plazas de trabajo y una rentabilidad óptima para el desarrollo de sus operaciones no solo de forma local sino también nacional.

CAPÍTULO IV

4.00 Estudio Técnico

“El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización optima de planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.” (Baca, 2010, pág. 95).

4.01 Tamaño Del Proyecto

Se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía. Se considera optimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica (Baca, 2010, pág. 100).

4.01.01 Capacidad Instalada

“Lo ideal es que la estructura permita tener una capacidad productiva flexible (minimizando costos fijos e incrementando los variables), que nos permita adaptarnos a variaciones de los niveles de producción. Esto se puede conseguir con herramientas como la subcontratación” (Sapag, 2008). Tabla 33

Tabla 33

Capacidad Instalada

CAPACIDAD INSTALADA	
TRABAJADORES	3
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA	15
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL	300
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	3600
PRECIO	178,00
TOTAL	640.800,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por Rafael Tene

Análisis:

La infraestructura requerida para el proyecto en desarrollo, se ajusta a las necesidades de producción, permitiendo maximizarla o minimizarla según sea la necesidad

4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad optima del proyecto será de 200m², área dentro la cual se desarrollará la producción de chalecos antibalas, esta capacidad permite tener un área libre y transitable para el flujo de materiales y de personal.

Cabe mencionar también que las áreas destinadas a los demás procesos es la necesaria para cumplir con las tareas complementarias y permitirá tener una gestión administrativa sostenible.

Tabla 34
Capacidad Óptima

CAPACIDAD ÓPTIMA	
TRABAJADORES	3
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA	15
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL	300
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	3600
% DE ACEPTACIÓN	0,98
TOTAL	3528
% DE FRECUENCIA	0,51
TOTAL	1.799
PRECIO	178
TOTAL	320.271,84

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Rafael Tene

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada, y al contar con una amplia área de trabajo, se ha identificado que la producción anual de chalecos antibalas, podrá ser de 3600 unidades, cubriendo este requerimiento sin mayor retraso o complejidad.

4.02 Localización

En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos: la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materia prima y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado del consumidor, infraestructura y servicios). (Baca, 2010, pág. 110).

4.02.01 Macro Localización

“Ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materia prima y la mano de obra disponible” (Baca, 2010, pág. 110).

Tabla 35
Macro Localización

Macro Localización	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Calderón
Sector	Calderón

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Rafael Tene c

Análisis:

Se ha optado que el proyecto se edifique, en el sector de Calderón, gracias a que es un sector con fácil acceso gracias a las vías de tránsito y que cuenta con un parque industrial que brinda todos los servicios para una microempresa textil.

4.02.02 Micro Localización

“Abarca la investigación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar la ubicación del proyecto en el plano.” (Ballaca, 2016)



Figura 26 Mapa de Quito (sector Calderón)

Fuente: <https://www.google.com/maps/search/mapa>

Elaborado por: Rafael Tene C.

4.02.03 Localización Óptima

La localización óptima del proyecto es cuando los factores que inciden de forma directa en el desarrollo de la organización y de sus actividades no presentan un uso exagerado de sus recursos.

Tabla 36

Localización Óptima

UBICACIÓN ALTERNATIVAS	
A	CALDERÓN
B	CARCELEN INDUSTRIAL
C	GUAMANÍ PARQUE INDUSTRIAL
D	AMAGUAÑA

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Rafael Tene.

Análisis:

De acuerdo a la actividad productiva que realizará la organización y tomando en cuenta la cercanía que debería tener, de proveedores de material e insumos se han optado por tomar los lugares descritos en el cuadro anterior para la materialización del proyecto, ya que estos sectores brindan las facilidades que se necesitan al estar cerca de centro financieros y otros, unos en mayor medida que otros.

Tabla 37
Factores para su Ubicación

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN DEL FACTOR	Puntaje del factor para cada localización			
		A	B	C	D
Transporte y comunicación	10	10	10	8	8
Mano de obra	10	10	6	8	8
Materia prima	15	12	9	8	7
Insumos	15	12	9	8	4
Servicios Básicos y Financieros	10	10	3	10	3
Distribución	15	15	10	15	15
Infraestructura	20	20	15	15	15
Alquiler	5	0	5	5	5
TOTAL	100	89	67	77	65

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Rafael Tene

Análisis:

Una vez realizada la investigación sobre las posibles localidades donde se podría establecer la micro empresa de fabricación de chalecos anti balas, se ha elegido el sector de Calderón, gracias a su ubicación y al ser un centro urbano que cuenta con todos los servicios que necesita una microempresa para su gestión.

4.03 Ingeniería del Producto

“Un producto es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que es producido de manera natural o de madera artificial, elaborado mediante un trabajo para el consumo” (Brito, 2013, pág. 32)

“En marketing, un producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer al consumidor, proporcionándole lo que necesita o lo que sea” (Brito, 2013, pág. 33)

4.03.01 Definición del bien

Los bienes y servicios económicos o escasos son producidos en distintas actividades económicas, con el fin de suplir una necesidad o deseo, que se comercian

en el mercado de bienes y servicios y sus precios son definidos por las fuerzas del mercado: oferta y demanda, a una mayor oferta el precio del bien disminuye y a una mayor demanda aumentada (Actividades económicas, 2012)

4.03.02 Distribución de la planta

De acuerdo a la producción definida, y a la necesidad de la empresa por contar con una infraestructura adecuada y viable, para un tránsito continuo sin afectación sobre los materiales y personal se ha propuesto lo siguiente:

Tabla 38
Distribución de la Planta

DIMENSIONES DEL PLANTA		
ZONAS	largo	área
Administración	3 m x 6 m	18 m ²
Almacenamiento y despacho	3 m x 6 m	18 m ²
Control de calidad	3 m x 6 m	18 m ²
Bodega de insumos	3 m x 6 m	18 m ²
Diseño y corte	3,5 m x 6 m	21 m ²
Baños	2 m x 3 m	6 m ²
Área de producción	10 m x 10 m	100 m ²
TOTAL		199 m ²

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene

Análisis:

La capacidad de producción que tendrá la planta de acuerdo al espacio requerido será para 300 unidades, permitiendo así un tránsito adecuado de materiales y operadores.

4.03.03 Código De Cercanía

Tabla 39

Código de Cercanía

CODIGO DE CERCANÍA	
1	Proceso
2	Gestión Administrativo
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

4.03.04 Razones de Cercanías

Tabla 40

Razones de Cercanías

RAZONES DE CERCANÍA	
A	Absolutamente Necesario Que Este Cerca
E	Especialmente Necesario Que Este Cerca
I	Importante Que Este Cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía Indiferente
X	Cercanía Indeseable

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

4.03.05 Matriz Triangular

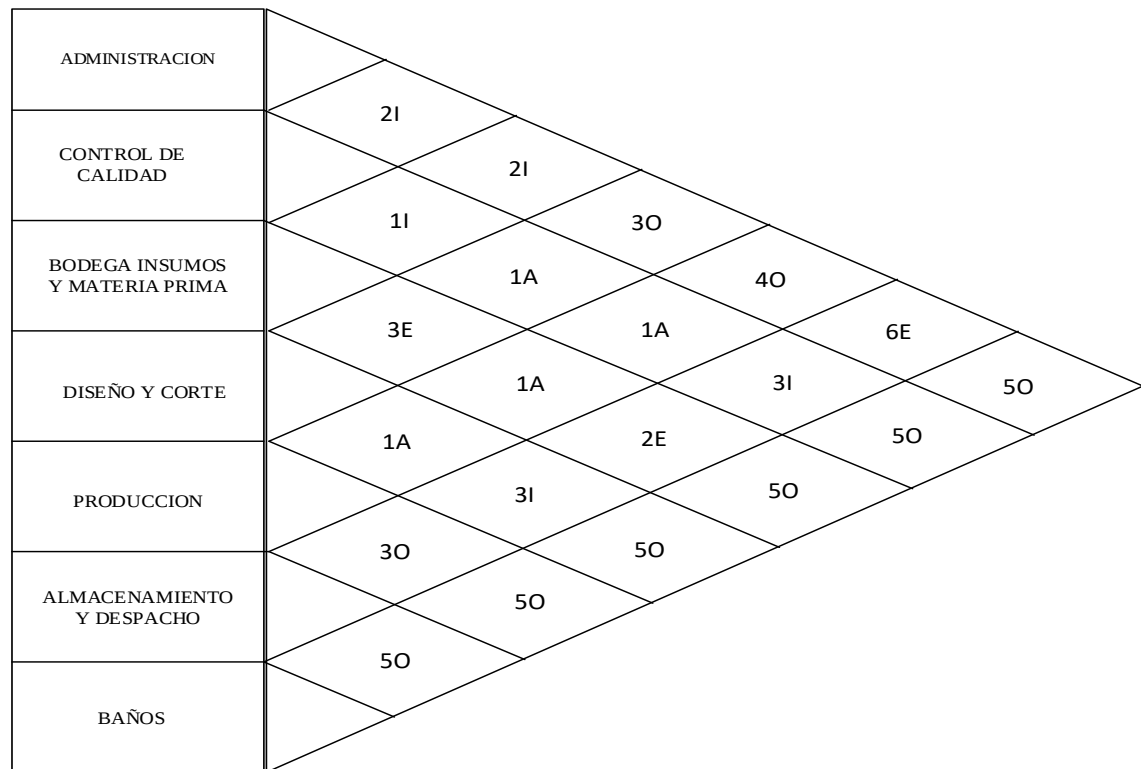


Figura 27 Matriz Triangular

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

4.03.06 Distribución de la Planta

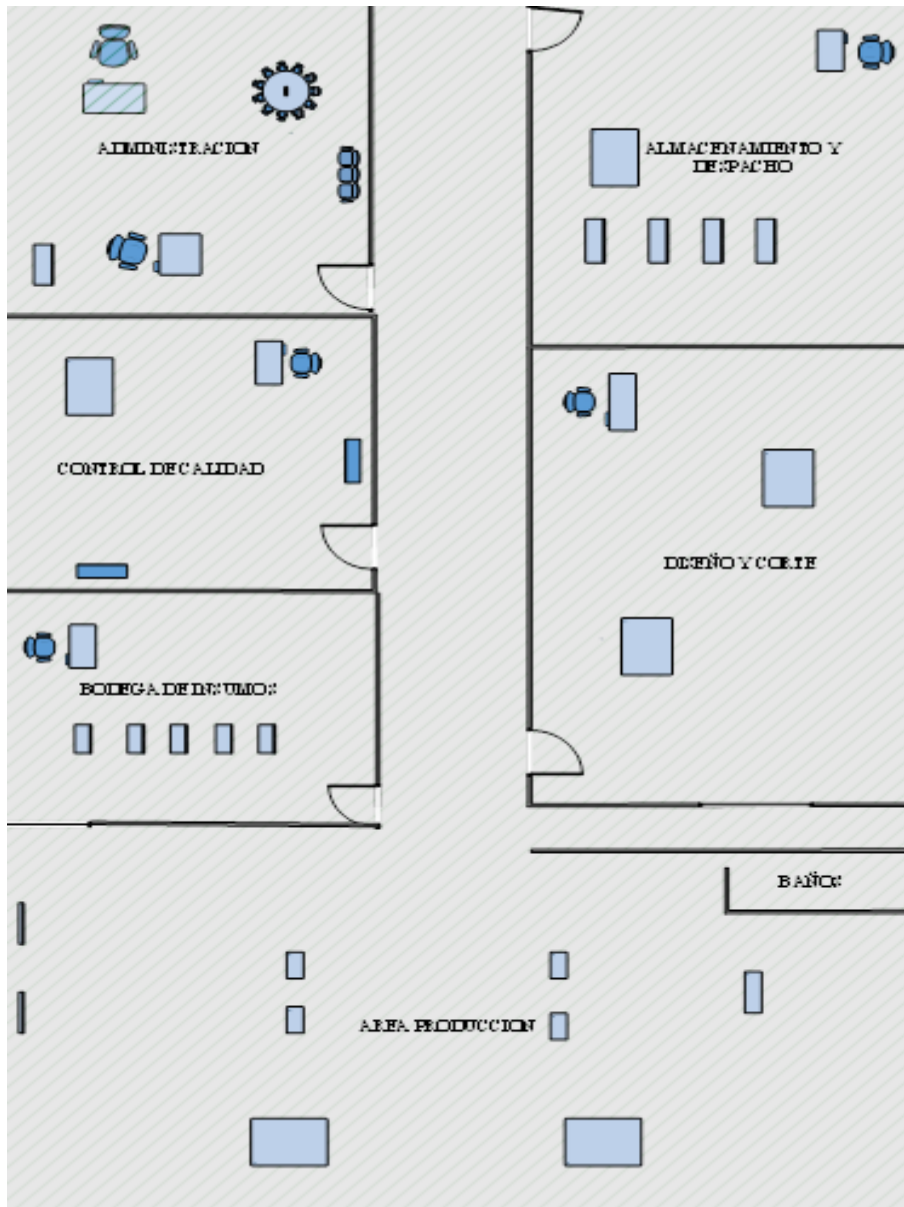


Figura 28 Plano Distribución de Planta

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Rafael Tene C.

