



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

APORTAR AL SECTOR ARTESANAL A TRAVÉS DE LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA
ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LÁMPARAS HECHAS A BASE
DE CAÑA GUADUA, MEDIANTE PIROGRABADO CON DIBUJOS TRIBALES
PERSONALIZADOS UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA
PRODUCCIÓN

Autora: Cevallos Garcés Joselin Karina

Tutor: Dr. Roberto López

Quito, Octubre 2017



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **VINUEZA CAIZA JESSICA PAOLA** de la carrera de Administración Industrial y de la Producción cuyo tema de investigación fue: **APOYAR AL SECTOR ALIMENTICIO A TRAVÉS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS A BASE DE OCA, UBICADA EN EL DORADO DEL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.** 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. Ricardo Cevallos
Tutor del Proyecto

Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación



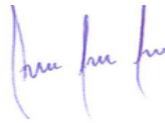
Ing. Mayra Torres
Lector del Proyecto



Acto. Bancaria y Producción
Ing. Fernando Buitrón
Director de Escuela

DECLARATORIA

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



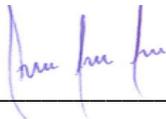
Joselin Karina Cevallos Garces

CC: 172444682-6

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Cevallos Garces Joselin Karina portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172444682-6 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 **APORTAR AL SECTOR ARTESANAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LÁMPARAS HECHAS A BASE DE CAÑA GUADUA, MEDIANTE PIROGRABADO CON DIBUJOS TRIBALES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA _____



NOMBRE: Joselin Karina Cevallos Garces

CEDULA CC 172444682-6

Quito, a los.....

APORTAR AL SECTOR ARTESANAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LÁMPARAS HECHAS A BASE DE CAÑA GUADUA, MEDIANTE PIROGRABADO CON DIBUJOS TRIBALES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, mi pilar fundamental quien espiritualmente me llena de alegría y bendiciones para yo poder llegar a uno de todos mis objetivos de la vida.

A mis padres Ines Garces y Miguel Cevallos, las personas que me guiaron hacia el camino del éxito, con corrección, apoyo, consejos y sobre todo amor, gracias por el apoyo inmenso que supe recibir de ustedes a lo largo de toda mi vida estudiantil, porque mediante todo su esfuerzo y paciencia pude lograr tener una vida plena, en la que me enseñaron a luchar hasta lograr todas mi metas y así poder tener un mejor futuro.

A mi tutor Dr. Roberto López, por brindarme su tiempo y guiarme en la elaboración de mi tesis, la cual con paciencia y consideración supo compartir sus conocimientos para el presente estudio de factibilidad.

A mi lectora Ing. Jacqueline Torres, la misma que brindo su tiempo para aportar con el desarrollo de este proyecto.

Quiero agradecer de igual manera a todos mis compañeros, que fueron un motor para continuar con mis estudios, ya que aprendí varias cosas de cada uno, y aunque algunos se convirtieron con el tiempo en buenos amigos, me obsequiaron sus enseñanzas recuerdos, apoyo en todo este periodo que compartir con ellos para graduarme.

Finalmente agradezco a todas las personas que indirectamente me brindaron su apoyo para que yo pueda culminar esta etapa de mi vida realizando este proyecto.

DEDICATORIA

Dedico primeramente a Dios por brindarme la bendición de contar con las condiciones necesarias para poder culminar esta etapa de mi vida.

Dedico todo mi logro profesional y personal a mis padres quienes, con su ayuda y esfuerzo supieron guiarme hacia el logro en el que estoy y lo más importante por darme la educación.

También se lo dedico a mis hermanas Jacqueline y Evelin que son la razón por la que quiero salir adelante y ser un ejemplo para ellas.

Y por último a Mauricio P. por su constante apoyo y paciencia e infinito amor.

A mis padres por su apoyo incondicional, a mis hermanas por su calor filial, a mi esposo por su infinito amor.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
ABSTRAC.....	xix
CAPITULO I.....	1
1. Introducción.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes.....	3
CAPITULO II.....	5
2. Análisis Situacional.....	5
2.01 Análisis Situacional.....	5
2.01.01 Factor Económico.....	5

2.01.01.01 PIB (Producto Interno Bruto).....	6
2.01.01.02 Riesgo País	7
2.01.01.03 Inflación.....	9
2.01.01.04 Tasa Activa.....	10
2.01.01.05 Tasa Pasiva.....	12
2.01.01.06 PEA	13
2.01.02 Factor Social.....	14
2.01.03 Factor Legal.....	14
2.01.03.01 Mapa de Uso de Suelo.....	15
2.01.03.02 Requisitos.....	16
2.01.03.03 Patente Municipal.....	17
2.01.03.04 RUC.....	19
2.01.03.05 Permiso de Medio Ambiente.....	19
2.01.03.06 Bomberos.....	20
2.01.04 Factor Tecnológico.....	21
2.02 Entorno Local.....	21
2.02.01 Clientes.....	22
2.02.02 Proveedores.....	23
2.02.03 Competencia.....	24
2.03 Análisis Interno.....	25

2.03.01 Propuesta Estratégica	25
2.03.01.01 Misión.....	26
2.03.01.02 Visión.	27
2.03.01.03 Objetivos.	27
2.03.01.03.01 Objetivo General.	28
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos.	28
2.03.01.04 Principios o Valores.	28
2.03.01.04.01 Principios.....	29
2.03.01.04.02 Valores.....	29
2.03.02 Gestión Administrativa.....	30
2.03.02.01 Planificación.	30
2.03.02.02 Organizar.	31
2.03.02.02.01 Manual de Funciones.....	32
2.03.02.03 Dirección.	34
2.03.02.04 Control.....	34
2.03.02.04.01 Kardex	35
2.03.02.04.02 Hoja de Productividad.....	35
2.03.03 Gestión Operativa.....	36
2.03.04 Gestión Comercial.....	36
2.03.04.01 Producto.....	37

2.03.04.02 Precio.....	37
2.03.04.03 Plaza.	38
2.03.04.04. Promoción.	39
2.04Análisis FODA.	42
CAPITULO III	46
3. Estudio de Mercado.....	46
3.01 Análisis del Consumidor.	46
3.01.01 Determinación de Población y Muestra.	46
3.01.01.01 Muestra.....	48
3.01.02 Encuesta.....	49
3.01.03 Resultado de las Encuestas.....	52
3.02 Oferta.....	64
3.02.01 Oferta Histórica.	64
3.02.02 Oferta Actual.	64
3.02.03 Oferta Proyectada.	65
3.04 Demanda.....	65
3.04.01 Demanda Histórica.	65
3.04.02 Demanda Actual.	66
3.04.03 Demanda Proyectada.	66
3.04.04 Balance Oferta - Demanda	67

CAPITULO IV	68
4. Estudio Técnico	68
4.01 Tamaño del Proyecto.....	68
4.01.01 Capacidad Instalada.....	68
4.01.02 Capacidad Óptima.	69
4.02 Macro Localización.	69
4.02.01 Micro Localización.....	69
4.03 Ingeniería del Proyecto.....	71
4.03.01 Definición de Bienes y Servicios	71
4.03.02 Distribución de planta.	71
4.03.03Proceso productivo.	73
4.03.03.01 Mapa de procesos.	74
4.03.03.02 Metodología IDEF.....	75
4.03.03.03 Diagrama Funcional.	77
4.03.03.03.01 Diagrama Funcional por Tiempos	78
4.03.03.04 Flujo grama de planta.	79
4.03.04 Herramientas	80
CAPÍTULO V	82
5. Estudio Financiero.....	82
5.01 Ingresos Operacionales y No Operacionales.....	82

5.02 Costos.....	83
5.02.01 Costos Directos.....	84
5.02.02 Costos Indirectos.....	88
5.02.03 Gastos Administrativos.....	89
5.02.04 Costos de Venta.....	91
5.02.05 Costos Financieros.....	91
5.02.06 Costos Fijos y Variables.....	91
5.02 Inversiones.....	91
5.02.01 Inversión Fija.....	92
5.02.01.01 Activos Fijos.....	92
5.02.01.02 Activos Nominales (diferidos).....	92
5.02.02 Capital de Trabajo.....	93
5.02.03 Fuentes De Financiamiento Y Uso De Fondos.....	93
5.02.04 Amortización Del Financiamiento. (Tabla De Amortización.).....	93
5.02.05 Depreciaciones (Tabla De Depreciación.).....	95
5.02.06 Estado De Situación Inicial.....	96
5.02.07 Estados De Resultados Proyectado (A Cinco Años.).....	97
5.02.08 Flujo De Caja.....	98
5.03 Evaluación.....	99
5.03.01 Tasa De Descuento.....	99

5.03.02 VAN	100
5.03.03 TIR.....	100
5.03.04 PRI (Periodo De Recuperación De Inversión.)	101
5.03.05.Punto De Equilibrio.....	102
5.03.06 Análisis De Índices Financieros.	106
CAPÍTULO VI.....	111
6. Impacto ambiental.	111
6.01 Impacto Ambiental.	111
6.02 Impacto Económico.....	112
6.03 Impacto Productivo.	112
6.04 Impacto Social.	112
CAPÍTULO VII.....	113
7. Conclusiones Y Recomendaciones.	113
7.01. Conclusiones.	113
7.2 Recomendaciones.....	114
ANEXOS.....	115
BIBLIOGRAFÍA.....	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 P.I.B - ECUADOR	6
Tabla 2 Riesgo país.	7
Tabla 3 Inflación.	9
Tabla 4 Tasa Activa.....	11
Tabla 5 Tasa Pasiva.....	12
Tabla 6 PEA	13
Tabla 7 Proveedor	23
Tabla 8 Competencia.....	24
Tabla 9 Planificación.....	30
Tabla 10 Manual de funciones del Gerente General	32
Tabla 11 Manual de funciones del Jefe de Producción - Operario.....	33
Tabla 12 Manual de funciones del Jefe Financiero - Ventas	33
Tabla 13 Kardex	35
Tabla 14 Hoja de Productividad.....	35
Tabla 15 FODA	43
Tabla 16 Matriz de Evaluación de Factores Externos.	43
Tabla 17 Matriz de Evaluación de Factores Externos	44
Tabla 18 Matriz de Evaluación de Factores Internos	44
Tabla 19 Matriz de Evaluación de Factores Internos	45
Tabla 20 Determinación de Población y Muestra	47
Tabla 21 Encuesta	52
Tabla 22 Edad.....	53

Tabla 23 Pregunta 1	54
Tabla 24 Pregunta 2.....	55
Tabla 25 Pregunta 3.....	56
Tabla 26 Pregunta 4.....	57
Tabla 27 Pregunta 5.....	58
Tabla 28 Pregunta 6.....	59
Tabla 29 Pregunta 7	60
Tabla 30 Pregunta 8.....	61
Tabla 31 Pregunta 9.....	62
Tabla 32 Pregunta 10.....	63
Tabla 33 Oferta Histórica	64
Tabla 34 Oferta Actual	64
Tabla 35 Oferta Proyectada.....	65
Tabla 36 Demanda Histórica.....	65
Tabla 37 Demanda Actual.....	66
Tabla 38 Demanda Proyectada.....	66
Tabla 39 Oferta Vs Demanda.....	67
Tabla 40 Micro localización.....	70
Tabla 41 Lámpara de caña guadua grande	82
Tabla 42 Lámpara de caña guadua pequeña.....	83
Tabla 43 Costos	83
Tabla 44 Costos 2	84
Tabla 45 Costos 3	84

Tabla 46 Hoja de Costos	85
Tabla 47 Hoja de Costos	86
Tabla 48 Costos de Producción	87
Tabla 49 Mano de obra.....	87
Tabla 50 Costo Mano de Obra	88
Tabla 51 CIF.....	88
Tabla 52 Gastos Administrativos	89
Tabla 53 Gasto Sueldos	90
Tabla 54 Costo de Venta	91
Tabla 55 Activos Fijos	92
Tabla 56 Capital de Trabajo	93
Tabla 57 Tabla de Amortización	94
Tabla 58 Tabla de Depreciación.....	95
Tabla 59 Estado de Situación Inicial	96
Tabla 60 Estado de Resultados Proformado.....	97
Tabla 61 Estado de Resultados Proformado.....	98
Tabla 62 Tasa de Descuento.....	99
Tabla 63 TIR	100
Tabla 64 PRI.....	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 PIB	6
Figura 2 Riesgo País.....	8
Figura 3. Inflación.....	10
Figura 4 Tasa Activa.	11
Figura 5 Tasas de Pasiva.....	12
Figura 6 Tasas de Pasiva.....	13
Figura 7 Tasas de Pasiva.....	15
Figura 8 Uso Residencial Múltiple.	16
Figura 9 Organigrama Estructural.....	31
Figura 10 Flujo grama	36
Figura 11 D.M.Q.	39
Figura 12 Logotipo.....	39
Figura 13 Publicidad Facebook.....	40
Figura 14 Publicidad OLX.	40
Figura 15 Publicidad Trípticos.....	41
Figura 16 Publicidad.....	42
Figura 17 Género.....	52
Figura 18 Edad.	53
Figura 19 1era Pregunta	54
Figura 20 2da Pregunta.....	55
Figura 21 3era Pregunta.	56
Figura 22 4ta Pregunta.	57

Figura 23 5ta Pregunta.	58
Figura 24 6ta Pregunta.	59
Figura 257ma Pregunta.	60
Figura 268va Pregunta.....	61
Figura 279na Pregunta.....	62
Figura 2810ma Pregunta.	63
Figura 29Macro localización.....	69
Figura 30 Macro localización.....	70
Figura 31Distribución de Planta.....	71
Figura 32Diseño de Planta	73
Figura 33Mapa de Procesos	74
Figura 34 Metodología IDEF 0	76
Figura 35 Diagrama Funcional.....	77
Figura 36 Diagrama de Procesos por Tiempos	78
Figura 37Flujo grama de Planta	79
Figura 38 Amoladora.....	80
Figura 39Cautín.....	81
Figura 40 Punto de Equilibrio	103
Figura 41 Punto de equilibrio lámpara pequeña.....	105
Figura 42 INDICADORES DE RENTABILIDAD	108

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Caña	115
Anexo 2 Pirograbado 1	116
Anexo 3 Pirograbado Cordillera.....	116
Anexo 4 Pirograbado de un rostro.....	117
Anexo 5 Lámpara Terminada 2.....	118

RESUMEN EJECUTIVO.

El objeto de este proyecto es la implementación de una microempresa artesanal; su nombre comercial es LAMPNATURAL, donde, se elabora lámparas hechas a base caña guadua, las mismas que se destacan ya que se añade un pirograbado con imágenes tribales personalizadas, incentivando a la innovación y creación de nuevas fuentes de trabajo, también se evalúa el impacto ambiental, económico, productivo y social, demostrando que el daño causado al elaborar este producto es bajo debido a la utilización de material biodegradable.

Se determinó también la muestra de la población en el sector del Comité del Pueblo y sus alrededores dando un total de 88417 personas, con una muestra de 382, en el cual se encontró un número de personas que dieron resultados favorables enfocados a las respuestas positivas en la oferta y demanda. Las lámparas pirograbadas realizadas en el proyecto son ciento por ciento innovadoras y ecológicas, donde el total de inversión que se necesita para realizar el proyecto es de 19134,17 dólares, donde el capital de trabajo es de 15134,17 dólares y los recursos financiados son 4000 dólares, esto quiere decir que el 79 % son recursos propios y un 21% de inversión es financiada.

ABSTRAC

The objective of this project is the implementation of an artisan microenterprise; its commercial name is LAMPNATURAL, where lamps are made based on cane guadua, the same ones that stand out as it is added a pyrography with personalized tribal images, encouraging innovation and creation of new sources of work, also evaluates the impact environmental, economic, productive and social, demonstrating that the damage caused by this product is low due to the use of biodegradable material.

The sample of the population in the sector of the People's Committee and its surroundings was also determined, giving a total of 88417 people, with a sample of 382, in which a number of people were found who gave favorable results focused on the positive responses in supply and demand. Pyrography lamps made in the project are 100% innovative and ecological, where the total investment needed to carry out the project is \$ 19,134.17, where working capital is \$ 15,134.17 and the resources financed are 4000 dollars, this means that 79% are own resources and 21% of investment is financed.

CAPITULO I

1. Introducción

1.01 Justificación

Este proyecto se basa en la fabricación y comercialización de lámparas decorativas a base de cañas guadua con tallados personalizadas las mismas que se realizara utilizando la imaginación del cliente por ejemplo en la lámpara se podrá poner dedicatoria, imágenes, los escudos del equipo favorito, entre otros. Las lámparas servirán como decoración tanto en los hogares como en la oficina.

El sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito cuenta con empresas que fabriquen lámparas decorativas hechas a base de caña guadua; pero muy pocas de ellas lo realizan con tallado personalizado las cuales son muy fáciles de elaborar ya que se utiliza materia prima directa de la naturaleza y con el tiempo su comercialización se puede extender también al resto del país, buscando así el crecimiento económico.

Las lámparas decorativas se realizarán con la finalidad de ofrecer un producto innovador, personalizado, útil que no sea muy pesado y sea fácil de transportar de un lugar a otro y sobre todo al alcance de nuestros clientes. Otro punto muy importante es que se ayude a conservar el medio ambiente ya que serán elaboradas con materiales naturales.

La elaboración de lámparas decorativas a base de caña guadua se realizará principalmente abasteciéndonos de la materia prima como es la caña guadua madura, dependiendo del tamaño de la lámpara se necesita cable gemelos, boquillas y focos ahorradores.

Cada lámpara será con un detalle único ya que al utilizar la creatividad de los clientes en este producto se podrá reflejar su imagen y su personalidad.

Esta tesis está enfocada al Plan Nacional del Buen Vivir: Impulsando la transformación de la matriz productiva y buscando la mejora de la calidad de vida, ya que se busca la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental teniendo en cuenta la armonía, igualdad, equidad y solidaridad en cada una de las personas que con este producto se podría llegar a realizar, logrando que las personas progresen y desarrollen sus habilidades, como se logra esto, emprendiendo una actividad que beneficiara a la persona emprendedora y a los clientes.

1.02 Antecedentes

Se refiere a los estudios previos y de proyectos de titulación relacionadas con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con el problema en estudio.

Para empezar este proyecto vamos a tener en cuenta el material principal del producto, la caña guadua existe desde hace mucho tiempo atrás pero en el siglo XXI dejó de ser un material de uso local y pasó a ser de uso industrial.

La caña guadua o conocida como caña brava por su resistencia es reconocida como un excelente recurso renovable que antes solo lo utilizaban los campesinos e indígenas que usaban el bambú para la construcción de sus hogares así como para elaborar pequeñas artesanías.

En los países como Perú, Colombia, Ecuador, Brasil y más recientemente Costa Rica empezaron a darle uso a la caña guadua en el campo de construcción así como en la fabricación de muebles.

Como ya se mencionó con anterioridad la caña guadua es un recurso que se ha usado desde hace muchos años atrás en la realización de artesanías como son bisutería, adornos para el hogar. Como por ejemplo el proyecto realizado en Esmeraldas por Guillermo Martínez los mismos que utilizaban el bambú como material de construcción para sus hogares.

Pero desde hace 15 años empezaron con la fabricación de muebles hechos del mismo, en la actualidad han implementado lámparas artesanales las mismas que son muy cotizadas en los restaurantes donde exponen comida típica.

De este modo han existido algunos proyectos en los cuales se utiliza la caña guadua, y siguiendo el ejemplo de estas personas que ofrecen productos llamativos y que no son dañinos ni para el cliente y tampoco para el medio ambiente.

CAPITULO II

2. Análisis Situacional

2.01 Análisis Situacional

Es el análisis de todo lo que rodea a la empresa así sabremos cuales son los factores internos y externos que influyen en las actividades de la misma.

2.01.01 Factor Económico

“Los factores económicos son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas.” (Perez, 2014, pág. 54)

Son los recursos y actividades que se utilizan para incrementar la productividad de una economía, producción bienes y servicios para satisfacer la necesidades de la sociedad.

2.01.01.01 PIB (Producto Interno Bruto)

El producto interno bruto es un indicador con el que se mide la productividad de bienes y servicios dentro de un determinado periodo así se observa el crecimiento o decrecimiento de la producción de cada país.

Tabla 1P.I.B - ECUADOR

AÑO	VALOR
2012	4,6
2013	4,6
2014	3,7
2015	1,7
2016	1,9

Notas: porcentajes del producto interno bruto de los últimos 5 años, información obtenida del banco central del ecuador, elaborado por Joselin Cevallos.

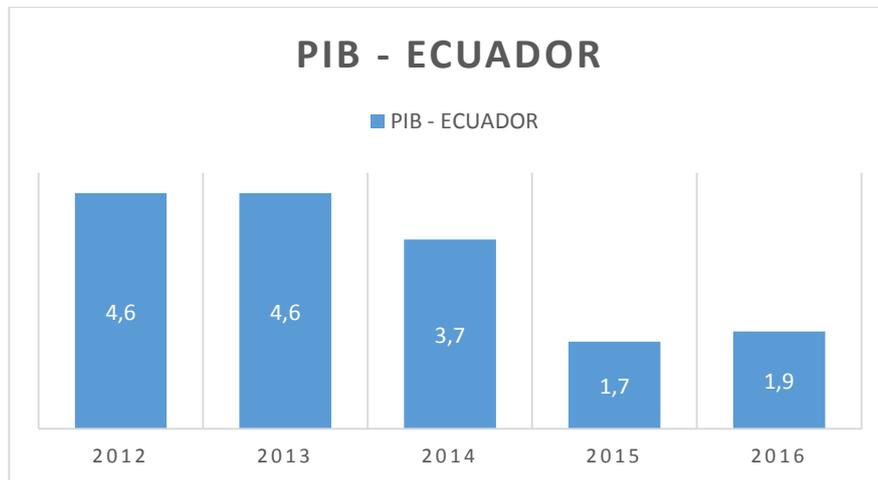


Figura 1PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Análisis

Según la información obtenida Del Banco Central Del Ecuador el PIB creció totalmente desde el 2010, manteniendo una tasa positiva durante 21 meses consecutivos con (8.8%) registrado hasta junio del 2011, a partir del 2012 se reduce a un 4.6% debido a la caída del precio del petróleo, en el 2013 se mantiene y el mismo sigue reduciéndose hasta llegar al 2015 donde se encuentra en un 1.7%, hasta aquí se logró mantener en una en una tasa baja pero positiva. El precio del barril de petróleo llegó a 20\$ su nivel más bajo, a mediados del 2016.

2.01.01.02 Riesgo País

“El riesgo país es un indicador que mide la capacidad que tiene una nación para pagar sus deudas; es decir, un riesgo país alto significa que un Gobierno tiene menos posibilidad de honrar sus deudas.” (carrera, 2016, pág. 64)

Indicador que mide la capacidad de pagar las deudas de un país con otros países con los cuales mantenga algún tipo de relación económica, mientras más alto sea éste menos posibilidades tiene de cumplir con sus deudas.

Tabla 2 Riesgo país.

AÑOS	PUNTOS
2012	814,2
2013	636,7
2014	510,6
2015	973,2
2016	1574

Notas: puntos del riesgo país de los últimos 5 años, información obtenida del Banco Central del Ecuador, elaborado por Joselin Cevallos.