Análisis:

El plano, describe a detalle la distribución de las áreas de la organización, distribuidos en el edificio a ser alquilado.

4.04 Proceso Productivo

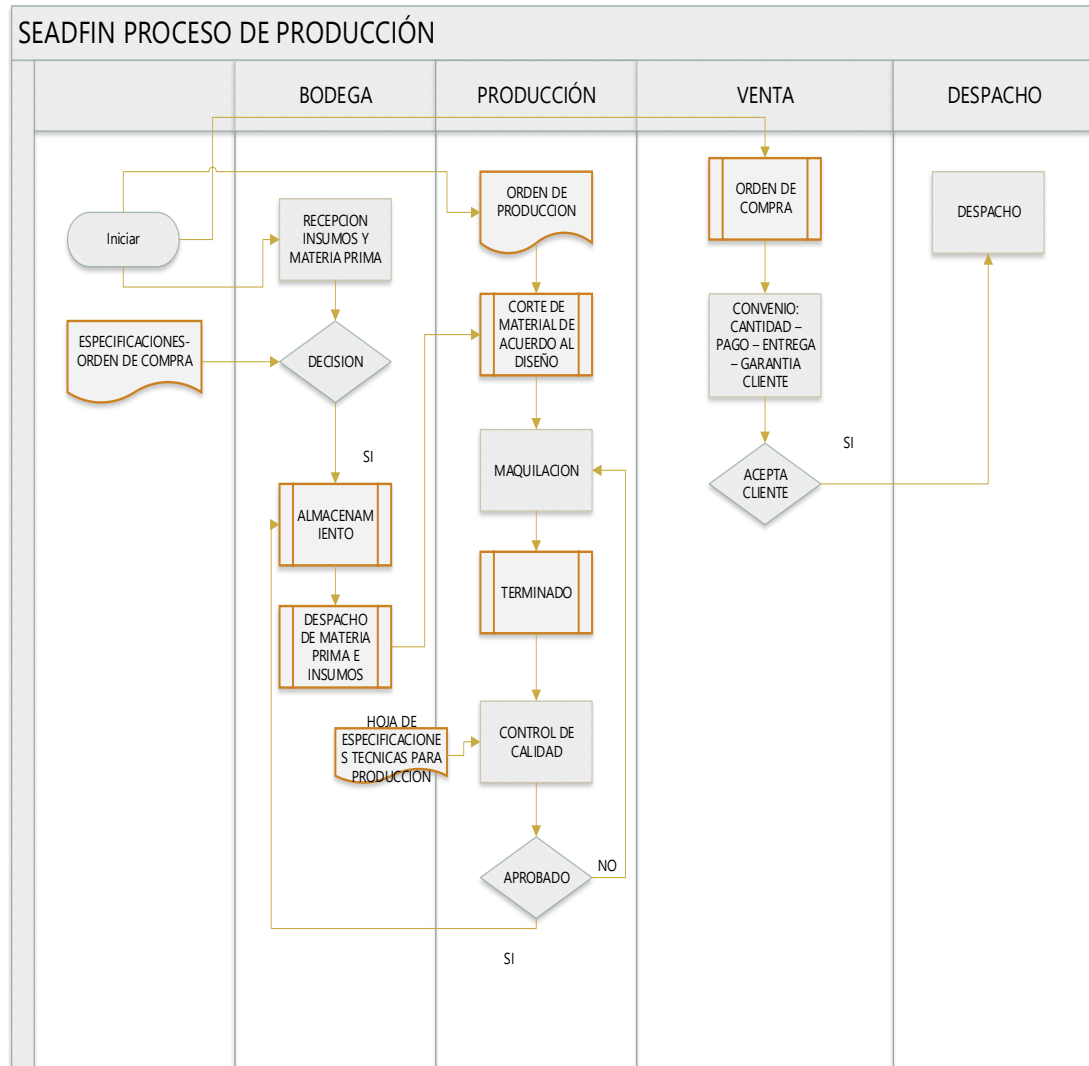


Figura 29 Proceso Productivo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

El proceso antes descrito, describe cada uno de los pasos a seguir para la fabricación de un chaleco antibalas considerando todos los requisitos y especificaciones para su fabricación.

Descripción del Proceso del Flujograma

Tabla 41

Descripción del proceso del Flujograma

Área	Descripción De Las Actividades	Tiempo
Producción	Recepción de orden de producción (modelo - unidades - tiempo)	30 m
	Recepción de materia prima e insumos (kevlar - forros - broches - cierres - velcro - hilos)	40 m
	Corte de materia prima según diseño (kevlar - forros)	1 h 30 m
	Costura para la unión de partes (forros)	30 m
	Colocación de broches - cierre - velcro - etiquetas	25 m
	Colocación de placas de protección balística (kevlar)	10 m
	Terminado (corte de excesos de hilos - forro - verificación de costuras y accesorios - limpieza)	20 m
	Control de calidad en proceso de maquinación unión de forros - accesorios	15 m
	Control de calidad del producto terminado de forma aleatoria según lote de producción, verificación de diseño - especificaciones - maquilado	40 m

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Se identifican los procesos que cada una de las áreas, realiza para la obtención del producto final, se encuentran establecido y medido, permitiendo de esta manera tener un tiempo específico y real que demandara la confección de esta prenda, de acuerdo al estudio realizado se denota que la ampliación de la producción, así como de los

operarios puede aumentar de acuerdo al requerimiento del cliente, sin representar problema alguno.

4.06 Maquinaria y Equipo

Son los elementos físicos y tecnológicos, que permitirán la transformación de la materia prima conjuntamente con los insumos para obtener el producto final.

Tabla 42
Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Cortadora	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Máquina de coser recta	4	\$ 1.200,00	\$ 4.800,00
Maquina recubridora	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
Tijera industrial	4	\$ 80,00	\$ 320,00
Plancha a vapor industrial	2	\$ 550,00	\$ 1.110,00
Termo selladora	1	\$ 3.800,00	\$ 3.800,00
Maquina bordadora	1	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
TOTAL			\$ 18.520,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Los equipos descritos en el cuadro anterior, son los necesarios y fundamentales para realizar la confección de los chalecos antibalas, mismos que son de una vida útil de 10 años, su garantía esta respalda por la marca de origen, ya que son instrumentos creados y tecnificados para este tipo de confección, su inversión representa el valor que tiene la tecnología en este tiempo.

Tabla 43
Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Mesa	6	\$120,00	\$720,00
Escritorio	5	\$220,00	\$1.100,00
Sofá tripersonal	1	\$300,00	\$300,00
Silla	18	\$50,00	\$900,00
Archivador Biblioteca	2	\$180,00	\$360,00
Estantería Metálica	20	\$45,00	\$900,00
Mesa de centro	1	\$80,00	\$80,00
Mesa de reuniones	1	\$350,00	\$350,00
TOTAL			\$4.710,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Rafael Tene

Análisis:

Los muebles y enseres requeridos para la materialización de cada actividad dentro del área de producción y administrativa son las necesarias, se ha considerado la adquisición de más cantidad de mobiliario de acuerdo al crecimiento de la organización, y tomando en cuenta su alcance en el mercado.

Tabla 44
Equipo de Computación

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Computador de escritorio	5	\$780,00	\$3.900,00
Impresora	1	\$800,00	\$800,00
TOTAL			\$4.700,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Rafael Tene

Análisis:

Los equipos de computación, a ser utilizados en el proyecto, cumplen con los requerimientos técnicos y características para realizar las diferentes actividades de la organización.

Tabla 45
Equipos de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Reloj Biométrico	1	\$100,00	\$100,00
Teléfono	4	\$75,00	\$300,00
Grapadora	5	\$2,50	\$12,50
Perforadora	5	\$1,50	\$7,50
Organizador de documentos	5	\$4,00	\$20,00
Sumadora Casio	2	\$60,00	\$120,00
TOTAL			\$557,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene

Análisis:

Para el control y manejo del personal, es indispensable contar con un registro de asistencia, por lo cual se contempla la adquisición de un sistema biométrico para una mejor medición del cumplimiento.

CAPÍTULO V

5.00 Estudio Financiero

La base conceptual de la evaluación financiera descansa en la aplicación de: a) los conceptos contables; b) los conceptos de técnicas financieras, particularmente las relacionadas con la estimación y valoración del dinero en el tiempo; y c) del costo de oportunidad a las decisiones económicas del proyecto (Andres, 2001, pág. 211)

5.01 Ingresos

“Corresponde a las ventas que realiza la empresa y que se derivan de la actividad principal de la misma” (Miguel, 2001, pág. 216)

5.01.01 Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales o ingresos de operación, son aquellos que están directamente relacionados a la razón de ser del negocio. Se crean por el objeto social para el que fue implementada la empresa.

Ingresos operacionales	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso
Chalecos antibalas	1799	\$ 178,00	320.271,84	1811	178,28	322.873,77	1.822	178,57	325.354,64	1.833	178,86	327.842,62	1.845	179,14	330.516,87
TOTALES	1799		320.271,84	1811	178,28	322.873,77	1.822	178,57	325.354,64	1.833	178,86	327.842,62	1.845	179,14	330.516,87

Figura 30 Ingresos Operacionales

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Rafael Tene C.

5.01.02 Ingresos no Operacionales

Los ingresos no operacionales u otros ingresos no relacionados con el objeto social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma. Una empresa puede presentar ganancias ocasionales por los rendimientos generados por las inversiones temporales, por las inversiones temporales, por las inversiones permanentes por la venta de activos, entre otros (Alexandre, David, & Tatiana, 2005, pág. 76).

Análisis:

Se puede observar que la producción de chalecos antibalas tendrá una gran demanda ya que como lo muestra el cuadro, tanto su cantidad a producir como el precio de venta serán considerables, y los ingresos por este rubro son los esperados, en una industria textil no explotada y con una gran demanda.

5.02. Costos

Esta desempeña un papel destacado en los informes financieros, pues los costos del producto o del servicio son un componente de significativa importancia en la determinación del ingreso y en la posición financiera de toda organización. La asignación de los costos es, también, básica en la preparación de estados financieros. En general, la contabilidad de costos se relaciona con la estimación de los costos, los métodos de asignación y la determinación del costo de bienes y servicios (Carlos, 2001, pág. 78).

5.02.01 Costos Directos

Son los que se identifican plenamente con una actividad, departamento o producto. En este concepto se cuenta el sueldo correspondiente a la secretaria del director de ventas, que es un costo directo para el departamento de ventas; la materia en un costo directo para el producto, etcétera (David R. , 2008, pág. 37)

Tabla 46
Costos Directos

COSTOS DIRECTOS		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima	\$ 15.869,65	\$ 190.435,80
Materiales Directos	\$ 395,68	\$ 4.748,20
Mano de obra Directa	\$ 1.182,00	\$ 14.184,00
Prestaciones sociales	\$ 488,32	\$ 5.859,88
Total		\$ 215.227,88

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

El estudio anterior identifica que los costos directos en los cuales incurrirá la microempresa, reflejan los valores que cada uno de los rubros tiene, para la

producción de un equipo de calidad y que cuente con las especificaciones técnicas establecidas.

5.02.02 Costos Indirectos

“No intervienen en el proceso de producción o del servicio, pero son necesarios para su elaboración. Son de difícil cuantificación a cada unidad fabricada.” (Teresa de Jesus, 2009)

Tabla 47
Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS		
Detalle	Valor mensual	Valor anual
Servicios Básicos	\$ 282,50	\$ 3.390,00
Útiles de aseo	\$ 6,92	\$ 83,00
Útiles de oficina	\$ 18,38	\$ 220,50
Depreciación de Maquinaria		\$ 1.048,00
Total		\$ 4.741,50

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

El valor que la microempresa tendrá que desembolsar por conceptos de los costos indirectos, son los contemplados y analizados, esto de acuerdo al tipo de industria en la cual se desarrollará, ya que el área textil demanda de una gran capacidad de operaciones.

5.02.01 Gastos Administrativos

Costo de administrar y controlar un negocio, lo que incluye los honorarios de los administradores, sueldos, renta de la oficina, luz, calefacción, honorarios legales y de auditoría, servicios contables, etc. No incluye costos de investigación y desarrollo, gastos de manufactura ni de venta o distribución (Colin, s.f).

Tabla 48
Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldos	\$ 2.244,00	\$ 26.928,00
Prestaciones Sociales	\$ 788,95	\$ 9.467,45
Servicios básicos	\$ 152,00	\$ 1.824,00
Útiles de Aseo	\$ 3,20	\$ 38,40
Útiles de Oficina	\$ 28,19	\$ 338,25
Arriendo	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
Depreciación equipo de computo	-	\$ 1.566,67
Depreciación de Equipo de Oficina	-	\$ 55,70
Depreciación muebles y enseres	-	\$ 471,00
TOTAL		\$ 55.089,47

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Se identifica que los gastos operativos anuales, son considerables y justificados debido a la producción y giro del negocio de la organización, lo que permite conocer que cantidad de inversión se debe realizar para cubrir dichas necesidades.

5.02.02 Gasto de Venta

“Es el costo de los bienes, que se venden durante el periodo contable; excluye el costo de los bienes que no se vendieron. También suprime todos los gastos indirectos, a excepción de los de manufactura.” (Colin, s.f, pág. 32).

Tabla 49
Costos de Venta

Gastos de Venta		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldo	\$ 394,00	\$ 4.728,00
Prestaciones sociales	\$ 162,77	\$ 1.953,29
Servicios básicos	\$ 125,50	\$ 1.506,00
Publicidad	\$ 52,50	\$ 630,00
TOTAL		\$ 8.817,29

Fuente. Investigación propia
Elaborado por. Rafael Tene C.

Análisis:

En cuanto al estudio del gasto generado por las ventas realizadas, se evidencia que para obtener los mejores clientes no se debe limitar las formas de dar a conocer el producto, sino se debe contemplar en buscar otras formas de llegar y brindar un bien y un servicio de calidad.

5.02.03 Gastos Financieros

Está integrado por los gastos derivados de incorporarse fondos de financiamiento por lo cual representa las erogaciones designadas a cubrir en moneda nacional o extranjera, los interés, comisiones y gastos que deriven de un título de crédito o contrato respectivo, donde se determinan las condiciones específicas y los porcentajes acordados; se calculan sobre el monto del capital y deben ser cubiertos durante un cierto tiempo o periodo. Incluye las fluctuaciones cambiarias y el resultado de la posición monetaria. Es mejor llamarlo gasto financiero (Leonel, 2003).

5.02.04 Costos Fijos

“Son los que permanecen constantes durante un rango relevante de tiempo o actividad, sin importar si cambia el volumen, como sería el caso de los sueldos, la depreciación en línea recta y el alquiler de un edificio.” (David N. R., 2008, pág. 39)

Tabla 50
Costos Fijos

COSTOS FIJOS					
Descripción	Año Actual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo Personal Administración	26928,00	31236,48	36234,32	42031,81	48756,90
Arriendos	14400,00	16704,00	19376,64	22476,90	26073,21
Internet	900,00	1044,00	1211,04	1404,81	1629,58
Honorarios Profesionales (Contador)	9467,45	10982,25	12739,41	14777,71	17142,15
TOTAL	51.695,45	59.966,73	69.561,40	80691,23	93601,82

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Rafael Tene C.

Análisis:

El incremento de los costos fijos en relación al tiempo proyectado, reflejan un desarrollo óptimo y esperado de la microempresa, manteniendo así una operación fluida y constante.

5.02.05 Costos Variables

“Son los que cambian o fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas.” (David N. R., 2008, pág. 39)

Tabla 51
Costos Variables

COSTOS VARIABLES					
Descripción	Año Actual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de Oficina	338,25	392,37	455,15	527,97	612,45
Suministros de Limpieza	38,40	44,54	51,67	59,94	69,53
Agua Potable	780,00	904,80	1049,57	1217,50	1412,30
Luz Eléctrica	3600,00	4176,00	4844,16	5619,23	6518,30
Teléfono	1440,00	1670,40	1937,66	2247,69	2607,32
TOTAL	6196,65	7188,11	8338,21	9672,33	11219,9

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael tene

Análisis:

Los costos variables se describen de forma continua, con una leve alza en sus valores, esto debido a la actividad de producción que en cada periodo aumenta, por la demanda establecida.

5.03 Inversiones

“El termino Inversión inicial, como aquí se usa, se refiere a las salidas de efectivo relevantes que se consideran al evaluar un gasto de capital futuro.” (Lawrence, 2001, pág. 325)

5.03.01 Inversión Fija

Es una inversión en un grupo de títulos o propiedades, creada comúnmente para satisfacer una o más metas de inversión. En vez de invertir directamente en determinado título o propiedad, usted invierte de manera directa al adquirir un interés en un grupo de títulos o propiedades administrados profesionalmente (Joehnk, 2009, pág. 4)

Tabla 52
Inversión Fija

INVERSION FIJA						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	18.520,00					9.260,00
Muebles y Enseres	4.710,00					2.355,00
Equipo de Computo	4.700,00			4.700,00		2.350,00
Equipo de Oficina	557,00					185,67
TOTAL	28.487,00			0,00		14.150,67

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Los valores descritos, han sido los considerados para la materialización del proyecto, tomando en cuenta que tipo de industria es y que giro de negocio va a tener, justificando de esta manera la inversión realizada para el comiendo de las operaciones de producción.

5.03.02 Activos Fijos

“Los activos fijos tienen por naturaleza dos características básicas. Son bienes y derechos de la empresa con carácter de duración y están asociados con el objeto social del negocio; es decir, con la razón de ser del ente económico estudiado.”

(Alexander, David, & Tatiana, 2005).

Tabla 53
Activos Fijos

Activos Fijos	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 18.520,00
Muebles y Enseres	\$ 4.710,00
Equipo de Computo	\$ 4.700,00
Equipo de oficina	\$ 557,00
TOTAL	\$ 28.487,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

El monto por la adquisición de activos fijos para el desarrollo de las actividades tanto de producción como administrativas es la adecuada, considerando que son los bienes útiles y más adecuados para el desarrollo de las actividades de la organización.

5.03.03 Activos Nominales

“Constituye una parte de los gastos que se aplican a ejercicios o periodos posteriores a la fecha de un balance general. Se los conoce como cargos diferido.”

(Jimenez, 2014, pág. 36)

Tabla 54*Activos Nominales*

Activos Nominales	Valor
Gastos de Organización	\$ 205,00
Gastos de Instalación	\$ 1.430,00
Capacitación de Personal	\$ 360,00
TOTAL	\$ 1.995,00

*Fuente: Investigación propia**Elaborador por: Rafael Tene C.***Análisis:**

Representan el interés que la microempresa tiene para contar con las herramientas administrativas que son necesarias para una organización debidamente establecida bajo el control de los entes reguladores.

5.03.04 Capital de Trabajo

Se define como los fondos o recursos con que opera una empresa a corto plazo, después de cubrir el importe de las deudas que vencen también en ese corto plazo. Se calcula identificando la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante, por lo tanto, la existencia del capital de trabajo se vincula con la condición de liquidez general de la empresa (Manuel, pág. 65)

Tabla 55*Capital de Trabajo*

Capital de Trabajo	Total
Materia Prima Existente	\$15.869,65
Servicios Basicos	\$282,50
Mano de obra directa	\$1.182,00
Arriendo	\$1.200,00
TOTAL	\$ 18.534,15

*Fuente: Investigación propia**Elaborado por: Rafael Tene C.***Análisis:**

Dentro del estudio realizado se puede observar que, dentro de los tres primeros meses, la organización cuenta con un capital de trabajo factible, que permite desarrollar sus actividades con normalidad y contemplando todas las necesidades que se presenten.

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

“El presupuesto debe indicar la cuantía de los gastos ordinarios por los recursos necesarios para desarrollar el proyecto y las fuentes de financiamiento previstas, existen tres tipos según la procedencia de las fuentes de financiamiento: propios, adscritos y estructurales.” (José, 2004, pág. 65)

Tabla 56
Fuentes de Financiamiento

	Fuentes de financiamiento			
	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO	PROVEEDORES
INVERSIONES FIJAS	\$ 28.487,00	\$ 9.967,00	\$ 18.520,00	\$ 0,00
Maquinaria y Equipo	\$ 18.520,00		\$ 18.520,00	
Muebles y Enseres	\$ 4.710,00	\$ 4.710,00		
Equipo de Computo	\$ 4.700,00	\$ 4.700,00		
Equipo de oficina	\$ 557,00	\$ 557,00		
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.995,00	\$ 1.995,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gastos de Organización	\$ 205,00	\$ 205,00		
Gastos de Instalación	\$ 1.430,00	\$ 1.430,00		
Capacitación de Personal	\$ 360,00	\$ 360,00		
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 18.534,15	\$ 2.664,50	\$ 15.869,65	\$ 0,00
Materia Prima Existente	\$ 15.869,65		\$ 15.869,65	
Servicios Basicos	\$ 282,50	\$ 282,50		
Mano de obra directa	\$ 1.182,00	\$ 1.182,00		
Arriendo	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00		
	\$ 49.016,15	\$ 14.626,50	\$ 34.389,65	\$ 0,00
	100%	30%	70%	

Fuente: Investigación propia
Elaborador por: Rafael Tene C.

Análisis:

Se ha considerado un financiamiento del 44% de las entidades financieras, sobre la totalidad, para instalar todo el equipamiento necesario, se puede verificar que la inversión por parte de las entidades financieras es el necesario y adecuado, sin sobrepasar lo estimado, evitando generar desfases al momento de cancelar estos financiamientos.

5.03.06 Amortización de Financiamiento

La amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, esta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el termino amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión (Gabriel B. U., Evaluacion de Proyectos, 2010, pág. 144)

Tabla 57
Tabla de Amortización

Amortización francés			
Inversión 100%	\$ 49.016,15		
Financiamiento 65%	\$ 34.389,65		
Plazo	5	años	
Interés	22,00%	anual	
#	amortización	interés	valor anual
0			saldo insoluto
			\$ 34.389,65
1	\$ 4.443,35	\$ 7.565,72	\$ 12.009,07
2	\$ 5.420,88	\$ 6.588,19	\$ 12.009,07
3	\$ 6.613,48	\$ 5.395,59	\$ 12.009,07
4	\$ 8.068,44	\$ 3.940,63	\$ 12.009,07
5	\$ 9.843,50	\$ 2.165,57	\$ 12.009,07
			(\$ 0,00)

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

5.03.07 Depreciaciones

“La depreciación solo se aplica al activo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian.” (Gabriel B. U., Evaluación de Proyectos, 2010, pág. 144)

Tabla 58
Depreciaciones

DEPRECIACIONES							
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL	año1	año2	año3	año4	año5
Maquinaria y Equipo	\$ 10.480,00	10	\$ 1.048,00	\$ 1.048,00	\$ 1.048,00	\$ 1.048,00	\$ 1.048,00
Muebles y Enseres	\$ 4.710,00	10	\$ 471,00	\$ 471,00	\$ 471,00	\$ 471,00	\$ 471,00
Equipo de oficina	\$ 557,00	10	\$ 55,70	\$ 55,70	\$ 55,70	\$ 55,70	\$ 55,70
Equipo de Computación	\$ 4.700,00	3	\$ 1.566,67	\$ 1.566,67	\$ 1.566,67		
TOTAL			\$ 3.141,37	\$ 3.141,37	\$ 3.141,37	\$ 1.574,70	\$ 1.574,70

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Las depreciaciones son las reales y contempladas esto por el equipo, maquinaria y demás artículos que permiten desarrollar una adecuada actividad.

5.03.08 Estado de Situación Inicial

Se define como el estado de situación financiera que al mostrar a determinada fecha los activos, pasivos y capital que constituyen la estructura financiera de una entidad, ilustra la dualidad económica; es decir, todos los recursos identificables y cuantificables con que cuenta una empresa y el origen de estos recursos externos como internos. (Roman, 2017, pág. 127)

MICROEMPRESA "SEADFIN"			
ESTADO DE SITUACION INICIAL			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Bancos	\$ 18.534,15	Cuentas por pag	-
		Total Pasivo Corriente	-
ACTIVOS NO CORRIENTE		PASIVO LARGO / PLAZO	
Propiedad planta y equipo	\$ 28.487,00	Prestamo L/P	\$ 34.389,65
Equipo de Oficina	\$ 557,00	TOTAL DE PASIVO	\$ 34.389,65
Maquinaria o Equipos	\$ 18.520,00		
Equipo de Computo	\$ 4.700,00	PATRIMONIO	\$ 14.626,50
Muebles y Enseres	\$ 4.710,00	Capital	\$ 14.626,50
OTROS ACTIVOS			
Gastos d Organización	\$ 205,00		
Gastos de Instalacion	\$ 1.430,00		
Gastos de Publicidad	\$ 360,00		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 49.016,15	TAL PASIVO + PATRIMON	\$ 49.016,15
FIRMA GERENTE		FIRMA CONTADOR	

Figura 31 Estado de situación inicial

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Rafael Tene C.