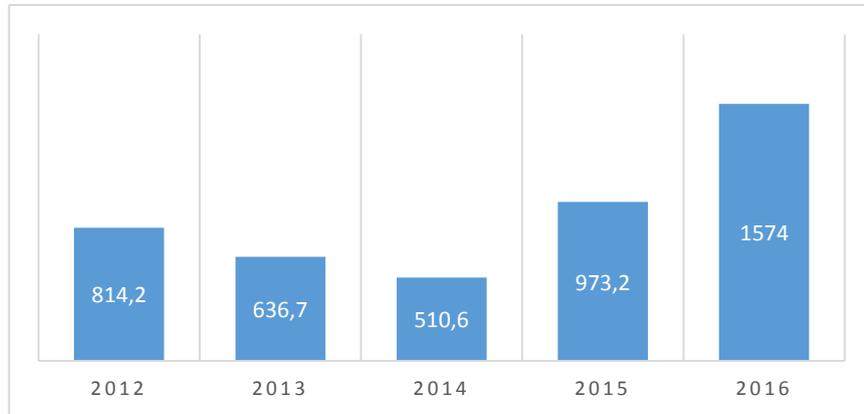


Figura 2 Riesgo País.
Fuente: Banco Central Del Ecuador.

Análisis

Las proyecciones de Ecuador según el Banco Central muestran que somos el segundo país con el nivel más alto de América Latina, después de Venezuela.

Al analizar este indicador tan importante encontramos que en el año 2014 existió 510.6 puntos, el nivel más bajo de los últimos 3 años (2014; 2015; 2016) se puede observar que Ecuador ha sufrido un incremento del mismo comparado con los dos últimos años ya que se muestran aumentos notorios 2015 973.2 y 2016 1574.

Y como resultados de todo esto tenemos un deterioro de la percepción internacional del país teniendo como factores principales las bajas de precio del petróleo, también una disminución en el crecimiento económico del país y

aumento del endeudamiento. A pesar de esto el gobierno no ha tomado medidas paliativas para que la inversión extranjera venga y mejore su situación actual.

2.01.01.03 Inflación.

La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país. Para medir el crecimiento de la inflación se utilizan índices, que reflejan el crecimiento porcentual de una canasta de bienes ponderada.

La inflación es el aumento de precios tanto en bienes y servicios en un país durante un periodo de tiempo, es decir es la pérdida del valor adquisitivo monetario. Que afecta a la canasta básica.

Tabla 3Inflación.

AÑOS	VALOR
2012	5,29%
2013	4,10%
2014	2,92%
2015	3,53%
2016	1,12%

Notas: Porcentajes de la inflación de los últimos 5 años, información obtenida del Banco Central del Ecuador, elaborado por Joselin Cevallos.

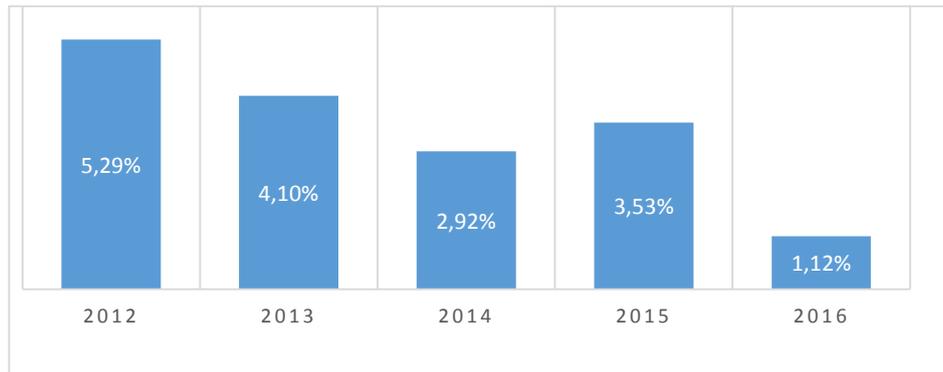


Figura 3. Inflación.
Fuente: Banco Central Del Ecuador.

Análisis.

Según los datos obtenidos del Banco Central Del Ecuador, en el 2012 hemos tenido una inflación alta con un 5.29% debido a las subidas y bajas del petróleo, a partir del 2013 empieza a disminuir con el 4.10% y un 2.92%, en el 2016 encontramos una inflación de 1,12% lo que significa que en la actualidad la economía del país se ha contraído a pesar de tener sobre oferta de bienes, el poder adquisitivo de las personas se ha deteriorado y no permite que se compre como antes se lo hacía, provocando que los empresarios obtengan menores ganancias bajando el precio de sus artículos.

2.01.01.04 Tasa Activa

Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Es decir, la que te cobra el banco por el dinero que te presta.

Es el porcentaje de dinero que cobran las instituciones financieras por préstamo a sus clientes, de un determinado monto, por un tiempo establecido.

Tabla 4Tasa Activa.

AÑOS	VALOR
2012	8,17
2013	8,17
2014	8,19
2015	9,12
2016	7,37

Notas: Porcentajes de la tasa activa de los últimos 5 años, información obtenida del Banco Central del Ecuador, elaborado por Joselin Cevallos.

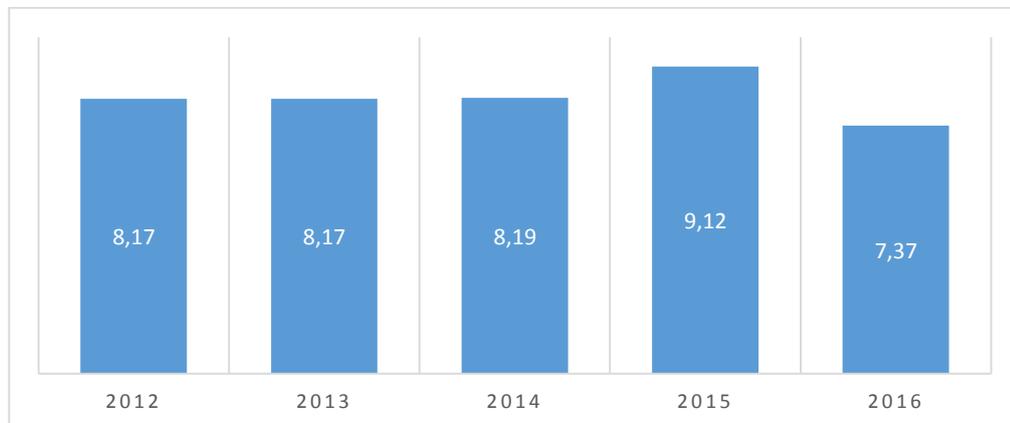


Figura 4Tasa Activa.

Fuente: Banco Central Del Ecuador.

Análisis

Según los datos obtenido del Banco Central, la tasa activa se mantiene durante 3 años sin mostrar cambios muy elevados con un 8.17%; 8.17%; 8.19% en los años 2012; 2013; 2014 respectivamente hasta el año 2015 que se eleva a 9.12 % y una disminución en el año 2016 con un 7.37% todo esto debido a que según la banca privada recomienda el aumento de la tasa activa en microcréditos ya que mediante esto se recuperaran los costos pero se espera que la tasa activa aumente para el 2017 a un 8%.1

2.01.01.05 Tasa Pasiva.

Es el porcentaje de dinero que ganas por ser cliente del banco, por mantener tu dinero guardado en dicha entidad financiera.

Tabla 5 Tasa Pasiva

AÑOS	PASIVA
2012	4,53
2013	4,53
2014	5,18
2015	5,14
2016	4,82

Notas: Porcentajes de la Tasa pasiva de los últimos 5 años, información obtenida del Banco Central del Ecuador, elaborado por Joselin Cevallos.

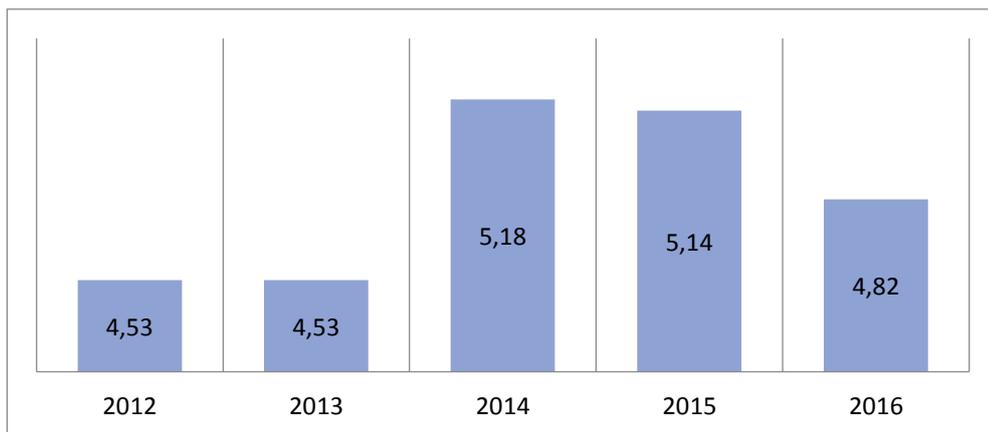


Figura 5 Tasas de Pasiva.

Fuente: Banco Central Del Ecuador.

Análisis

La tasa pasiva tiene valores mucho menores que la tasa activa con un 4.53% en los años 2012 – 2013 y una aumento en el 2014- 2015 con 5.18%; 5.14% pero en el 2016 con una 4.82% todo esto debido a que es estado las redujo para los

proyectos de construcción y adquisición de vivienda esperando que se aumente de un 5 a 5%.

2.01.01.06 PEA

Población económicamente activa es el principal indicador de la cantidad de mano de obra dentro de una sociedad determinada.

Tabla 6PEA

AÑOS	VALOR
2012	62,50%
2013	61,70%
2014	62,10%
2015	64,50%
2016	65,80%

Notas: Porcentajes del PEA de los últimos 5 años, información obtenida del Banco Central del Ecuador, elaborado por Joselin Cevallos.

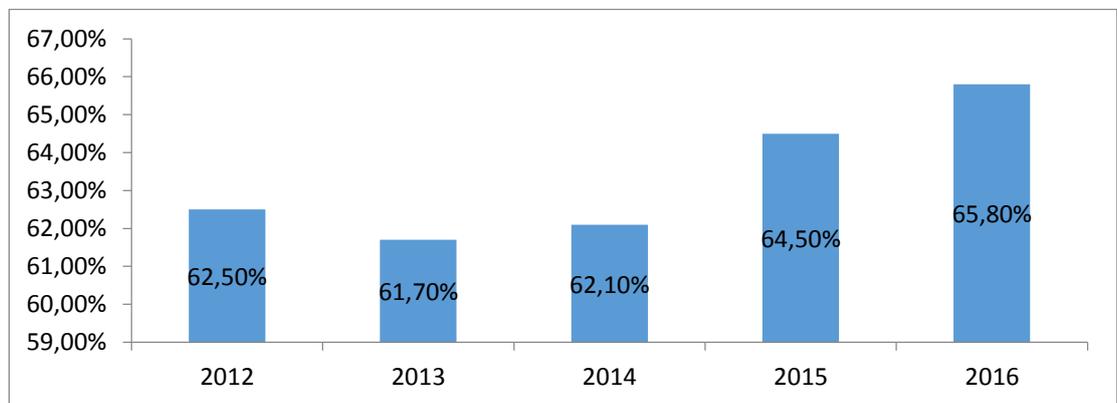


Figura 6 Tasas de Pasiva.

Fuente: Banco Central Del Ecuador.

Análisis:

Según la información obtenida por el banco central del Ecuador en el año 2012 existió un PEA de 62,50% ,en el año 2013 un 61,70%, en el año 2014 un

62,10%, en el año 2015 un incremento a 64,50% , y en el año 2016 finalmente con un 65,8% esto debidos a incremento de personas actas para trabajar.

2.01.02 Factor Social.

Es todo aquello que interfiere ya sea de forma positiva o negativa en la sociedad.