Análisis:

Para el propietario o junta de propietarios es optimista saber que la microempresa tiene un adecuado estado financiero al iniciar un periodo contable, denotando que el manejo de la organización es el adecuado y esperado.

5.03.09 Estado de Resultados

“Es el resumen de los ingresos, gastos y utilidad neta o pérdida de una entidad en relación con un período específico; también llamado estado de ganancias o estado de operaciones.” (Homgren & Harrison, 2003, pág. 17)

MICROEMPRESA "SEADFIN" ESTADOS DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019					
DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 320.271,84	\$ 322.873,77	\$ 325.354,64	\$ 327.842,62	\$ 330.516,87
SERVICIOS TOTALES	\$ 320.271,84	\$ 322.873,77	\$ 325.354,64	\$ 327.842,62	\$ 330.516,87
INFLACIÓN:	0,16%				
	1	2	3	4	5
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 219.969,38	220321,3294	\$ 220.673,84	\$ 221.026,92	\$ 221.380,56
COSTO DIRECTO	\$ 215.227,88	\$ 215.572,24	\$ 215.917,16	\$ 216.262,63	\$ 216.608,65
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FAI	\$ 4.741,50	\$ 4.749,09	\$ 4.756,68	\$ 4.764,30	\$ 4.771,92
GASTOS DE VENTAS	\$ 8.817,29	\$ 8.831,40	\$ 8.845,53	\$ 8.859,69	\$ 8.873,86
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 55.089,47	\$ 55.177,61	\$ 55.265,90	\$ 55.354,32	\$ 55.442,89
GASTOS FINANCIEROS	\$ 7.565,72	\$ 6.588,19	\$ 5.395,59	\$ 3.940,63	\$ 2.165,57
DEPRECIACIÓN	\$ 3.141,37	\$ 3.141,37	\$ 3.141,37	\$ 1.574,70	\$ 1.574,70
UTILIDAD BRUTA	\$ 25.688,61	\$ 28.813,87	\$ 32.032,41	\$ 37.086,36	\$ 41.079,29
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 3.853,29	\$ 4.322,08	\$ 4.804,86	\$ 5.562,95	\$ 6.161,89
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 21.835,32	\$ 24.491,79	\$ 27.227,55	\$ 31.523,41	\$ 34.917,39
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 979,80	\$ 1.378,27	\$ 1.788,63	\$ 2.433,01	\$ 2.942,11
UTILIDAD NETA	\$ 20.855,52	\$ 23.113,52	\$ 25.438,91	\$ 29.090,40	\$ 31.975,29

Figura 32 Estado de resultado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

El estado de resultados de Seadfin, describe la buena estabilidad con la que cuenta, y demuestra con qué tipo de respaldos puede responder ante una eventualidad.

5.03.10 Flujo de Caja

En sentido financiero, se induce a través del flujo monetario de la caja de la empresa. Se trata del flujo de cobros y pagos, permite considerar el flujo de caja de un ciclo productivo como la diferencia entre los cobros y pagos dentro un citado ciclo (Colom, 2009, pág. 46)

FLUJO DE CAJA					
DETALLE	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 320.271,84	\$ 322.873,77	\$ 325.354,64	\$ 327.842,62	\$ 330.516,87
SERVICIOS TOTALES	\$ 320.271,84	\$ 322.873,77	\$ 325.354,64	\$ 327.842,62	\$ 330.516,87
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 219.969,38	\$ 220.321,33	\$ 220.673,84	\$ 221.026,92	\$ 221.380,56
COSTO DIRECTO	\$ 215.227,88	\$ 215.572,24	\$ 215.917,16	\$ 216.262,63	\$ 216.608,65
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS)	\$ 4.741,50	\$ 4.749,09	\$ 4.756,68	\$ 4.764,30	\$ 4.771,92
GASTOS DE VENTAS	\$ 8.817,29	\$ 8.831,40	\$ 8.845,53	\$ 8.859,69	\$ 8.873,86
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 55.089,47	\$ 55.177,61	\$ 55.265,90	\$ 55.354,32	\$ 55.442,89
GASTOS FINANCIEROS	\$ 7.565,72	\$ 6.588,19	\$ 5.395,59	\$ 3.940,63	\$ 2.165,57
DEPRECIACIONES (-)	\$ 3.141,37	\$ 3.141,37	\$ 3.141,37	\$ 1.574,70	\$ 1.574,70
UTILIDAD BRUTA	\$ 25.688,61	\$ 28.813,87	\$ 32.032,41	\$ 37.086,36	\$ 41.079,29
PARTICIPACION EMPLEADOS (-)	\$ 3.853,29	\$ 4.322,08	\$ 4.804,86	\$ 5.562,95	\$ 6.161,89
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 21.835,32	\$ 24.491,79	\$ 27.227,55	\$ 31.523,41	\$ 34.917,39
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 979,80	\$ 1.378,27	\$ 1.788,63	\$ 2.433,01	\$ 2.942,11
UTILIDAD NETA	\$ 20.855,52	\$ 23.113,52	\$ 25.438,91	\$ 29.090,40	\$ 31.975,29
DEPRECIACIONES (+)	\$ 3.141,37	\$ 3.141,37	\$ 3.141,37	\$ 1.574,70	\$ 1.574,70
AMORTIZACIONES (+)	\$ 399,00	\$ 399,00	\$ 399,00	\$ 399,00	\$ 399,00
EXCEDENTE OPERACIONAL	\$ 24.395,88	\$ 26.653,89	\$ 28.979,28	\$ 31.064,10	\$ 33.948,99

Figura 33 Flujo de Caja

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

El flujo de caja de la organización, demuestra que; la utilidad neta, que tendrá dentro de los cinco años de proyección, es la esperada, y permite la reinversión para una evolución continua y contralada de organización.

5.04 Evaluación Financiera

“Existen técnicas que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y que no se relacionan en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa.” (Urbina G. V., 2010, pág. 189)

5.04.01 Tasa de Descuento

“En una inversión financiera, el aporte del recurso capital espera una tasa mínima de retorno para invertir. Este valor está asociado al riesgo de la pérdida de la inversión.” (Guzman, 2004)

Tabla 59
Tasa de Descuento

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

Tasa Activa	11,83%
Tasa Pasiva	5,72%
TMAR	17,55%

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Rafael Tene C.

Análisis:

El porcentaje de la TMAR, describe actualmente que, si es beneficioso realizar inversiones en la banca privada, para una PYMES, ampliando de esta manera las opciones para el apalancamiento de un nuevo negocio.

5.04.02 VAN (Valor Actual Neto)

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (Urbina G. V., 2010, pág. 182)

VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	-\$ 49.016,15	+	\$ 24.395,88	+	\$ 26.653,89	+	\$ 24.279,28	+	\$ 31.064,10	+	\$ 33.948,99
			1,15		1,32		1,52		1,75		2,01
VAN =	-\$ 49.016,15	+	\$ 21.224,89	+	\$ 20.175,22	+	\$ 15.989,04	+	\$ 17.798,11	+	\$ 16.922,75
VAN =	-\$ 49.016,15	+	\$ 92.110,00								
VAN =	\$ 43.093,85										

Figura 34 VAN
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Los valores obtenidos dentro de este estudio, permiten conocer que, dentro del periodo de cinco años, no solo la inversión será cubierta, sino que la utilidad a obtener es un gran horizonte que tiene la microempresa para seguir con sus planes de expansión y modernización ya que para esto la inyección financiera que necesita será mayor, pero cuenta con un mayor mercado.

5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)

“Es la tasa de descuento por la cual el VAN, es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Urbina G. V., 2010, pág. 184)

VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	-\$ 49.016,15	+	\$ 24.395,88	+	\$ 26.653,89	+	\$ 24.279,28	+	\$ 31.064,10	+	\$ 33.948,99
			1,46		2,13		3,11		4,54		6,62
VAN =	-\$ 49.016,15	+	\$ 16.716,12	+	\$ 12.514,06	+	\$ 7.810,75	+	\$ 6.847,54	+	\$ 5.127,68
VAN =	-\$ 49.016,15	+	\$ 49.016,15								
VAN =	\$ 0,00										
TIR =	45,94%										

Figura 35 TIR

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

La Tasa Interna de Retorno, que define al proyecto en desarrollo supera las expectativas que se han tenido, lo que demuestra que no solo el proyecto es una gran innovación sino también una gran fuente de ingresos y un negocio que se proyecta a través del tiempo.

5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

“Se define como el tiempo en años que tarda en recuperarse el monto de la inversión inicial del proyecto “ (Fernandez, 2007, pág. 128)

PERIODO DE RECUPERACION					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-\$ 49.016,15	-\$ 49.016,15	1,00	-\$ 49.016,15	-\$ 49.016,15
1	\$ 24.395,88	-\$ 24.620,26	0,85	\$ 20.753,62	-\$ 28.262,53
2	\$ 26.653,89	\$ 2.033,63	0,72	\$ 19.289,25	-\$ 8.973,28
3	\$ 24.279,28	\$ 26.312,91	0,62	\$ 14.947,48	\$ 5.974,20
4	\$ 31.064,10	\$ 57.377,01	0,52	\$ 16.269,28	\$ 22.243,48
5	\$ 33.948,99	\$ 91.325,99	0,45	\$ 15.125,64	\$ 37.369,11

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CORRIENTES			PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	\$ 26.653,89	-\$ 24.620,26	AÑO 3	\$ 14.947,48	-\$ 8.973,28
1 mes	\$ 2.221,16	-\$ 22.399,11	1 mes	\$ 1.245,62	-\$ 7.727,65
2 mes	\$ 2.221,16	-\$ 20.177,95	2 mes	\$ 1.245,62	-\$ 6.482,03
3 mes	\$ 2.221,16	-\$ 17.956,79	3 mes	\$ 1.245,62	-\$ 5.236,41
4 mes	\$ 2.221,16	-\$ 15.735,63	4 mes	\$ 1.245,62	-\$ 3.990,78
5 mes	\$ 2.221,16	-\$ 13.514,48	5 mes	\$ 1.245,62	-\$ 2.745,16
6 mes	\$ 2.221,16	-\$ 11.293,32	6 mes	\$ 1.245,62	-\$ 1.499,54
7 mes	\$ 2.221,16	-\$ 9.072,16	7 mes	\$ 1.245,62	-\$ 253,91
8 mes	\$ 2.221,16	-\$ 6.851,00	8 mes	\$ 1.245,62	\$ 991,71
9 mes	\$ 2.221,16	-\$ 4.629,85	9 mes	\$ 1.245,62	\$ 2.237,33
10 mes	\$ 2.221,16	-\$ 2.408,69	10 mes	\$ 1.245,62	\$ 3.482,96
11 mes	\$ 2.221,16	-\$ 187,53	11 mes	\$ 1.245,62	\$ 4.728,58
12 mes	\$ 2.221,16	\$ 2.033,63	12 mes	\$ 1.245,62	\$ 5.974,20

Figura 36 PRI

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

La inversión a realizar para la materialización del proyecto, es la contemplada en los análisis previos, lo que demuestra que el capital invertido será recuperado a partir del cuarto año vida de la organización; generando desde ese año en adelante la rentabilidad esperada con el desarrollo de las actividades de la microempresa.

5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

“Esto significa evaluar si en un periodo de tiempo determinado, los beneficios de la nueva inversión o la nueva oportunidad de negocio serán mayores que los costos asociados” (Prees, 2009, pág. 46)

Tabla 60
RBC

RELACION BENEFICIO COSTO				
RBC =				
	<u>INGRESOS ACTUALIZADOS</u>		<u>COSTOS ACTUALIZADOS</u>	
PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	C ACTUALIZ
1	\$ 320.271,84	\$ 320.271,84	\$ 219.969,38	\$ 219.969,38
2	\$ 322.873,77	\$ 322.873,77	\$ 220.321,33	\$ 220.321,33
3	\$ 325.354,64	\$ 325.354,64	\$ 215.917,16	\$ 215.917,16
4	\$ 327.842,62	\$ 327.842,62	\$ 221.026,92	\$ 221.026,92
5	\$ 330.516,87	\$ 330.516,87	\$ 221.380,56	\$ 221.380,56
		\$ 1.626.859,75		\$ 1.098.615,35
RBC =	1,48			

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

El 1,48 que se ha obtenido como resultado luego del estudio financiero de la Relación Costo Beneficio, permite determinar que la viabilidad del proyecto es positiva y que la inversión realizada tendrá el respaldo adecuado, generando mayor confianza para los futuros financiamientos que se realicen.

5.04.06 Punto de Equilibrio

“Es el volumen en que los ingresos totales son iguales a los costos totales.” (Lee Krajewski, 2008, pág. 26)

PUNTO DE EQUILIBRIO	
$P.E. = \frac{CF}{p - C_{vu}}$	
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	\$ 55.089,47
Gastos de Ventas	\$ 8.817,29
Gastos Financieros	\$ 25.655,70
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 89.562,46
Costo Variable unitario	\$ 120,47
Precio	\$ 178,00
$PE = \frac{CF}{p - C_{vu}}$	
$PE = \frac{\$ 89.562,46}{\$ 178,00 - \$ 120,47}$	
$PE = \frac{\$ 89.562,46}{\$ 57,53} = 1557 \text{ u}$	
DEMOSTRACION	
VENTAS	\$ 277.124,85
(-) Costo Variable	\$ 187.562,38
(=) Margen Contribucion	\$ 89.562,46
(-) Costo Fijos	\$ 89.562,46
(=) Utilidad Operacional	\$ 0,00

Figura 37 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

El punto de equilibrio de la microempresa, demuestra la realidad tangible que esta debe cumplir para obtener los réditos económicos establecidos, lo que demostrara si la organización está en la capacidad de cumplir con la demanda actual y con la meta

de producción establecida en este análisis, para establecer su factibilidad en el transcurso del tiempo.

5.05 Análisis de Índices Financieros

5.05.01 ROE

“Se calcula dividiendo el ingreso neto después de impuestos entre las ventas. En realidad, tanto el ingreso neto como las ventas son una corriente de flujos de efectivo.” (Gabriel B. U., Evaluacion de Proyectos, 2010, pág. 191)

Tabla 61
ROE

R.O.E =	Utilidad Neta
	Patrimonio
R.O.E =	20.855,52
	14.626,50
R.O.E =	1,43

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

El resultado del ROE, evidencia que la inversión realizada con los fondos propios del o los propietarios de la microempresa, fue la adecuada tanto en cantidad como en valor ya que a su aprovechamiento ha sido el máximo permitiendo, obtener un resultado positivo para el crecimiento de la organización.

5.05.02 ROA

“Se obtiene dividiendo la utilidad neta libre de impuestos entre los activos totales.” (Gabriel, 2010, pág. 191)

Tabla 62

ROA

R.O.A =	Utilidad Neta Activo Total
R.O.A =	20.855,52 28.487.00
R.O.A =	0.73

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Se puede observar que el resultado del ROA es favorable para la microempresa, ya que demuestra el buen manejo de los bienes tanto físicos como financieros para el desarrollo de la actividad económica establecida.

5.05.03 ROI

“Es la tasa que mide el rendimiento sobre la inversión de los accionistas, llamada valor neto o capital.” (Gabriel, 2010, pág. 191)

Tabla 63

ROI

ROI=	UTILIDAD NETA INVERSIÓN
ROI=	20.855,52 49.016,15
ROI=	0,43

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

Análisis:

Se puede evidenciar que el resultado obtenido, dentro de este estudio financiero, es el esperado ya que demuestra que la inversión realizada al equipamiento permite realizar las actividades de la manera más adecuada y obteniendo los resultados esperados.

CAPÍTULO VI

6.00 Analisis de Impactos

De acuerdo al desarrollo del proyecto en cada una de sus etapas, se han identificado diversos factores que inciden de manera negativa o positiva al entorno tanto sociocultural, económico, ambiental y productivo; esto demuestra la influencia que ha tenido el proyecto por los factores mencionados.

El desarrollo de las actividades propuestas en este proyecto permite tener una visión clara sobre los alcances que desea obtener, sin dejar a un lado el respeto por el medio ambiente y a la colectividad, ya que estos dos involucrados son primordiales para el funcionamiento de la microempresa.

Las leyes de gestión ambiental establecidas en el Ecuador permiten mantener un entorno natural óptimo para el desarrollo de la vida de todas las especies, y es un aporte fundamental contar con una normativa técnica internacional como la ISO:14001, que describe el manejo y control de los recursos naturales mitigando de manera considerable la reducción de desechos o desperdicios, los mismos que en mayor cantidad no solo son nocivos, para el medio ambiente sino también trae conflictos entre los pobladores de un lugar determinado en donde se desarrollan actividades especialmente de producción, industrias como: alimentos, textiles, cárnicos, entre otras generan un malestar continuo con los habitantes.

La importancia de contar con una política medio ambiental coherente y realista, permite que las empresas desarrollen una reputación adecuada y trascendental,

generando una alta confianza no solo de forma local sino también internacional lo que a largo plazo permite formar grupo de organizaciones que contribuyen con la conservación y mejoramiento del medio ambiente.

Los beneficios de establecer políticas que disminuyan cualquier tipo de impacto sobre la organización, deben ser analizadas desde el momento que se plantea la materialización del proyecto, ya que lo que busca una empresa es adicional a generar réditos económicos, es contribuir al desarrollo productivo, social y económico de un país, creando nuevas plazas de trabajo tanto de forma directa como indirecta; lo que a la par permite tener mejores condiciones de vida para las familias de todas aquellas persona que contribuyen con el desarrollo productivo y económico de una organización, el fin fundamental de cualquier empresa es mejorar las condiciones de vida y de desarrollo de un país, permitiendo de esta manera, dejar de ser un entorno retrasado y empezar a buscar nuevas formas e ideas para competir en un mercado globalizado, pero siempre conservando un ambiente armonioso y adecuado para las futuras generaciones.

Los objetivos generales que persigue la organización para su adecuada proyección y mitigación de cualquier tipo de impacto, están basados en el respeto mutuo y desarrollo sustentable de su entorno.

6.01 Impacto Ambiental

Se verificará que tan considerable es la cantidad de desechos o desperdicios generados por la confección de chalecos antibalas en un sector determinado, en el cual existe una gran cantidad de pobladores.

Para realizar y describir el nivel de impacto que la organización tendrá, se utilizará la siguiente ponderación:

Tabla 64
Ponderación

PONDERACION	
1=	MUY BAJO (0,20)
2=	BAJO (0,40)
3=	MEDIO (0,60)
4=	ALTO (0,80)
5=	MUY ALTO (1)

Fuente: Investigación propia.
Elaborador por: Rafael Tene C.
Tabla 65
Nivel de Impacto

NIVEL DE IMPACTO						
INDICADOR	1	2	3	4	5	Σ
Residuos		X				2
Reciclaje		X				2
Energía			X			3
TOTAL						7

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Rafael Tene C.

Total, impacto ambiental = 7/15

Total, impacto ambiental = 0,46

Nivel de impacto ambiental = BAJO

Análisis:

De acuerdo al estudio realizado, se ha determinado que el impacto ambiental que producira la microempresa será bajo, ya que en la mayoría de lo posible se reutilizarán los materiales e insumos utilizados para la confección de los chalecos antibalas, disminuyendo en gran medida los desechos, ya que al ser una microempresa textil sus insumos pueden ser adaptados en otros tipos de procesos.

6.02 Impacto Económico

El proyecto a ser implementado tiene la finalidad de contribuir con ingresos para el mejoramiento de las condiciones de vida de los pobladores del sector de Calderón,

a través del pago de impuesto establecidos por los entes de control realizándolos a tiempo y con los procedimientos establecidos.

Tabla 66
Impacto económico

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO					Σ
	1	2	3	4	5	
Liquidez empresarial		X				2
Generación de empleo		X				2
Reinversión de utilidades		X				2
					TOTAL	6

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Rafael Tene C.

Total, impacto ambiental = 6/15

Total, impacto ambiental = 0,40

Nivel de impacto ambiental = BAJO

Análisis:

Se ha determinado que el impacto económico, será bajo, pero que permitirá la contratación de personas del sector, que las utilidades generadas por la venta del producto ayudará a la reinversión de la microempresa, permitiendo de esta manera, incrementar su capacidad de forma sustentable y óptima.

6.03 Impacto Productivo

El proyecto establece, contribuir con el desarrollo industrial y manufacturero del país, ya que la confección de chalecos antibalas en el Ecuador es un área que no ha sido explotada por la falta de inversión y tecnología, y es una gran oportunidad a desarrollar por la demanda que existe.

Tabla 67
Nivel de impacto productivo

NIVEL DE IMPACTO						
INDICADOR	1	2	3	4	5	Σ
Costo de producción		X				2
Unidades producidas			X			3
Clima laboral			X			3
TOTAL						8

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Rafael Tene C.

Total, impacto ambiental = 8/15

Total, impacto ambiental = 0,53

Nivel de impacto ambiental = BAJO

Análisis:

El nivel de impacto productivo que tendrá el proyecto es del 0,53 %, que relativamente es bajo, pero no excluyente, esto ayuda a determinar qué puntos deben ser tratados para una mejora, dentro del proceso de producción, y un factor fundamental es crear un clima laboral favorable para los colaboradores, que les permita crecer y obtener resultados a mediano y largo plazo.

6.04 Impacto Social

Lo que la implementación de la microempresa busca es aportar de manera favorable en la creación de plazas de trabajo tanto de forma directa como indirecta, lo que permitirá que los pobladores del sector donde se va a materializar el proyecto, sean la primera opción de mano de obra, lo que favorece al crecimiento de la economía de sus hogares y del comercio en general.

Tabla 68
Impacto social

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO					Σ
	1	2	3	4	5	
Creación de plazas de trabajo			X			3
Mejora de la calidad de vida			X			3
Responsabilidad social				X		4
TOTAL						10

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Rafael Tene C.

Total, impacto ambiental = 10/15

Total, impacto ambiental = 0,66

Nivel de impacto ambiental = MEDIO

Análisis:

Es notable observar que el impacto que tendría la microempresa, en el ámbito social del sector es considerable, ya que beneficia de forma general a todos aquellos actores que de una u otra forma influyen en el desarrollo tanto de las actividades productivas como económicas en la población, generando así una oportunidad de crecimiento personal, familiar, laboral y económico de los colaboradores.

CAPÍTULO VII

7.00 Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Al finalizar la investigación y el análisis del alcance y desarrollo que tendrá el proyecto, se evidencia que tan factible es la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de chalecos antibalas, de la misma manera cual será el rédito económico que obtendrá su propietario y cuan beneficiosa será para la población del sector donde se edificará, precautelando siempre mantener el respeto al medio ambiente y a la colectividad.

De acuerdo a las proyecciones y cálculos realizados para comprobar la viabilidad del proyecto se concluye que:

- El mercado de fabricación y comercialización de chalecos antibalas en el país, es un sector manufacturero muy poco explotado y de poco conocimiento para la población.
- Por la falta de emprendimiento dentro de este giro de negocio la industria ecuatoriana se ve limitada solamente a la importación de equipo extranjero, perdiendo de esta manera una fuente de ingresos considerable y muy necesaria.
- De acuerdo a la proyección de la demanda, se puede identificar que existe un mercado muy amplio por ser explorado y con la necesidad apremiante de contar con una microempresa nacional de fabricación de chalecos antibalas,

lo que permitirá a las empresas reducir sus gastos y obtener un producto de calidad.

- El costo de producción de los chalecos antibalas, se encuentra dentro del margen esperado, permitiendo de esta manera contemplar una producción sustentable y beneficiosa.
- La falta de inversión en tecnología, también es otra limitante para que este tipo de industria no prospere en el país, ya que no se está ofertando un equipo que tenga beneficios adicionales a parte de las características técnicas básicas para su fabricación.
- El beneficio económico a obtener es el esperado, ya que las proyecciones financieras reflejan una utilidad considerable, tomando en cuenta que este tipo de producto está destinado a un sector empresarial específico.
- La localidad donde se desarrollará el proyecto es el óptimo, gracias a sus vías de acceso y al convertirse en un centro urbano donde se podrá ubicar todo tipo de negocio sea de servicios o de producción, disminuyendo los tiempos para realizar cualquier gestión inherente a la organización.