La caña guadua ha sido utilizada desde hace muchos años atrás por los antepasado ya que la utilizaban para elaborar sus hogares, este producto era muy usado por su resistencia así con el pasar del tiempo la sociedad ha desarrollado su creatividad realizando diferente artículos hechos a base de este material los mismo que son muy llamativos y duraderos. Así mismo LAMPNATURAL es un producto que ayuda al medio ambiente y aporta a la sociedad con fuentes de empleo tanto a hombre como a mujeres ya que su elaboración no es complicada

Otro aspecto importante es que LAMPNATURAL es un producto de material reciclado razón por la cual se fomentara la concientización sobre el cuidado al medio ambiente ya que es un producto degradable.

2.01.03 Factor Legal.

Son aquellas normas que el estado exigen se cumplan para asentar o crear una empresa dentro de un sector, dependiendo de la actividad o producto a realizar.

2.01.03.01 Mapa de Uso de Suelo.

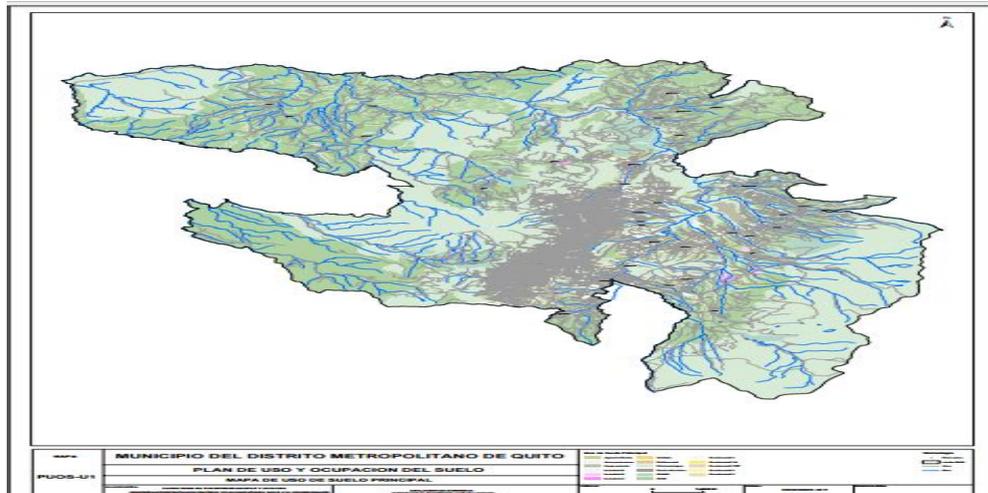


Figura 7 Tasas de Pasiva.
Fuente: DMQ.

“Residencial 1: Uso correspondiente al suelo destinado en forma exclusiva o combinado con otros uso de suelo y factible de implementarse en todo el DMQ de acuerdo a las determinaciones establecidas en la zona , para efecto de regular la combinación de uso residencial se divide en tres categorías residencial 1. De baja densidad, residencial 2: de mediana densidad: residencial 3 de alta densidad”.

“**Múltiple:** uso que corresponde a áreas de centralidad con las que pueden coexistir residencia, comercio, industria baja y mediano impacto, artesanías y servicios de acuerdo a las especificaciones señaladas en el siguiente cuadro.”

CUADRO DE USO RESIDENCIAL Y MÚLTIPLE

USO	SIMB.	TIPOLOGIA	SIMB.	ESTABLECIMIENTOS
Residencial	R	Residencial	R1	Viviendas con otros usos de barrio.
		Residencial	R2	Viviendas con usos sectoriales predominantes.
		Residencial	R3	Viviendas con usos zonales condicionados.
		Múltiple	RM	Usos diversos de carácter zonal y de ciudad compatibles

Figura 8 *Uso Residencial Múltiple.*
Fuente: DMQ.

2.01.03.02 Requisitos.

Calificación Artesanal.

Será considerado ARTESANO, al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, será calificado por la JNDA, desarrolle su actividad artesanal, con o sin operarios(15) y aprendices(5), y que hubiera invertido en su taller implementos, maquinaria y materia prima, una cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para la pequeña industria, es decir el \$87.500. La JNDA a través de la Unidad de Calificaciones otorga el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, divididas en ramas de producción y servicio. (JNDA, pág. 465)

Requisitos Personales:

- Que la actividad sea eminentemente artesanal;
 - Que la dirección y responsabilidad del taller esté a cargo del Maestro de Taller;
- y,

Requisitos Generales y Legales

- Copia Cédula Identidad
- Copia Certificado de votación (hasta 65 años)
- Foto carné actualizada a color

Requisitos y Procedimientos

1. Solicitud de certificación de Artesano Calificado,
2. Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación y
3. Copia de la última calificación (según el caso).

El interesado deberá adquirir la solicitud de Artesano Calificado a nivel nacional y adjuntar los requisitos para proceder a emitir el correspondiente certificado en el que se hará constar todo el historial del artesano (JNDA, pág. 124).

2.01.03.03 Patente Municipal

La patente municipal es un requisito obligatorio que deben cumplir los trabajadores independientes para ejercer la actividad económica y poder obtener el RUC. El requisito está vigente desde 2010 y se lo obtiene a partir de un formulario. Las fechas límites de pago se establecen por el noveno dígito del RUC, y van del 10 al 28 de junio.

Requisitos para sacar la patente:

1. Formulario de inscripción de patente.
2. Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
3. Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
4. Copia del RUC en el caso que lo posea.
5. Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
6. Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas
7. Si el trámite lo realiza una tercera persona:
 - Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
 - Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.

En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

Requisitos adicionales:

1. En caso de artesanos, copia de la calificación artesanal vigente.

2.01.03.04 RUC

Como artesano calificado por la Junta y en calidad de contribuyente, debe cumplir sus deberes formales. Para ello debe:

Inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y comunicar cualquier cambio al SRI.

Emitir y entregar comprobantes de venta autorizados.

Llevar un registro de ingresos y gastos.

Presentar las declaraciones de impuesto que le correspondan y pagarlas.

Presentarse en el SRI cuando se requiera su presencia.

2.01.03.05 Permiso de Medio Ambiente

Licencia Ambiental

Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente.

Requisitos:

- Certificado de Intersección con el SNAP, BP y PFE.
- Solicitud de la aprobación de los TDR.
- Solicitud de la aprobación del EIA y PMA.
- Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto.

Costo: Certificación USD \$50.00

Depósito en la cuenta correspondiente en el Banco de Fomento USD \$1000.00

del costo de operación del último año, mínimo USD \$500.00.

2.01.03.06 Bomberos

Tipo B

Aserraderos, lavandería, centros de acopio, gasolineras, mecánicas, lubricadoras, hoteles, moteles, hostales, bares, discotecas, casinos.

Requisitos para sacar el permiso de bomberos

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del RUC.
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

2.01.04 Factor Tecnológico

Es todo instrumento tecnológico que se ocupa en el producto o que se haya ocupado en otros proyectos en los que se haya trabajado con la misma materia prima.

En el caso de LAMPNATURAL la elaboración de las lámparas decorativas necesita de una gran precisión en el momento de cortarla ya que el bambú tiene que estar medio seco y por lo mismo tiene a romperse así que hay que tener mucho cuidado en ese punto. Así mismo en la cuestión del el tallado el material esencial para realizar el tallado es el cautín.

Los materiales con los que habitualmente se trabaja la caña guadua son la sierra de diente fino, la tinta de madera y los cables delgados para hacer la instalación eléctrica .martillo y clavos ya sea para elaborar casas para realizar alguna artesanía. Pero no se ha encontrado maquinaria industrializada para trabajar la caña guadua ya que es una madera un poco delicada.

2.02 Entorno Local.

Es aquel en que se analiza todo lo que rodea a un proyecto como el cliente que se puede encontrar los posibles proveedores y la competencia que existe cerca.

2.02.01 Clientes.

Cliente es la persona que por medio de dinero o pago obtiene algún tipo de producto o servicio y mediante este satisfacer una necesidad.

Según la información de obtenida del (INEC) en Quito hay aproximadamente 2505344 habitantes de los cuales 36% pertenecen al norte de Quito es decir 901923.

En esta investigación se tendrá en cuenta que las lámparas hechas de caña guadua se comercializaran en el sector Comité Del Pueblo en el cual existe una población aproximadamente de 46 mil de la misma que tenemos una PEA de 22913 persona.

Los sectores cercanos al lugar donde se piensa elaborar y comercializar el producto son Carcelén con 55.301 habitante y una Población Económicamente Activa de 27722, la Cotocollao con 31623 habitantes y una Población Económicamente Activa de 16471, San Isidro Del Inca con 58123 habitantes y una Población Económicamente Activa de 21311 personas las mismas que pueden llegar a ser nuestros clientes.

2.02.02 Proveedores.

Persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad.”

(Gallegos, 2013, pág. 115)

Son aquellas personas o empresas que facilitan la adquisición de algún producto a un cliente para poder terminar un proceso de transformación o satisfacer una necesidad.

En el caso de las lámparas hechas a base de caña guadua podemos encontrar como proveedores de la materia prima (caña guadua o bambú) a los siguientes.

Tabla 7 Proveedor

PROVEEDOR	DIRECCION	Precio
Aserradero “Carmelo”	Av. Mariscal sucre Oe 7 y Luis Francisco López	1,50 dólares 8 metros
Aserradero Occidental”	Av. Occidental LT. 73	3 dólares 3 metros
Aserradero “Los Arboles”	Av. Amaguaña vía a tambillo	5 dólares los 3 metros

Elaborado por: Joselyn Cevallos

Fuente: Investigación Propia

Análisis

Mediante la investigación realizada se tiene como resultado que el aserradero “Carmelo” es el proveedor que brindaría la materia prima a menor precio. En

cuanto a los implementos complementarios (pintura, boquilla, foco, cables, interruptor) se los puede encontrar en la ferretería más cercana así como el caudín se lo adquiere se obtendrá en el centro comercial kiwi.

2.02.03 Competencia.

“Disputa entre personas o empresas que aspiran a un mismo objetivo o a la superioridad en el mercado” (Gallegos, 2013, pág. 78)

La competencia son todos aquellas empresas que ofrecen un producto similar al de nuestra empresa que satisfagan las mismas necesidades del cliente, se debe tener muy en cuenta a la competencia ya que este siempre busca mejorar o sacar nuevos productos al mercado.

Tabla 8 Competencia

Lámparas normales



Lámparas de caña guadua



Artesanías



Elaborado por: Joselin Cevallos

Fuente: Investigación Propia

Análisis

La competencia para las lámparas de caña guadua con tallado personalizada es baja ya que su elaboración es innovadora y esta se enfoca en reflejar la personalidad del cliente.

Pero hay que tener en cuenta que existen artículos decorativos hechos a base de caña guadua los mismos que serían competencia directa para el producto, otra posible competencia serían las lámparas normales sin ningún detalle en especial es decir que se puede encontrar el mismo modelo en diferentes lugares.

2.03 Análisis Interno.

El análisis interno es donde se investiga las fortalezas y debilidades de una organización o proyecto para así plantear estrategias con las cuales se busque solucionar algún tipo de debilidad, así mismo identificar los recursos con los que cuenta la misma.

2.03.01 Propuesta Estratégica

“Es el conjunto de conceptos y lineamientos que utiliza la organización para sobrevivir y crecer, y para obtener productividad en el presente y asegurar su sustentabilidad en el futuro.” (Gallegos, 2013, pág. 354)

Con las especificaciones que tiene la empresa en cuanto a misión, visión, objetivos, principios y estrategias etc. con los cuales se rige la misma para poder crecer en el mercado.

2.03.01.01 Misión.

La misión es la explicación de la actividad que realiza la empresa, su origen y los compromisos que tiene con la sociedad.

Factores Clave

- Razón del negocio: elaboración de lámparas hechas a base de caña guadua.
- Estrategia que marca la diferencia Servicio: el producto es responsable con la naturaleza y personalizado.
- Personal del que se dispone: Equipo comprometido, eficaz y eficiente.
- A quien va a satisfacer: Clientes.
- Explica y justifica su presencia: Contribuir al sector artesanal.
- Ubicación: El comité del pueblo.