7.02 Recomendaciones

El estudio de factibilidad del presente proyecto arroja datos optimistas que abren la puerta para se materialice, por lo que se recomienda que:

- Implementar el proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de chalecos antibalas en el sector de Calderón, considerando que es una oportunidad para la generación de plazas de empleo y una contribución al impulso de la industria nacional.
- Capacitar a los colaboradores, dentro de cada una de sus actividades asignadas, lo que permitirá contar con profesionales calificados y comprometidos a alcanzar los objetivos de la organización.
- Cumplir con las disposiciones legales que rigen la actividad económica que realizara la microempresa para la obtención de permisos y demás documentos habilitantes.
- Es necesario definir estrategias comerciales que permitan dar a conocer el bien que se va a producir, con el afán de ser la primera opción de compra para los clientes.
- Cumplir con las obligaciones de los colaboradores, generando de esta manera una confianza estrecha entre ambos actores, lo que permitirá alcanzar los objetivos trazados y cumplir con la visión establecida.

Bibliografía

- Alberto, A. (2005). *El Otro Riesgo País*. Ecuador: La Insignia.
- Alexander, G., David, G. V., & Tatiana, R. (2005). *Contabilidad Financiera*.
- Alexandre, G., David, G., & Tatiana, R. (2005). *Contabilidad Financiera*.
- Allegri, M. (2004). *Analisis de la Empresa*.
- Alvarez, S. (2010). *Diccionario de Economia Publica*. madrid: Ecobook.
- Andeu, M. (2004). *Dirección financiera* (Primera edición ed.). Barcelona, España: Virtuals S.A.
- Andres, E. M. (2001). *Proyectos de Inversion*. oaxaca: Instituto tecnologico de Oaxaca.
- Angel, C. G. (s.f.). *Tecnico-profesional blogspot*. Obtenido de <https://tecnico-profesional.blogspot.com/2015/11/un-chaleco-antibalas.html>
- Anzola. (2002).
- Baca, G. (2010). *Evaluacion de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Ballaca, C. (Julio de 2016). Obtenido de [file:///c:/Users/david/documents/downloads/semana04.2%20tamano%20\(1\).pdf](file:///c:/Users/david/documents/downloads/semana04.2%20tamano%20(1).pdf)
- Bancos, S. I. (s.f.). *Super Intendencia de Bancos*. Obtenido de www.suprbancos.gob.ec
- Barrance, A. (2003). *Ár boles de centroamérica*. Costa Rica: Oxfort Forestry Intitute.

BCE. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 31 de MAYO de 2015, de

BCE: <http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>

Belch, B. y. (2005).

Berghe, E. V. (2010). *Gestión y gerencia empresarial* (Segunda Edición ed.). Bogotá, Colombia: ECOE ediciones.

Boulanger, F. J. (2007). *Costos Industriales* (Primera edición ed.). Cartago, Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

Brito, F. (2013).

Brun, X. (2008). *Mercado de renta variable y mercado de divisas*. Barcelona: Bresca editorial.

Cantalapiedra, M. (2013). *Finanzas y economía*. Madrid: Vista posteos.

Carlos, F. C. (2001). *Contabilidad de Costos*.

Castro, A. M. (2002). *Respuestas rápidas para los financieros*. Mexico: Pearson Educación.

Cecilia, D. V., & Italo, M. P. (2013). *Aplicacion de los intereses pasivos y activos en el sistema bancario ecuatoriano y sus efectos Macroeconomicos 2007 - 2013*. Ecuador: Universidad Tecnologica Ecotec.

Chiavenato, I. (2003). *Introduccion a la Administracion*.

Chiavenato, I. (2003). *Introduccion a la Administracion*. Mexico.

Cifuentes, J. (s.f.). *americantactical*. Obtenido de

<http://americantactical.com.mx/2018/01/04/el-chaleco-antibalas-la-historia-de-su-creacion/>

Colin, B. (s.f.). *Administre sus Finanzas*. Mexico: Prentice Hall.

Colin, B. (s.f.). *Administre sus Finanzas*. Mexico: Prentice Hall.

Colom, A. (2009). *Evaluacion de la Rentabilidad de Proyectos de Inversion*. Lleida: Ediciones de la Universidad Lleida.

Cotte, D. (1990). El servicio Centrado en el Cliente. En D. Cotte, *El servicio Centrado en el Cliente* (pág. 100). Madrid- España: Diaz de Santos S.A.

Cugnot, N.-J. (1725-1804). *historia y evolución del automovil*. Fracia-París.

David, F. R. (2003). Conceptos de Administración Estrategica. En F. R. David, *Conceptos de Administración Estrategica* (pág. 7). Mexico: Pearson Educación.

David, N. R. (2008). *Contabilidad administrativa*. mexico: McGraw-Hill.

David, R. (2008). *Contabilidad Administrativa*. Mexico: Mc Graw-Hil.

Desarrollo, U. I. (s.f.). Analisis del Producto.

Durango, P. (s.f). *Gestion Operativa y Tactica*.

Enrique, F. (2004). *Organizacion de Empresas*.

Esteban, I. G. (2005). Marketing de los servicios. En I. G. Esteban, *Marketing de los servicios* (pág. 250). Madrid: Esic Editorial.

eumed. (s/f). *eumed.net*. Obtenido de Fuentes de Financiamiento:

(<http://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/cag3/2j.htm>).

F. Saez Vacas, O. G. (s.f.). *Academica*. Obtenido de www.acadcmica.edu/36701334

F. Saez Vacas, O. G. (s.f.). *Innovacion Tecnologicas en las Empresas*.

Fagas, H. A. (2006Buen). *Como conocer y manejar sus costos para tomar desiciones rentables* (Segunda edición ed.). Buenos Aires, Argentina: Granica S.A.

FAO. (s.f.).

Fernández, J. L. (2011). *Contabilidad Financiera para directivos* (Cuarta Edición ed.). Pozuelo de Alarcón- Madrid, España: ESIC Editorial.

fernandez, S. (2007). *Los proyectos de inversion*. Costa Rica: Editorial tecnologica de Costa Rica.

Fernandez, S. (2007). *Los proyectos de inversion*. Costa Rica: Editorial tecnologica de costa rica.

Finnerty, J. (2010). *Fundamentos de Administracion Financiera*. España: Pearson Editorial.

Fischer, L., & Espejo, J. (s.f.). *Mercadotecnica*. Mc Graw Hill.

Fleitman. (1997).

Foster. (2001).

Francisco Jiménez, C. E. (2007). *Ingeniería económica* (Primera Edición ed.). Costa Rica, Costa Rica: Editorial tecnológica de Costa Rica.

- Fuentes, A. A. (2010). *Prospectiva de gestión y estrategia empresarial*. España
Madrid: EPSON Editorial.
- Gabriel, B. U. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: McGraw Hill.
- Gabriel, B. U. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: McGraw Hill.
- Gallo, H. E. (2006). *Diccionario económico financiero* (tercera edición ed.). (E.
Correa, Ed.) Medellin, Colombia.
- Garcia. (1993). *El analisis de la realidad social*. Madrid: Alianza Universidad.
- George, J. Y. (2010).
- Gitman, L. J. (2003). *Principios de Administracion Financiera*. portugal: Pearson
educacion PLC.
- Glejberman, D. (2012). Proyecto Recap.
- Gomero, H. P. (2006). *Fundamentos técnicos de la matemática financiera* (Primera
Edición ed.). Lima, Perú: Nova Print S.A.C.
- Gonzales, M. d. (2008). Guía práctica de la economía de la empresa. En M. d.
Gonzales, *Guía práctica de la economía de la empresa* (págs. 23-24).
Barcelona - España: Gráficas Rey S.L.
- Granados, I. (2009). *Contabilidad Gerencial*. Colombia, Colombia: Universidad
Nacional de Colombia.
- Grande. (1992). *Direccion de Marketing*. Madrid: McGraw-Hill.
- Gum, C. (2006). *Ingeniería de proyectos*. New York: Diseño Gum.
- Gutierrez, M. y. (2012).

Guzman, f. (2004). *Introduccion a la Ingenieria Economica*. Bogota: Ediciones

Universidad Nacional de Colombia.

Hernandez. (2000).

Hitt, M. A. (2006). *Administracion*. Mexico: Person Educacion.

Homgren, C., & Harrison, W. S. (2003). *Contabilidad*. España: Pearson Educacion.

Horngren, C. (2007). *Contabilidad de Costos*. Mexico: Pearson Editorial.

ILPES, I. I. (2006). Guía para presentación de proyectos. En Ilpes, *Guía para presentación de proyectos* (pág. 233). Mexico: siglo veintinueve editores.

Israel, B. R. (30 de Noviembre de 2011). Ambiente Externo de las Organizaciones.

Ambiente Externo de las Organizaciones. Veracruz, Mexico, Mexico.

Jimenez, P. (2014). *Direccionario de Administracion de Finanzas*. Bloomington:

Palibrio.

Joehnk, G. y. (2009). *Fundamentos de Inversion*. Mexico: Pearson Educacion.

John, O. (s.f.). *Marketing Competitivo*. DIAZ de Santos.

john, O. S. (1991). *Marketing Competitivo*. Diaz de Santos.

José, M. M. (2004). *Manual Basico de Elabiracion y evaluacion de proyectos*.

España: Inef/Universidad de Coruña.

kloter. (1990).

Koontz, H. (2012). *Administracion Una Perspectiva Global Y Empresarial*.

Laura, F., & espejo, J. (s.f.). *Mercadotecnia*.

Laura, F., & Jorge, E. (s.f.). *Mercadotecnia*.

Lawrence. (2001). *Financiera, Principios de Administracion*. Mexico: Pearson

Educacion.

Lawrence. (2010). *La Empresa y su Entorno*. España: Plaza & Janes.

Lee Krajewski, L. P. (2008). *Administracion de Operaciones*. Mexico: Pearson

Educacion.

Lee, K. (2000). Administración de operaciones , estrategias y analisis. En K. L. J.,

Administración de operaciones , estrategias y analisis (pág. 217). Mexico:

Pearson Educacion.

Leonel, V. (2003). *Glosario de Terminos Financiero*.

Leonel, V. (2003). *Gñosario de Terminos Financieros*.

Levy, L. H. (2005). *Planeacion Financiera en la empresa moderna*. Mexico: Ediciones
fiscales ISEF.

Levy, L. H. (2011). *Planeaión Financiera*. Mexico: ISEF Empresa Lider.

López, N. A. (2012). *Proyecto de desarrollo*. Bogotá Colombia: Universidad Nacional
de Colombia.

Macedo, J. J. (2006). Juan José Ávila Macedo. En Economía, *Economía* (pág. 153).

Mexico: Lumbral.

Macedo, J. J. (2007). *Contabilidad*. Zapotan, Mexico: Editorial Umbral S.A.

Manuel, R. R. (s.f.). *Analisis Economico Financiero en una entidad Economica*.

Martha, H. d. (2004). *Analisis Situacional Modulo II*. Mexico: Universidad Autonoma
Metropolitana.

- Martin, E. C. (1998). MULTIDIC. En E. C. Martin. La Casa Del MULTIDIC.
- Martinez, Á. M. (2011). *Contabilidad general*. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.
- Michael, P. (2006). *Microeconomia*.
- Michael, P. (2006). *Microeconomia*.
- Miguel, A. E. (2001). *Poryectos de Inversion*. Oaxaca: tecnologico de Oaxaca.
- Mria, C. P. (2012). *Tasas Internacionales de Interes*. ecuador: Superintendencia de
bancso y companias Sub direccion de estudios.
- Nakasone, G. T. (2005). *Análisis de los Estado de Resultado para la toma de
desicions* (2 Edición ed.). Lima, Perú: Fondo Editorial.
- NIF. (s.f.). Boletin C.
- Palladino, A. (2010). *Introduccion a la Demografia*.
- Palladino, A. (2010). *Introduccion a la Demografia*.
- Parkin, M. (2009). Economia. En M. Pakin, *Economia*. Mexico.
- Patricio Bonta, M. F. (2010). *199 pregunta sobre Marketinh y Publicidad*. (A. Bernal,
Ed.) Bogotá, Colombia: Grupo editorial Norma.
- Patricio, S. G. (2011). *Udocentes*. Obtenido de
[http://udocente.sespa.princast.es/documentos/Metodologia_Investigacion/
Presentaciones/4_%20poblacion%26muestra.pdf](http://udocente.sespa.princast.es/documentos/Metodologia_Investigacion/Presentaciones/4_%20poblacion%26muestra.pdf)
- Pearce, D. W. (2008). Economía moderna. En D. W. Pearce, *Economía Moderna*
(págs. 1-425). Madrid -España: Akal S.A.
- Philip Kloter, G. A. (s.f.). *Fundamentos de Marketing*. Person educacion.

Portal de Actualidad. (s.f.). Obtenido de <http://portaldeactualidad.com/la-historia-del-chaleco-antibalas/>

Portal de Actualidad.com. (s.f.). Obtenido de <https://portaldeactualidad.com>

Prees, H. B. (2009). *Entendiendo Finanzas*. Santiago de Chile: ompact media.

Ramírez, H. B. (2006). *Indicadores Financieros*. Mexico: Umbral Ediciones.

Rico, V. (2017).

Roman, j. c. (2017). *Estados financieros basicos*. Mexico: Ediciones fiscales.

Salgado, J. g. (2010). *Análisis Situacional*. Ecuador: ESPE.

SBS. (2014). *Superintendencia de Bancos y Seguros*. Recuperado el 30 de Junio de 2015, de http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2

Schalageter, J. D. (2005). *Finanzas Operativas*. C.D Mexico, Mexico: IPADE.

Serrano, L. (1998).

Servulo, A. (2002).

Talaya, Garcia, Gonzalez, Olarte, & Reinares:Saco. (2008). *Principios de Marketing*. Madrid: Esic.

Tamayo y Tamayo, M. (1997). *El Proceso de la Investigacion Cientifica*. Mexico: Limusa S.A.

Teresa de Jesus, A. (2009). *Contabilidad de Costos*. Bucaramanga: Porter.

Teresa de Jesus, A. (2009). *Contabilidad de Costos*. Bucaramanga: Porter.

Urbina, G. B. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: McGraw Hill.

Urbina, G. V. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. mexico: MaGraw Hill.

Vacas, F. S. (s.f). *Innovacion Tecnologica en las Empresas*.

Vacas, F. S. (s.f). *Innovacion tecnologicas en las empresas*.

Vargas. (2012).

Vásquez, A. G. (2005). *Contabilidad financiera* (Primera edición ed.). BOgotá,
Colombia: Centro editorial de la Universidad del Rosario.

Wikipedia. (s.f.). Obtenido de www.wikipedia.com

ANEXOS

[illegible]

Elaborado por: Servicio de Rentas Internas(N.f)

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
 Dirección Metropolitana Financiera
 Comprobante de Pago N°. 8026155
 PATENTE MUNICIPAL

Título de Crédito: 20082075611
 Año Tributación: 2.008
 Fecha de Emisión: 27/09/2010
 Fecha de Pago: 27/09/2010

Información Personal:

Cédula / RUC: 00000000000000
 Contribuyente: GOOD CHILDREN S.A.

Ubicación:

Clave Catastral: 0207561
 Dirección: AV 9 DE OCTUBRE
 Barrio: IÑAQUITO
 Parroquia: GONZALES SUAREZ
 No. de Predio: 0207561
 LET. CASA: 1
 Plaza: 19744

Información:

FCH. CATASTRO : 25/09/2006
 BASE IMPONIBLE : \$ 800.00
 CPTAL. CONTABLE : \$ 800.00
 ACT. : COMERCIO EXTERIOR (IMPORTACIONES Y/O EXPORTACIONES)

Descripción:

Concepto:

DERECHO D. PATENT	\$10.00
CUERPO DE BOMBER	\$11.00
SERVICIO ADMINTS	\$1.20

Forma de Pago: EFEC.
 Cajero: CISNEROS LA
 Ventanilla: 03
 Trans. Municipal: 8437700

Parcial:
 Descuento o
 Rebaja de Ley
 Subtotal: \$11.20

Anexo 2: Patente Municipal

Fuente: DMMQ

Elaborado por: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

Logic Studio BPM

Página 1 de 1



MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE LAS
ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE)

2016

N° 0220712



EL MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, CONFIERE LA PRESENTE LICENCIA

Número Trámite	2016LUAE129795	Número de Patente	426145
Número Licencia	132233	Predio Local	3590351
Razón Social	COMPAÑIA TURISTICA MARKETING VIP S A CONTUMARK	Procedimiento	Ordinario - CATEGORIA 2
Nombre Comercial	COMPAÑIA TURISTICA MARKETING VIP S A CONTUMARK	Número ICUS	160923
Número RUC	1792554144001		
Dirección	IÑAQUITO / IÑAQUITO / FRANCISCO ANDRADE Nro. E6 24 y ELÓY ALFARO		
Actividad Económica en el DMO	ACTIVIDADES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DEDICADAS PRINCIPALMENTE A VENDER SERVICIOS DE VIAJES, DE VIAJES ORGANIZADOS, DE TRANSPORTE Y DE ALOJAMIENTO, AL POR MAYOR O AL POR MENOR, AL PÚBLICO EN GENERAL Y A CLIENTES COMERCIALES.		
Parámetros ICUS			
Actividad Económica o Giro de Negocio	ACTIVIDADES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DEDICADAS PRINCIPALMENTE A VENDER SERVICIOS DE VIAJES, DE VIAJES ORGANIZADOS, DE TRANSPORTE Y DE ALOJAMIENTO, AL POR MAYOR O AL POR MENOR, AL PÚBLICO EN GENERAL Y A CLIENTES COMERCIALES.		

AUTORIZACIONES ADMINISTRATIVAS INCLUIDAS EN LA PRESENTE LUAE

VIGENCIA HASTA: 2016-12-31

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE BOMBEROS: 336725

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

LA PRESENTE LICENCIA NO EXIME AL ESTABLECIMIENTO DE POSIBLES SANCIONES POR DESACATO A LAS ORDENANZAS METROPOLITANAS VIGENTES

La presente LUAE podrá ser extinguida por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiere sido emitida sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o reglas técnicas que le hubiere sido aplicables.

El Establecimiento queda sujeto a supervisións periódicas de las condiciones de funcionamiento.

El documento debe exhibirse obligatoriamente en un lugar visible.

Quito, 10 de Febrero del 2016



Boris Mata Reyes

Sr. Boris Mata Reyes



MAP 1004 01/16 00

Anexo 3: LUAE

Fuente: DMMQ

Elaborado por: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito



QUITO- ECUADOR

QUITO, 28 de noviembre de 2013

SEÑORITA

Nathaly Pereira

GERENTE GENERAL

EMPRESA "KEYNA Cía.Lda "

PRESENTE

DE MI CONSIDERACION:

Una vez revisada las instalaciones de su Empresa "KEYNA Cía. Ltda. " Compañía Limitada ubicada en la calle VOZANDES N39-130 Y AV. AMÉRICA, la cual se dedicara a la elaboración y venta de prendas de vestir para hombre y mujer, le damos a conocer que su solicitud del 22 de noviembre de 2013 ha sido aceptada, por lo tanto pude iniciar sus funciones sin dificultad.

Esperando que tenga éxito en sus futuras labores les deseamos lo mejor.

ATENTAMENTE

Ing. CARLOS ZULCA

PRESIDENTE DEL CUERPO DE BOMBEROS DE QUITO

DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

RUC. 172324534001

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

NOMBRE DEL LOCAL	: "KEYNA "
REPRESENTANT LEGAL	: Nathaly Pereira
DIRECCION	: VOZANDES N39-130 Y AV. AMÉRICA
ACTIVIDAD	: ELABORACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR

El CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, en atención a la solicitud presentada y mediante la inspección n° 001 con fecha realizada por el inspector Cristian Sandoval, considerando que el establecimiento, cumple disposiciones y normativas del art. 35 de la ley de defensa contra incendios, del permiso de funcionamiento valido por el año.

QUITO A 16 DE DICIEMBRE DEL 2013



GESTION DE REGISTRO CB.DMQ



SECRETARIA DMQ

Anexo 4: Permiso de funcionamiento de Bomberos

Fuente: CBDMQ

Elaborado por: Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito.



SITMINT
Sistema Integrado del Ministerio del Interior
Permisos de Funcionamiento

Inicio Cerrar Sesión

VERIFICACION DE REQUISITOS

En esta página usted puede cargar la documentación asociada para cada uno de los requisitos de un trámite. Para saber como utilizar las distintas opciones puede descargar el siguiente manual de ayuda al usuario: [clic aquí para descargar.](#)

Establecimiento: SELECCIONE

Trámite:

Ministerio del Interior
Quito-Ecuador Dirección: Benalcázar N4-24 y Espejo
Telefax: (593) 02 2955-666

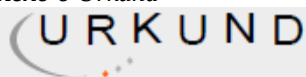
ALL YOU NEED IS
EQUADOR

Anexo 5: Permiso de funcionamiento

Fuente: Ministerio del Interior

Elaborador por: Ministerio del Interior

Anexo 6 Urkund



Urkund Analysis Result

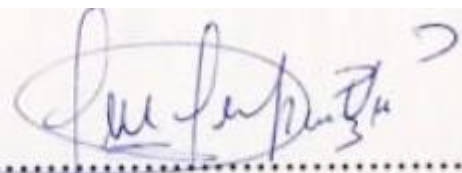
Analysed Document: Tene_Rafael_incubadora.docx (D51156931)
Submitted: 4/27/2019 3:54:00 AM
Submitted By: rafael.tene@outlook.es
Significance: 6 %

Sources included in the report:

Mera_Kevin_Incubadora.docx (D51097225)
TRABAJO DE TITULACIÓN ARTESANÍAS DE YERBA MATE.docx (D38729075)
Ramirez_Raquel_incubadora.docx (D51137176)
Tesis Hidrofusión Urkund.docx (D51097311)
Tapia_Jonathan_incubadora.docx (D51142389)
carrera_santiago_incubadora.docx (D51041068)
https://es.wikipedia.org/wiki/Chaleco_antibalas
12be0d10-1fb4-4552-bce0-b8621a141b08
3e32a134-a326-42f8-b92b-10c153b4593a

Instances where selected sources appear:

18



.....