“LAMPNATURAL es una empresa Ecuatoriana dedicada a la producción y comercialización de lámparas hechas a base de caña guadua con dibujos tribales personalizado las mismas que tiene un compromiso con el cliente de ofrecer un producto que cuide al medio ambiente y satisfaga una necesidad del mismo.”

2.03.01.02 Visión.

Es lo que quiere lograr la empresa a largo plazo siempre buscado siempre crecer en el mercado mejoran el producto o en busca de innovación del mismo.

Factores Clave:

- Para cuantos años: 5 años.
- Actividad empresarial: Producción de lámparas hechas a base de caña guadua.
- Qué estrategia principal le servirá de brújula: Servicio eficiente.
- Cuál es la filosofía de su presencia en el mercado: Excelente calidad y aceptación.

“Ser una empresa reconocida y lograr en 5 años un posicionamiento en el mercado local ofreciendo productos innovadores que refleja la personalidad del cliente, fomentando empleo y apoyando a la economía del país.”

2.03.01.03 Objetivos.

Los objetivos son metas a futuro que se plantea una organización o empresa, los mismos que deben cumplirse en un determinado tiempo, siempre buscando una mejora en cualquier ámbito de la empresa.

2.03.01.03.01 Objetivo General.

El objetivo general es aquel que indica la finalidad genérica de un proyecto u empresa.

- Diseñar y comercializar lámparas artesanales decorativas, de uso cotidiano hecho a base de caña guadua mediante pirograbado con dibujos tribales personalizado que satisfaga al cliente y que nos ayude a conservar el medio ambiente.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos.

- Crear un producto innovador y que ayude a cuidar el medio ambiente, diferente a los que ya existen en el mercado.
- Determinar la aceptación de un nuevo producto como son las lámparas hechas a base de caña guadua mediante pirograbado con dibujos tribales personalizados en el mercado del norte de Quito.
- Determinar la viabilidad técnica, financiera, y comercialización de lámparas fabricadas a base de caña guadua mediante pirograbado con dibujos tribales personalizados.

2.03.01.04 Principios o Valores.

Son las normas creadas por el empresa en las cuales rigen área el cumplimiento de la misión, visión, y objetivos de la misma basándose en la cultura y forma de ser de toda la organización.

2.03.01.04.01 Principios.

Compromiso con el Medio Ambiente: Crear y mantener métodos amigables con el cuidado y mejora del medio ambiente.

Responsabilidad Social con la Comunidad: Crear una integración permanente actividades en las que la empresa y su entorno social interactúen para generar mejoras

2.03.01.04.02 Valores.

Creatividad: Generar nuevas ideas que beneficien al cliente, y a la empresa buscado eliminar cotidianidad en la elaboración del producto.

Respeto: desarrollar conductas que sean un ejemplo a seguir en todas las actividades, tanto como para el trabajador y par5a el cliente.

Responsabilidad: asumir las consecuencias de toda acción tomada dentro y fuera de la empresa sea esta pertinente o no.

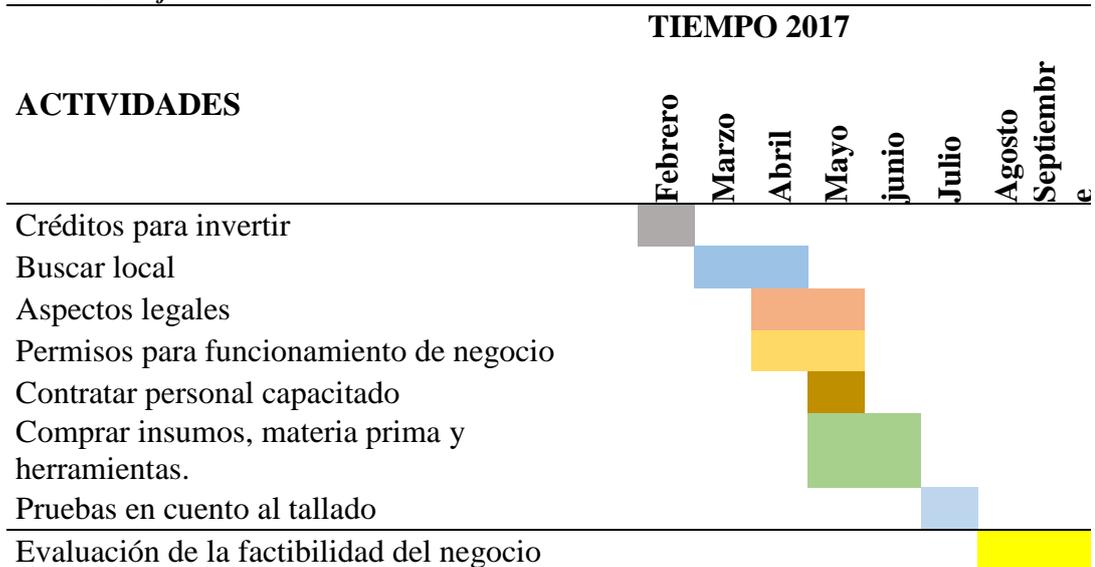
2.03.02 Gestión Administrativa.

Es un proceso en cual se busca planificar, organizar, ejecutar y controlar diferentes actividades para así cumplir los diferentes objetivos planteados en la empresa utilizando los diferentes recursos.

2.03.02.01 Planificación.

En esta parte de la investigación donde se busca afirmar como llevar acabo el mismo, este se vale de un cronograma tales como el diagrama de Gantt, para así observar las actividades que se realizaran en todo el proceso manteniendo un orden y tiempos establecidos.

Tabla 9 Planificación



2.03.02.02 Organizar.

“Es un conjunto de reglas, cargos, comportamientos que han de respetar todas las personas que se encuentran dentro de la empresa, la función principal de la organización es disponer y coordinar todos los recursos disponibles como son humanos, materiales y financieros.” (Luis, 2012, pág. 87)

Permite ordenar los recursos tanto humanos, materiales y financieros con los que cuenta la empresa para así asignar funciones y aprovechar al máximo de los mismos.

- Organigrama Estructural.

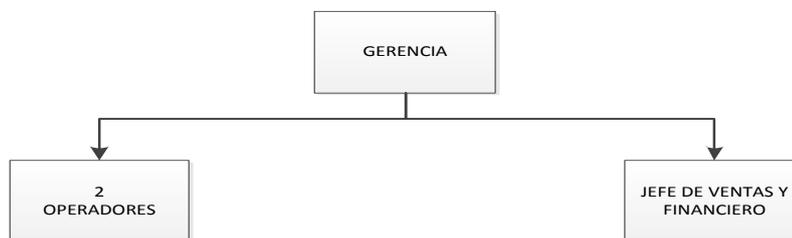


Figura 9 Organigrama Estructural.
Fuente: Investigación Propia.

2.03.02.02.01 *Manual de Funciones.*

“El manual de funciones constituye el documento formal que compila las diferentes descripciones de puestos de trabajo de una organización. Es el resultado del estudio de los puestos de trabajo, imprescindible para llevar a cabo la correcta gestión de los recursos humanos.” (Perez, 2014, pág. 448)

El manual de funciones es un respaldo formal en el que se especifica las actividades que realiza cada personal dentro de la organización o empresa, así mismo describe los requisitos básicos para cada cargo.

Tabla 10 Manual de funciones del Gerente General

MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE GENERAL	
Código:	01
Denominación:	Gerente General
Funciones	Organizar y controlar los procesos administrativos dentro de la empresa.
	Dirigir de manera estratégica a la empresa.
	Representar legalmente a la empresa frente a otras instituciones.
	Delegar funciones y elaborar cronograma de actividades en cada proyecto a realizar.

Elaborado por: Joselín Cevallos

Fuente: Investigación Propia

Tabla 11 Manual de funciones del Jefe de Producción - Operario

MANUAL DE FUNCIONES DE OPERARIOS	
Código:	02
Denominación:	Operarios
Funciones	<p>Mantener el orden de todas las actividades así también, asegurar el buen funcionamiento de maquinaria y personal dentro del área de producción.</p> <p>Realiza informes de la cantidad de producción realizada.</p>
	<p>Dirigir el cumplimiento de actividades dentro de su área.</p> <p>Representar legalmente a la empresa frente a otras instituciones.</p> <p>Mantener el orden del material que se utiliza en cada trabajo.</p> <p>Cumple horarios establecidos así como la utilización de implementos de seguridad.</p>

Elaborado por: Joselin Cevallos

Fuente: Investigación Propia

Tabla 12 Manual de funciones del Jefe Financiero - Ventas

MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE FINANCIERO- VENTAS	
Código:	03
Denominación:	Jefe Financiero y ventas
Funciones	<p>Organizar y controlar los ingresos y egresos de la empresa.</p> <p>Cumplir con los niveles de ventas programas organizando las propagadas para promocionar el producto.</p>
	<p>Mantener en orden todas las actividades económicas que realice la empresa.</p> <p>Preparar informes para rendición de cuentas.</p> <p>Cumplir con los niveles de ventas programas</p> <p>Gestionar la liquidez de la empresa.</p>

Elaborado por: Joselin Cevallos

Fuente: Investigación Propia.

2.03.02.03 Dirección.

Es la busque de estrategias y métodos con los cuales se logre los diferentes objetivos, para esto se necesita principalmente de liderazgo para guiar el proyecto de manera correcta buscando mejoras y cumplir las metas de la empresa.

En LAMPNATURAL se imprimió un liderazgo democrático ya que siempre se deben tomar en cuenta las opiniones del personal interno que fomente mejoras continuas que beneficien a la empresa buscando así los cumplimientos de metas y objetivos que se plantearon al principio de todo el proyecto.

Estudiando continuamente al cliente teniendo en cuenta su cultura, religión, creencias, entre otros.

2.03.02.04 Control.

Es la verificación que se hace después de realizar todas las actividades planteadas con anterioridad de este modo sabremos si el proyecto se lleva a cabo con éxito o no, también podemos controlar la cantidad de material utilizado dentro de cada actividad, apoyándonos de indicadores.

2.03.02.04.01 Kardex

Controla la cantidad de producto que se venden en un determinado tiempo, así también se puede controlar el material que se ocupó para hacer los trabajos solicitados por el cliente.

Tabla 13Kardex

KADEX													
ARTICULO			EXISTENCIA MINIMA										
METODO			EXISTENCIA MAXIMA										
FECHA			DELALLES		ENTRADAS			SALIDA			EXISTENTES		
	M	A			CANT	V/UNI T	V/TO T	CANT	V/UNI T	V/TO T	CAN T	V/UNI T	V/TO T
INVENTARIO FINAL													

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado Por: Joselin Cevallos.

2.03.02.04.02 Hoja de Productividad.

Controla la cantidad de producto que se hace semanalmente analizando si se cumple con el objetivo planteado.

Tabla 14Hoja de Productividad

SEMANAS	PRODUCTIVIDAD	UNID. DEFECTUOSAS	SE CUMPLE (si/no)	OBSEVACIONES
SEMANA 1				
SEMANA2				
SEMANA 3				
SEMANA 4				

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado Por: Joselin Cevallos.

2.03.03 Gestión Operativa.

Son procesos con los cuales se realizara un producto, es decir un conjunto de actividades consecutivas y ordenadas en las que se dé forma a un producto, utilizando los diferentes recursos con los que cuenta la empresa.