Directora: Ing. Ángela Pimbo



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
NOMBRE TUTOR:		PIMBO BASTIDAS ANGELA MARIA							
NOMBRE ESTUDIANTE:		TENÉ CASIGNA EDISON RAFAEL							
CARRERA:		ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN							
TEMA DE TITULACIÓN:		ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHALECOS ANTIBALAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018-2019							
IMPRESIÓN REPORTE:		Quito, 22 de mayo del 2019 18:53:54							
TIPO REPORTE:		ACUMULATIVO							
MODALIDAD:		INCUBADORA EMPRESARIAL							
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	PERIODO:		OBSERVACION	ESTADO SC	
					HORA FIN	HORAS			
1	154219	2019-01-14	INSITU	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-14 19:30:00	2019-01-14 21:30:00	2.00	CAMBIO DE TEMA DE TITULACIÓN POR INCUBADORA YA QUE NO TENIA UNA EMPRESA DE RESPALDO PARA REALIZAR SU TEMA	PROCESADO
2	154270	2019-01-21	INSITU	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-21 19:30:00	2019-01-21 21:30:00	2.00	REVISIÓN DE LOS CAMBIO ENVIADOS EN JUSTIFICACIÓN Y REVISIÓN DE ANTECEDENTES Y EXPLICACIÓN DE AMBIENTE EXTERNO	PROCESADO
3	166686	2019-01-17	AUTONOMA	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-17 09:20:00	2019-01-17 19:20:00	10.00	CONSULTA DE LA HISTORIA DEL CHALECO ANTIBALAS Y SU EVOLUCION DATOS E INFORMACION	PROCESADO
4	166687	2019-01-18	AUTONOMA	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-18 16:32:00	2019-01-18 22:32:00	6.00	CONSULTA DEL ANALISIS SITUACIONAL/AMBIENTE EXTERNO/FACTOR ECONOMICO	PROCESADO
5	154271	2019-01-28	INSITU	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-28 19:30:00	2019-01-28 20:30:00	1.00	NO ASISTIÓ A TUTORIAS	PROCESADO
6	166688	2019-01-23	AUTONOMA	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-23 11:30:00	2019-01-23 21:30:00	10.00	INVESTIGACIÓN SOBRE INFLACIÓN/PIB GENERAL/PIB SECTORIAL/BALANZA COMERCIAL SE REALIZA LAS CORRECCIONES INDICADAS	PROCESADO
7	166689	2019-01-24	AUTONOMA	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-24 15:00:00	2019-01-24 21:00:00	6.00	SE INVESTIGA EL RIESGO PAISTASA DE INTERÉS ACTIVA Y PASIVA/FACTOR SOCIAL APROBACION DE CAPITULO UNO REVISIÓN DE FACTOR ECONOMICO SOCIAL LEGAL Y TECNOLÓGICO SE ENVIÁ MODIFICACIONES EN DATOS ECONOMICOS FACTOR SOCIAL TASA DE CRECIMIENTO T REALIZAR BIEN LOS REQUISITOS DE CONSTITUCIÓN	PROCESADO
8	154272	2019-02-04	INSITU	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-02-04 19:30:00	2019-02-04 21:30:00	2.00	SE HACE LA CORRECCIÓN SOBRE EL RIESGO PAISTASA DE INTERÉS ACTIVA Y PASIVA INVESTIGACIÓN TASA DE DESEMPEÑO/PEA CORRECCIÓN DEL PEA/INVESTIGACIÓN DEL FACTOR LEGAL/REQUISITOS/FACTOR TECNOLÓGICO/ENTORNO LOCAL	PROCESADO
9	166690	2019-01-30	AUTONOMA	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-30 11:00:00	2019-01-30 21:00:00	10.00	REALIZA FACTOR LEGAL, TECNOLÓGICO, ENTORNO LOCAL Y FODA	PROCESADO
10	166691	2019-01-31	AUTONOMA	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-31 17:00:00	2019-01-31 23:00:00	6.00	INVESTIGACIÓN SOBRE LOS CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS/PROVEEDORES/COMPETIDORES INVESTIGACIÓN FODA/PROPUESTA ESTRATEGICA/MISSION/VISION	PROCESADO
11	156930	2019-02-11	INSITU	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-02-11 17:30:00	2019-02-11 19:30:00	2.00	CORRECCION FODA, MISION Y VISION	PROCESADO
12	166692	2019-02-07	AUTONOMA	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-02-07 09:40:00	2019-02-07 20:40:00	11.00	NO ASISTIÓ A TUTORIAS	PROCESADO
13	166693	2019-02-08	AUTONOMA	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-02-08 18:00:00	2019-02-08 23:00:00	5.00	INVESTIGACIÓN OBJETIVOS/PRINCIPIOS Y VALORES/GESTION ADMINISTRATIVA	PROCESADO
14	154274	2019-02-18	INSITU	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-02-18 19:30:00	2019-02-18 20:30:00	1.00	PLANIFICACIÓN/ORGANIZACIÓN INVESTIGACIÓN	PROCESADO
15	166695	2019-02-13	AUTONOMA	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-02-13 11:45:00	2019-02-13 22:45:00	11.00	DISEÑO ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL/PERFIL Y FUNCIONES CORRECCION INDICADAS/INVESTIGACION DIRECCION/CONTROLAR	PROCESADO
16	166697	2019-02-15	AUTONOMA	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-02-15 15:05:00	2019-02-15 21:05:00	6.00	REVISIÓN DE LOS CAMBIOS ENVIADOS SIGUE EN MODIFICACIONES, REALIZA EL ANALISIS INTERNO COMPLETO SE ENVIÁ A CAMBIAR DATOS RE REVISIA ENCUESTA	PROCESADO
17	156932	2019-02-25	INSITU	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-25 17:30:00	2019-02-25 19:30:00	2.00	INVESTIGACIÓN SOBRE GESTION OPERATIVA/PROGRAMA DE PROCESOS/GESTION COMERCIAL	PROCESADO
18	166698	2019-02-21	AUTONOMA	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-21 10:50:00	2019-02-21 20:50:00	10.00	PRODUCTO/OPORTUNIDAD/AMPLITUD Y LOGOTIPO/PAPELERIA/MAQUETAL POP	PROCESADO
19	166700	2019-02-22	AUTONOMA	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-22 17:00:00	2019-02-22 22:00:00	5.00	INVESTIGACIÓN SOBRE EL ESTUDIO DE MERCADO/POBLACION	PROCESADO



20	156934	2019-03-04	INSITU	2019-03-04 18:30:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-03-04 20:30:00	2.00	PERIODO DE CARNAVAL ENVIA POR INTERNET CORRECCIONES INDICADAS INVESTIGACIÓN TAMAÑO DEL UNIVERSO MUESTRA/TECNICAS DE OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN MODELO DE LA ENCUESTA/ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN EN LA ENCUESTA	PROCESADO
21	166701	2019-02-27	AUTONOMA	2019-02-27 07:15:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-27 17:15:00	10.00	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA EN LA ENCUESTA	PROCESADO
22	166702	2019-02-28	AUTONOMA	2019-02-28 17:05:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-28 22:05:00	5.00	APROPRIACIÓN DE CAPÍTULO DOS SE REVISAN LAS TABULACIONES Y SUS RESPECTIVOS ANÁLISIS OFERTA DEMANDA Y DEMANDA INSATISFECHA, ESTUDIO TÉCNICO HASTA CAPACIDAD ÓPTIMA	PROCESADO
23	156936	2019-03-11	INSITU	2019-03-11 18:30:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-03-11 20:30:00	2.00	CORRECCIONES EN LOS ANÁLISIS REALIZADOS EN LA ENCUESTA INVESTIGACIÓN SOBRE LA OFERTA INVESTIGACIÓN DATOS OFERTA HISTÓRICA, ACTUAL Y PROYECTADA INVESTIGACIÓN SOBRE DEMANDA, HISTÓRICA, ACTUAL Y PROYECTADA	PROCESADO
24	166703	2019-03-06	AUTONOMA	2019-03-06 13:10:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-03-06 23:10:00	10.00	INVESTIGACIÓN SOBRE ESTUDIO TÉCNICO/TAMAÑO DEL PROYECTO/CAPACIDAD INSTALADA Y ÓPTIMA CORRECCIONES INDICADAS BALANCE PROYECTADO/TAMAÑO ÓPTIMO	PROCESADO
25	166704	2019-03-07	AUTONOMA	2019-03-07 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-03-07 23:00:00	6.00	REVISIÓN DE LOS AVANCES DEL TÉCNICO LOCALIZACIÓN SOBRE LOCALIZACIÓN MACRO LOCALIZACIÓN MICRO LOCALIZACIÓN Y LOCALIZACIÓN ÓPTIMA INVESTIGACIÓN SOBRE INGENIERÍA DEL PRODUCTO/DEFINICIÓN DEL BIEN	PROCESADO
26	159341	2019-03-18	INSITU	2019-03-18 18:30:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-03-18 20:30:00	2.00	INVESTIGACIÓN SOBRE DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTAMATRIZ TRIANGULAR/DIAGRAMA DEL PLANO/PROCESO PRODUCTIVO	PROCESADO
27	166705	2019-03-14	AUTONOMA	2019-03-14 12:16:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-03-14 22:16:00	10.00	SI ASISTIO TRAE LAS MODIFICACIONES ENVIADAS EN LA ANTERIOR TUTORIA	PROCESADO
28	166706	2019-03-15	AUTONOMA	2019-03-15 17:05:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-03-15 22:05:00	5.00	CORRECCIÓN DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Y MODIFICACIÓN DEL PLANO INVESTIGACIÓN SOBRE DESCRIPCIÓN DEL FLUJO DE PRODUCCIÓN	PROCESADO
29	166707	2019-03-25	INSITU	2019-03-25 18:30:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-03-25 20:30:00	2.00	INVESTIGACIÓN SOBRE LA MAQUINARIA Y EQUIPO/MUEBLES Y ENSERES/EQUIPO DE COMPUTACIÓN/EQUIPOS DE OFICINA ESTUDIO FINANCIERO/INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES/COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS	PROCESADO
30	166708	2019-03-23	AUTONOMA	2019-03-23 08:05:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-03-23 18:05:00	10.00	INVESTIGACIÓN SOBRE GASTOS FINANCIEROS/COSTOS FIJOS Y VARIABLES/INVERSIÓN FIJA Y ACTIVOS FIJOS INVESTIGACIÓN SOBRE ACTIVOS NOMINALES/CAPITAL DE TRABAJO/FUENTES DE FINANCIAMIENTO	PROCESADO
31	166709	2019-03-24	AUTONOMA	2019-03-24 16:35:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-03-24 23:35:00	7.00	CORRECCIÓN INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES/COSTOS INVESTIGACIÓN SOBRE GASTOS ADMINISTRATIVOS/GASTOS DE VENTA	PROCESADO
32	161001	2019-04-01	INSITU	2019-04-01 18:30:00	ESTUDIO TÉCNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-04-01 20:30:00	2.00	REVISIÓN DE LAS MODIFICACIONES Y AVANCES DEL ESTUDIO TÉCNICO COMPLETO PLANTILLA DEL FINANCIERO	PROCESADO
33	166710	2019-03-27	AUTONOMA	2019-03-27 11:50:00	ESTUDIO TÉCNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-03-27 19:50:00	8.00	REVISIÓN DE LOS CAMBIOS ENVIADOS Y AVANCE DE CITAS EN EL FINANCIERO	PROCESADO
34	166711	2019-03-29	AUTONOMA	2019-03-29 14:26:00	ESTUDIO TÉCNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-03-29 20:26:00	6.00		
35	162157	2019-04-06	AUTONOMA	2019-04-06 18:05:00	ESTUDIO TÉCNICO / LOCALIZACIÓN	2019-04-06 22:05:00	4.00		
36	162158	2019-04-04	AUTONOMA	2019-04-04 14:20:00	ESTUDIO TÉCNICO / LOCALIZACIÓN	2019-04-04 23:20:00	9.00		
37	162159	2019-04-08	INSITU	2019-04-08 17:30:00	ESTUDIO TÉCNICO / INGENIERÍA DEL PRODUCTO	2019-04-08 19:30:00	2.00		
38	162460	2019-04-15	INSITU	2019-04-15 18:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-04-15 20:30:00	2.00		



39	166712	2019-04-14	AUTONOMA	2019-04-14 15:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-04-14 21:30:00	6.00	CORRECCIONES GASTOS ADMINISTRATIVOS DE VENTAS FINANCIEROS/ACTIVOS FIJOS Y NOMINALES/CAPITAL DE TRABAJO INVESTIGACIÓN AMORTIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO/ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL INVESTIGACIÓN SOBRE ESTADO DE RESULTADOS/FLUJO DE CAJA/EVALUACIÓN FINANCIERA INVESTIGACIÓN SOBRE VAN Y TIR	PROCESADO
40	166713	2019-04-22	INSITU	2019-04-22 18:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-04-22 19:30:00	1.00	REVISIÓN DE LOS CAMBIOS ENVIADOS AVANCES DEL ANÁLISIS DE IMPACTO Y CONCLUSIONES RECOMENDACIONES DEL FINANCIERO Y SUS ANÁLISIS	PROCESADO
41	166714	2019-04-24	INSITU	2019-04-24 18:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACIÓN	2019-04-24 19:30:00	1.00	REVISIÓN DE LOS ÚLTIMOS CAMBIOS EN WORLD	PROCESADO
42	166715	2019-04-25	INSITU	2019-04-25 20:30:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-04-25 21:30:00	1.00	SE REVISÓ PARA ENVIAR A URKUND	PROCESADO
43	166716	2019-04-28	AUTONOMA	2019-04-28 14:42:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-04-28 19:42:00	5.00	REALIZA LOS CAMBIOS PARA ENVIAR A URKUND	PROCESADO
44	166717	2019-04-30	AUTONOMA	2019-04-30 14:30:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-30 19:30:00	5.00	REALIZA LOS CAMBIOS DEL PLAGIO	PROCESADO
45	166718	2019-05-01	INSITU	2019-05-01 19:30:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-05-01 20:30:00	1.00	SE REVISÓ SUS CORRECCIONES SE ENVIÓ MODIFICACIONES Y PARA ENTREGAR AL LECTOR	PROCESADO
46	166719	2019-05-02	AUTONOMA	2019-05-02 15:30:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-05-02 19:30:00	4.00	REALIZA LOS NUEVOS CAMBIOS DEL PLAGIO	PROCESADO
47	166720	2019-05-03	AUTONOMA	2019-05-03 14:48:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-05-03 18:48:00	4.00	ARREGLA LOS PRELIMINARES Y ANEXOS Y BIBLIOGRAFICA	PROCESADO
TOTAL HORAS:							240		
 TUTOR PIMBO BASTIDAS ANGELA MARIA CI: 171068266  ALUMNO TENE CASIGNA EDISON RAFAEL CI: 171988284									
							CI: 1719712927	FECHA:	
							Administración Industrial y de la Producción		

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA****ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN****ORDEN DE EMPASTADO**

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) EDISON RAFAEL TENE CASIGNA, portador de la cédula de identidad N° 1719082784, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 28 de mayo del 2018


Sra. Mariela Balseca
CAJA
 **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**
RECIBIDO
31 MAY 2018Ing. Carla Guerra
DELEGADA DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN
Administración Industrial y de la Producción
BIBLIOTECA
**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**Ing. William Parra
BIBLIOTECA **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**
28 MAY 2019
8.11 JBS
COORDINACIÓN PRÁCTICASIng. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES
 **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**
DIRECCIÓN DE PRÁCTICAS
Adm. Capacitación y Producción
Ing. Christian Guerrero
DIRECTOR DE CARRERA **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**
Sra. Cristina Chuqui
SECRETARÍA ACADÉMICA