Flujograma

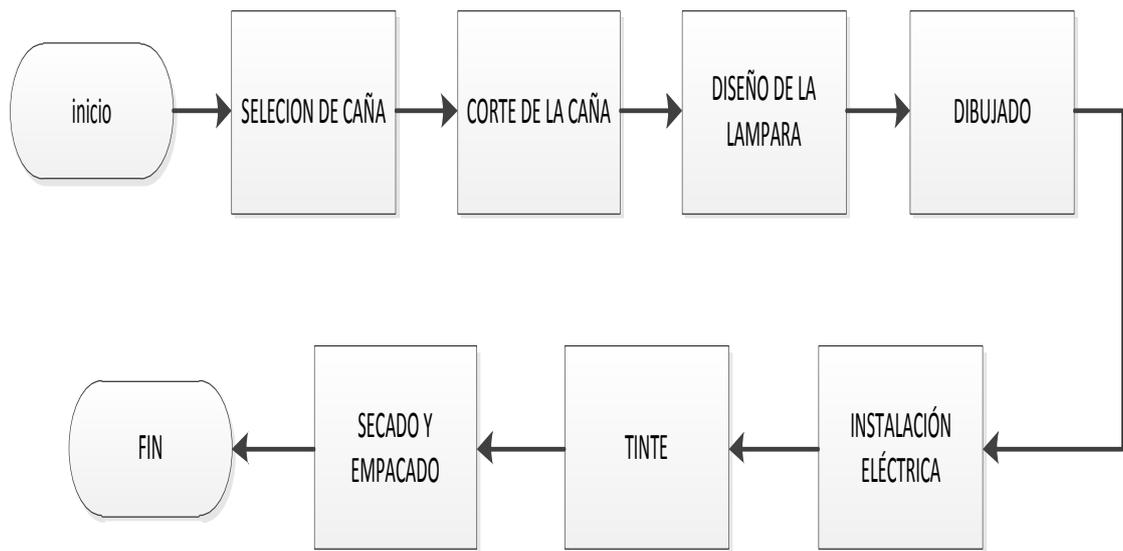


Figura 10 Flujo grama
Elaborado Por: Joselin Cevallos

2.03.04 Gestión Comercial.

La gestión comercial son todas las estrategias que se aplican fuera de la empresa para poder promocionar el producto y para esto aplicamos las 4 (p) que son producto, precio, plaza, promoción las mismas que facilitaran la entrada del nuevo producto al mercado.

2.03.04.01 Producto.

Es todo aquello que se ofrece en el mercado que haya sido fabricado, este producto debe tener características específicas para la satisfacción de las necesidades del cliente que lo adquiera.

LAMPNATURAL son lámparas decorativas a base de caña guadua con dibujos tribales personalizados, las mismas que ofrecen a sus clientes innovación ,ya que se puede reflejar su personalidad en una imagen destacando su elegancia y diseño, siendo amigable con el medio ambiente ya que es un producto biodegradable.

2.03.04.02 Precio.

El precio es el resultado del estudio que se realiza para saber cuánto se debe cobrar por un producto teniendo en cuenta lo que se gasta más la utilidad deseada.

- Se estudiara el precio de la competencia para poder establecer un precio razonable a nuestro producto.
- Se tomara muy en cuenta la cultura del cliente.
- Liderazgo en segmento del producto.

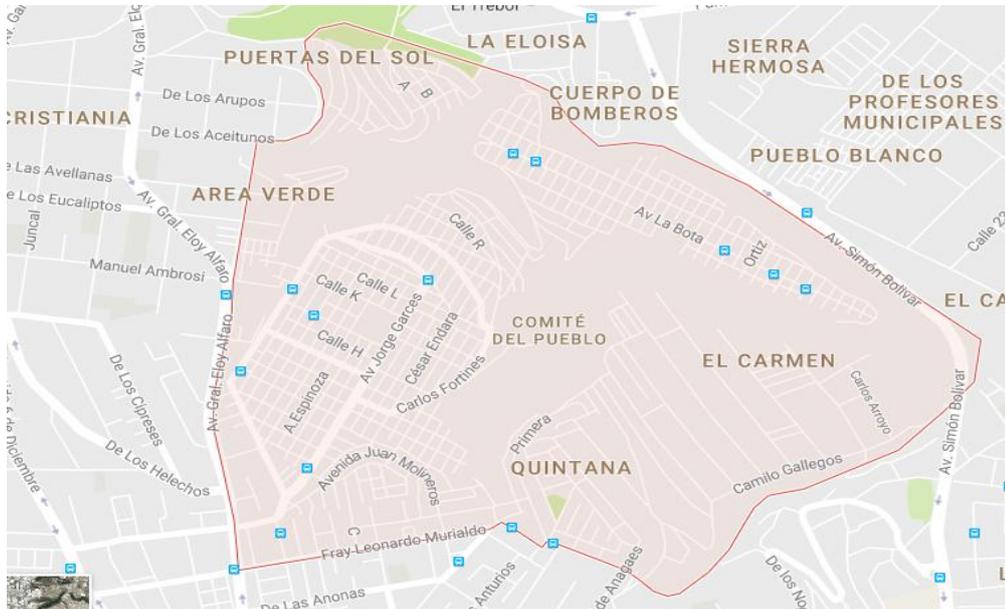
2.03.04.03 Plaza.

“Las definiciones sobre canal de ventas y formas de comercialización impactan en tu negocio. No es lo mismo el marketing mayorista, minorista o de venta hacia el gobierno y organismos públicos. Venta directa, distribuidores, venta online y franquicias son opciones comerciales que puede evaluar y que implican distintos acercamientos a los clientes.” (Ramos, 2015, pág. 77)

Plaza son los lugares en donde se puede vender el producto, en esto se incluye la publicidad que se va a realizar, los medio por los que se realizara la propaganda del mismo.

LAMPNATURAL tendrá como mercado principal el sector del Comité del Pueblo lugar donde se ubicará el local para la venta , también se tomara en cuenta los sectores cercanos como son Carcelén, Cotocollao, San Isidro del Inca lugares donde también se puede promocionar el producto y se podría entregar a domicilio.

Comité del Pueblo.



*Figura 11D.M.Q.
Elaborado Por: Joselin Cevallos.*

2.03.04.04. Promoción.

Son los métodos con los cuales se realizará la publicidad del producto tales como propagandas, publicaciones del producto en internet, etc.

Nombre del producto: LAMPNATURAL

Logotipo:



*Figura 12Logotipo.
Elaborado Por: Joselin Cevallos.*

APORTAR AL SECTOR ARTESANAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LÁMPARAS HECHAS A BASE DE CAÑA GUADUA, MEDIANTE PIROGRABADO CON DIBUJOS TRIBALES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

Slogan:

“UN DETALLE DE LA NATURALEZA”

LAMPNATURAL ofrecerá su producto utilizando la ayuda del internet con páginas en las redes sociales como son el Facebook y Olx los mismos que son muy populares y seguramente todos nuestros clientes lo tienen en sus celulares y computadoras.

FACEBOOK.



Figura 13 Publicidad Facebook.
Elaborado Por: Joselin Cevallos.

OLX



Figura 14 Publicidad OLX.
Elaborado Por: Joselin Cevallos.

APORTAR AL SECTOR ARTESANAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LÁMPARAS HECHAS A BASE DE CAÑA GUADUA, MEDIANTE PIROGRABADO CON DIBUJOS TRIBALES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

- En fechas especiales como día de la madre, navidad, etc. por la compra de dos lámparas la tercera saldrá con el 20% de descuento de este modo se podrá atraer a nuestros clientes.
- Se utilizarán trípticos que muestren a que se dedica y los modelos de lámparas que realiza la empresa. Estas pueden ser repartidas en lugares estratégicos.



Figura 15 Publicidad Trípticos.
Elaborado Por: *Joselin Cevallos.*

- Se buscará convenios para ofertar el producto en mercados artesanales de este modo LAMPNATURAL se promocionará como un producto novedoso y que se puede personalizar con un dibujo tribal.
- También se promocionará el producto por medio de esferas, camisetas entre otros.



Figura 16 Publicidad.
Elaborado Por: Joselin Cevallos.

2.04 Análisis FODA.

Matriz FODA es una herramienta que se utiliza para identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene un proyecto o empresa, gracias a esta matriz se puede sacar un diagnóstico de cómo se encuentra la empresa.

Tabla 15 FODA

FORTALEZAS.	DEBILIDADES.
Tiene tallado personalizado.	La materia prima a pesar de ser duradera es quebradiza.
Personal capacitado para realizar el tallado. Facilidad de obtención de la materia prima. Ayuda a proteger al medio ambiente.	Débil imagen en el mercado poca propaganda.
OPORTUNIDADES.	AMENAZAS.
Producto innovador.	La competencia puede copiar el producto.
Poca competencia.	Aumento de ventas de productos sustitutivos.
El estado fomenta que se compre productos hechos en Ecuador.	Posibles problemas legales.

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

Tabla 16 Matriz de Evaluación de Factores Externos.

Factores Externos Claves.	Ponderación %.	Calificación. O3-4 Y A 1-2	Resultados Ponderación.
Oportunidades.			
Marketing.	0,20%	4	0,80
Apoyo del Estado.	0,20%	3	0,60
Competencia.	0,20%	1	0,2
Economía.	0,15%	3	0,45
Amenazas.			
Conflictos. Sociales.	0,25%	1	0,05
Tecnología.	0,10%	1	0,1
TOTAL.	1.00		2,65

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

Tabla 17 Matriz de Evaluación de Factores Externos

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO.	PESO.	CALIFICACIÓN.	PESO PONDERADO.
OPORTUNIDADES.			
-Cuenta con un capital de 18817 dólares como base.	0.15	4	0.6
-Utilizan estrategias de marketing para ofrecer su producto.	0.05	3	0.15
-Se dirigen a personas de la clase media y medio alta.	0.15	4	0,6
- No hay mucha competencia en el sector.	0,10	3	0.3
-El estado fomenta que se compre los productos ecuatorianos.	0.20	3	0,6
AMENAZAS.			
- La competencia puede copiar el producto.	0.10	1	0.1
-Aumento de ventas de productos sustitutivos.	0.20	2	0.4
-Posibles problemas legales.	0.05	2	0,1
	1.00		2,85

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

Conclusión: La empresa cuenta con buenas oportunidades ya que es un producto nuevo y su competencia es baja, pero así mismo esto puede ser un problema ya que el cliente no sabe del producto, hay que implementar buenas técnicas de marketing.

Tabla 18 Matriz de Evaluación de Factores Internos

FACTORES EXTERNOS CLAVES.	PONDERACIÓN%.	CALIFICACIÓN. O3-4 Y A 1-2	RESULTADOS PONDERACIÓN.
FORTALEZAS.			
Participación en el mercado.	0.20	4	0,8
Facilidades de pago.	0.10	3	0,3
Reconocimientos.	0.15	4	0.6
Compromiso.	0.20	4	0,8
DEBILIDADES.			
Problemas administrativos.	0.10	2	0,2
Rentabilidad del negocio.	0,20	2	0,4
Personal no incentivado	0,05	1	0,05
TOTAL	1.00		3,15

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

Tabla 19 Matriz de Evaluación de Factores Internos

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO.	PESO.	CALIFICACIÓN.	PESO PONDERADO.
FORTALEZAS.			
-Tiene tallado personalizado.	0.20	4	0.6
-Personal capacitado para realizar el tallado.	0.10	3	0.3
-Facilidad de obtención de la materia prima.	0.15	4	0.6
-Ayuda a proteger al medio ambiente.	0,15	3	0.45
DEBILIDADES.			
-La materia prima a pesar de ser duradera es quebradiza.	0.20	2	0.2
-Débil imagen en el mercado poca propaganda.	0.20	2	0.4
	1.0		2,55

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

Conclusión: En este caso podemos observar que la empresa presenta pocas debilidades las mismas que tienen que ver con la materia prima y el ingreso al mercado pero así mismo encontramos fortalezas las que son de mucha importancia ya que tratan sobre el personal que realiza los dibujos y el apoyo que da al medio ambiente.

CAPITULO III

3. Estudio de Mercado.

Trata de investigar y buscar información en el mercado en el que se quiere incursionar el producto o servicio de este modo sabremos si nuestro producto va a ser aceptado o no en dicho mercado.

3.01 Análisis del Consumidor.

Es el estudio de los hábitos de consumo del posible cliente teniendo muy en cuenta su cultura, valores, costumbres, educación, ritos, etc. De este modo se sabrá si el producto a ofertar se encuentra acorde con el consumidor.

3.01.01 Determinación de Población y Muestra.

Es la cantidad de personas que utilizaremos para empezar el estudio de mercado, y poder sacar una conclusión en cuento a la población que se analizará.

Tabla 20 Determinación de Población y Muestra

SECTOR	HABITANTES	PEA
Comité del pueblo	46000	22913
Cotocollao	31623	16471
Carcelén	55.301	27722
San Isidro del Inca	58123	21311
Total	191.047	88.417

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

Análisis.

Según la información obtenida hay un total de 191.047 personas en el Comité del Pueblo y sus alrededores, pero se tomara en cuenta solamente la población económicamente activa la misma que nos da un total de 88.417 personas.

3.01.01.01 Muestra.

Es una parte representativa de elementos escogidos de una determinada población los mismos que serán estudiados para así obtener información y saber si nuestro producto será aceptado o no.

Para esto aplicaremos la siguiente fórmula.

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

$$n = \frac{88417 * 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{(88417 - 1)0.05^2 + 0.5 * 0.5 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{84915.69}{222}$$

$$n = 382$$

Según el análisis realizado se deben hacer 382 encuestas en el Comité del Pueblo y sus alrededores.

3.01.02 Encuesta.

Es un formato estandarizado que tiene como objetivo recolectar información la misma que puede ser comparable y así minimizar errores en los datos obtenidos.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE PRODUCCIÓN

Objetivos: Aportar al sector artesanal a través de la implementación de una micro empresa dedicada a la elaboración y comercialización de lámparas hechas a base de caña guadua, mediante pirograbado con dibujos tribales personalizados ubicado en el sector norte del distrito metropolitano de quito, año 2017.

Instrucciones: marque con una X en la respuesta que crea conveniente.

Género: Masculino () Femenino ()

Edad: 15 – 20 () 21 – 30 () 31 – Más ()

1.- ¿Conoce usted sobre productos hechos con caña guadua o bambú?

SI () NO ()

2.- ¿Está de acuerdo usted en que se use material biodegradable para la elaboración de productos de decoración?

SI () NO ()

3.- ¿Qué tipo de productos decorativos utiliza usted?

Lámparas () Esculturas de madera ()

Artesanías () cuadros, pinturas ()

4.- ¿Le gustaría adquirir una lámpara personalizada hecha a base de caña guadua?

SI () NO ()

5.- ¿Cuál considera usted que es la característica más importante en el momento adquirir este producto?

Atractivo visual () Precio () Material ()

Color () Otros aspectos ()

En caso de ser otros aspectos mencione cuales son:

_____ 6.- ¿Con qué frecuencia compraría este producto para la decoración de su hogar o lugar de trabajo?

Mensual () Trimestral () Semestral ()

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una lámpara personalizada hecha a base de caña guadua?

20 – 25 () 26 – 30 () 31 – Más ()

8.- ¿Cuál sería su forma de pago?

Crédito () Efectivo ()

9.- ¿Dónde le gustaría adquirir este producto?

Centros comerciales ()

Mercados artesanales ()

Almacenes ()

10.-¿Considera usted que es oportuno que en el Sector Norte de Quito (Comité Del Pueblo) se implemente una empresa de producción y comercialización de lámparas personalizadas hechas a base de caña guadua?

SI ()

NO ()

Gracias...

3.01.03 Resultado de las Encuestas.

Se analiza la cantidad de personas con sus respectivas respuestas en cada una de las preguntas realizadas en la encuestas.

- Análisis Sector Comité del Pueblo – San Isidro Del Inca – Carcelén – Cotocollao.

382 encuestas.

Tabla 21 Encuesta

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	107	28%
Femenino	275	72%

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

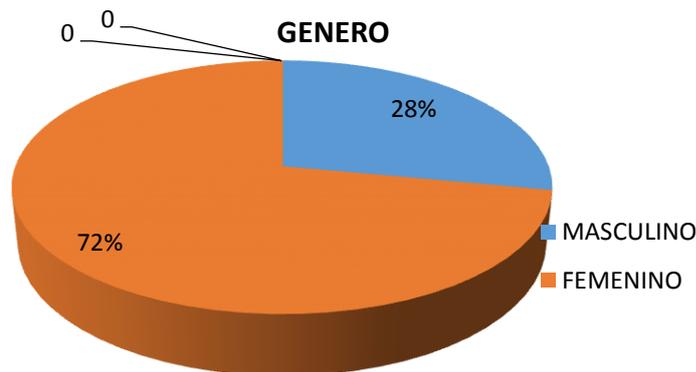


Figura 17 Género.

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Análisis:

Según las encuestas realizadas a 382 personas en el sector del Comité del Pueblo, Sal Isidro del Inca, Carcelén Y Cotocollao un 72% fueron mujeres y un 28% fueron varones.

Edad

Tabla 22 Edad

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORSENTAJE
18-25	114	30%
26-30	229	60%
31- más	39	10%

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

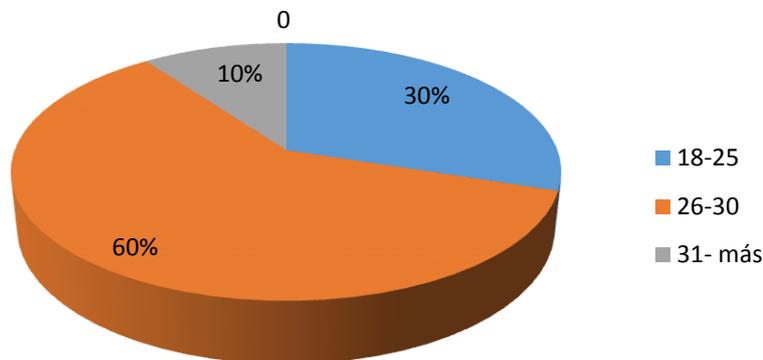


Figura 18 Edad.

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Análisis

Según las encuestas realizadas a 382 personas en el sector del Comité del Pueblo, San Isidro del Inca, Carcelén y Cotacollao se puede observar que un 10% fueron mayores de 31 años, un 30% tiene entre 18 a 25 años y un 60% tienen una edad entre 26 y 30 años de edad.

1.-¿Conoce usted sobre productos hechos con caña guadua o bambú?

Tabla 23 Pregunta 1

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	298	78%
NO	84	22%

Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.

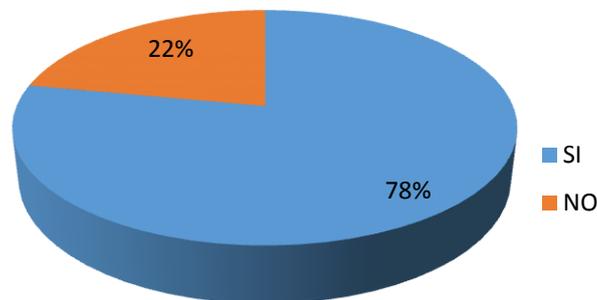


Figura 19 1era Pregunta
Elaborado por. Joselin Cevallos.

Análisis

Según las encuestas realizadas a 382 personas en el sector del Comité del Pueblo, San Isidro del Inca, Carcelén y Cotocollao muestra que un 78% de la población encuestada conoce sobre productos hechos a base de caña guadua y un 22% no conoce nada sobre dichos productos.

2.-¿Está de acuerdo usted en que se use material biodegradable para la elaboración de productos de decoración?

Tabla 24 Pregunta 2

CONCEPTO	FRECUEN CIA	PORCENTAJE
SI	305	80
NO	77	20

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

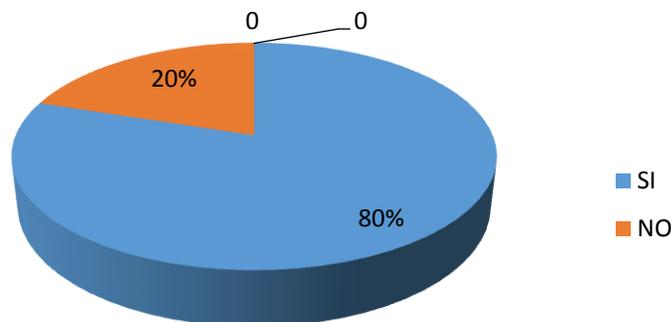


Figura 202da Pregunta.
Elaborado por. Joselin Cevallos.

Análisis:

En este cuadro muestra que un 80% de las personas encuestadas están a favor de que se realicen productos para uso decorativo con material biodegradable ya que ayuda al medio ambiente y un 20% no está de acuerdo en que se use ese tipo de material.

3.-¿Qué tipo de productos decorativos utiliza usted?

Tabla 25 Pregunta 3

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lámparas	114	30%
Esculturas de madera.	57	15%
Artesanías	77	20%
Cuadros, Pinturas	38	10%
Otros	96	25%

Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.

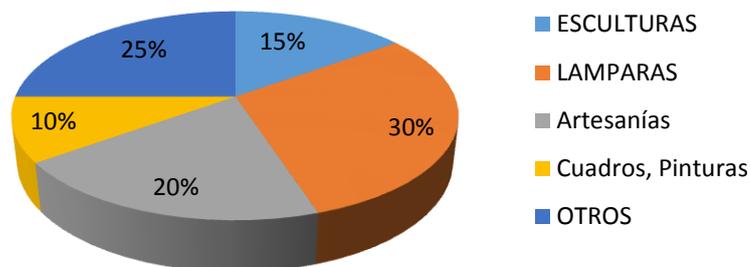


Figura 213era Pregunta.
Elaborado por. Joselin Cevallos.

Análisis

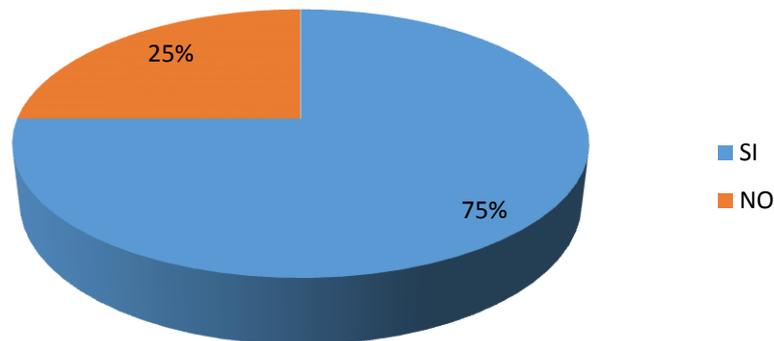
En la evaluación realizada se indica que un 10 % utilizan cuadros o pinturas, un 15% esculturas de madera, un 30% lámparas, un 20% artesanías y un 25% otros tipo de decoraciones.

4.- ¿Le gustaría adquirir una lámpara con dibujado personalizado hecha a base de caña guadua?

Tabla 26 Pregunta 4

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	286	75%
NO	96	25%

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*



*Figura 224ta Pregunta.
Elaborado por. Joselin Cevallos.*

Análisis

En el siguiente cuadro demuestra que un 75% de las personas encuestadas si les gustaría adquirir una lámpara con dibujos tribales personalizado hecha a base de caña guadua y un 25 % no le interesa adquirirla.

5.-¿Cuál considera usted que es la característica más importante en el momento adquirir este producto?

Tabla 27 Pregunta 5

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Color	38	10%
Atractivo visual.	77	20%
Precio	191	50%
Material	57	15%
Otros aspectos.	19	5%

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

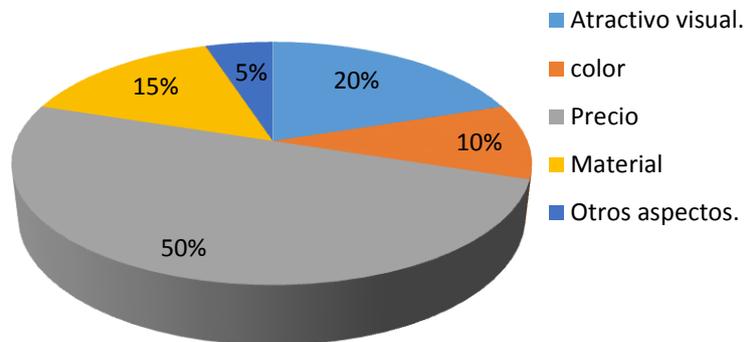


Figura 235ta Pregunta.

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Análisis

El resultado de las encuestas muestra que un 10% se fija más en el color del producto, un 15% en el material con el que está hecha, un 20% se fija mucho en el atractivo visual que tiene y un 50% en el precio del producto adicionalmente encontramos que a un 5% le interesan otros aspectos como el tiempo en que se le entregue el producto, las formas de pago, el tiempo de duración del producto.

6.-¿Con qué frecuencia compraría este producto para la decoración de su hogar o lugar de trabajo?

Tabla 28 Pregunta 6

CONCEPTO	FRECUENCIA	POCENTAJE
Semanal	19	5%
Mensual	96	20%
Cada 3 meses	172	45%
Cada 6 meses	114	30%

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

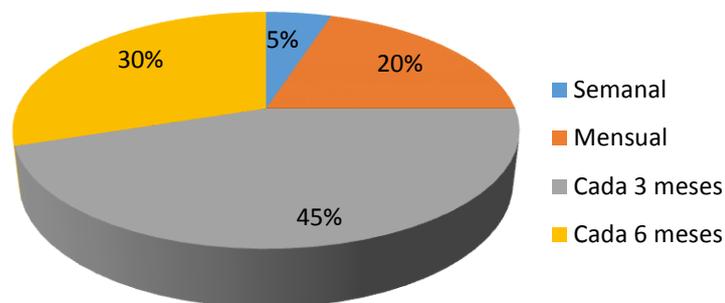


Figura 24 6ta Pregunta.

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Análisis

En la gráfica anterior encontramos que un 5% compraría el producto semanalmente, un 20% lo aría mensualmente, un 30% semestralmente y un 45% trimestralmente.

7.-¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una lámpara personalizada hecha a base de caña guadua?

Tabla 29 "Pregunta 7"

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORSENTAJE
20-25	180	47%
26-30	134	35%
31-35	68	18%

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

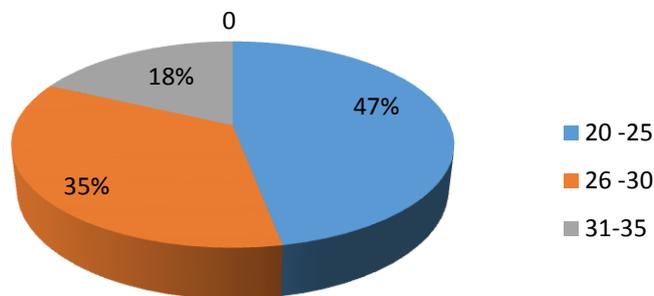


Figura 257ma Pregunta.

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Análisis

Según las encuestas realizadas indican que un 16% de las personas estarían dispuestas a pagar de 31 a 35 dólares, un 35% estaría dispuesto a pagar de 26 a 30 dólares y un 47% de 20 a 25 dólares por una lámpara.

8.-¿Cuál sería su forma de pago?

Tabla 30 Pregunta 8

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Crédito	73	19%
Efectivo	309	81%

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

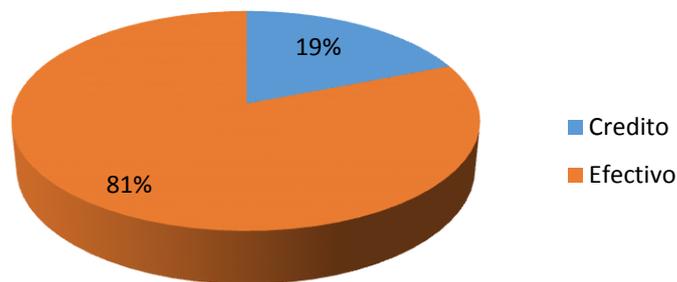


Figura 268va Pregunta.

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Análisis

El gráfico anterior demuestra que un 19% pagaría a crédito y un 81% pagaría al contado por adquirir este producto.

9.-¿Dónde le gustaría adquirir este producto?

Tabla 31 Pregunta 9

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centros comerciales	114	30%
Mercados artesanales.	96	25%
Almacenes.	172	45%

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

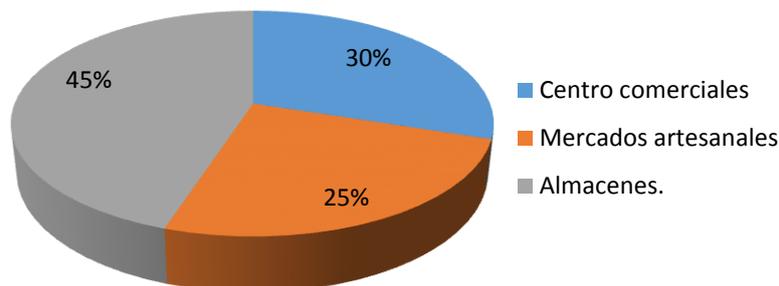


Figura 279na Pregunta.

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Análisis

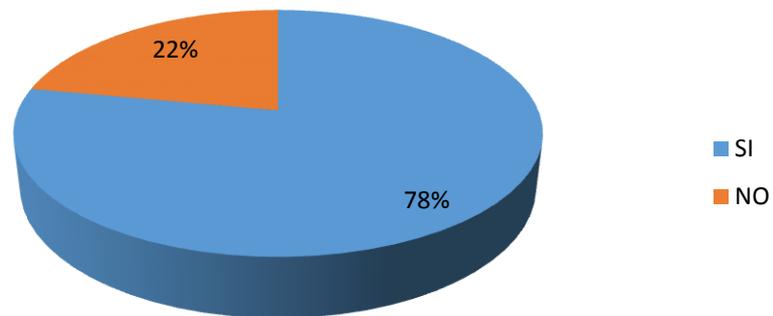
Al realizar el análisis se observa que un 25% de personas comprarían en mercados artesanales, un 30% en centros comerciales y un 45% en un almacén en que se pueda encontrar variedad del mismo.

10 ¿Considera usted que es oportuno que en el Sector Norte de Quito (Comité Del Pueblo) se implemente una empresa de producción y comercialización de lámparas personalizadas hechas a base de caña guadua?

Tabla 32 Pregunta 10

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	298	78%
NO	84	22%

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*



*Figura 2810ma Pregunta.
Elaborado por. Joselin Cevallos.*

Análisis

El 78% de las personas encuestadas están de acuerdo en que se implemente una empresa que comercialice lámparas hechas a base de caña guadua y el 22% piensa que no es necesario.

3.02 Oferta.

Es la cantidad de productos que se ofrecen en el mercado aun determinado precio.

3.02.01 Oferta Histórica.

Es el cálculo que se realiza tomando en cuenta la inflación para proyectar los últimos 5 años y así saber el comportamiento de consumo del bien o servicio en un determinado tiempo.

Tabla 33 Oferta Histórica

Año	Factor de Proyección	Oferta
2017		
2016	1,56%	\$ 42.075.439,80
2015	1,50%	\$ 41.419.062,94
2014	1,56%	\$ 40.797.777,00
2013	1,60%	\$ 40.161.331,67
2012	1,61%	\$ 39.518.750,37

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

3.02.02 Oferta Actual.

Es la cantidad de posibles compradores que existan en el sector en que se pondrá el negocio.

Tabla 34 Oferta Actual

5. Proveedor o marca		\$	Oferta
	1402514,66 x 30%=	280.468,90	Actual
Si 30%			

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

3.02.03 Oferta Proyectada.

Tabla 35 Oferta Proyectada

Año	Factor de Proyección	Oferta
2017	–	\$ 42.075.439,80
2018	1,56%	\$ 41.419.062,94
2019	1,56%	\$ 40.772.925,56
2020	1,56%	\$ 40.136.867,92
2021	1,56%	\$ 39.510.732,78
2022	1,56%	\$ 38.894.365,35

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia

3.04 Demanda.

Cantidad de productos que el cliente está dispuesto a comprar en un mercado y a un determinado precio.

3.04.01 Demanda Histórica.

Tabla 36 Demanda Histórica

Año	Factor de Proyección	Demanda
2017	–	\$ 495.090,73
2016	1,05%	\$ 488.307,99
2015	1,05%	\$ 481.618,17
2014	1,05%	\$ 475.020,00
2013	1,05%	\$ 468.512,22
2012	1,05%	\$ 462.093,61

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

3.04.02 Demanda Actual.

Existen empresas dedicadas a la elaboración de lámparas hechas de caña guadua en diferentes modelos y colores.

Tabla 37 Demanda Actual

1. Consumo aparente	88417x 75% =	66.312,75		
Si 75%	No 25%			
2. Frecuencia de compra	6631275 x 0,45% =	31.166,99	x 12 =	374.003,91
Semanal 5 %				
Mensual 20%				
Trimestral 45%				
Semestral 30%				
3. Aceptación de precio	2984073,75 x 47% =	175.781,84	x 22,5=	495.090,73
20 a 25	47%			
26 a 30	35%	495.090,73		
31 a 35	18%			

Demand
a actual

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

3.04.03 Demanda Proyectada.

Tabla 38 Demanda Proyectada

Año	Factor de Proyección	Demanda
2017	_	495.090,73
2018	1,05%	501.873,47
2019	1,05%	508.749,14
2020	1,05%	515.719,00
2021	1,05%	522.784,35
2022	1,05%	529.946,50

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

3.04.04 Balance Oferta - Demanda

Tabla 39 Oferta Vs Demanda

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2017	1.402.514,66	280.468,93	1.122.045,73
2018	501.873,47	280.889,60	220.983,87
2019	508.749,14	281.310,94	227.438,20
2020	515.719,00	281.732,90	233.986,10
2021	522.784,35	282.155,50	240.628,85
2022	529.946,50	282.578,74	247.367,76

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

CAPITULO IV

4. Estudio Técnico

Es el estudio de toda lo que tenga que ver con el funcionamiento y la operatividad del proyecto, en este verifica que la empresa tenga el espacio suficiente para poder realizar todo los procesos necesarios para elaborar el producto.

4.01 Tamaño del Proyecto.

4.01.01 Capacidad Instalada.

Es la máxima producción que puede tener una empresa bajo determinadas condiciones de operación, teniendo relación con la inversión realizada para determinado proyecto.

LAMPNATURAL por ser una empresa artesanal utiliza solo una amoladora pequeña para el corte de la caña y un cautín para el dibujo tribal personalizado que son los únicos materiales eléctricos que se utiliza para producir las lámparas.

4.01.02 Capacidad Óptima.

4.02 Macro Localización.

También conocida como macro zona es encontrar el lugar más ventajoso para ubicar un proyecto teniendo en cuenta sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.



*Figura 29 Macro localización.
Fuente: D.M.Q.*

4.02.01 Micro Localización.

Identifica los aspectos más relevantes como son la productividad, y comercialización, es el área precisa en que se asentara y operara determinado proyecto.

Tabla 40 Micro localización

SECTOR	FACTORES.	PONDERACIÓN	SUMA
COMITÉ DEL PUEBLO	COMUNICACIÓN.	1	4
	SERVICIOS BASICOS.	0,75	
	ACCESIBILIDAD DE MERCADO.	1	
	COMPETENCIA.	0,25	
	ARRIENDO.	1	
CARCELEN	COMUNICACIÓN.	0,5	2,5
	SERVICIOS BASICOS.	0,75	
	ACCESIBILIDAD DE MERCADO.	0,5	
	COMPETENCIA.	0,25	
	ARRIENDO.	0,5	
COTOCOLLAO	COMUNICACIÓN.	0,5	2
	SERVICIOS BASICOS.	0,75	
	ACCESIBILIDAD DE MERCADO.	0,25	
	COMPETENCIA.	0,25	
	ARRIENDO.	0,25	
SAN ISIDRO DEL INCA	COMUNICACIÓN.	0,25	2,25
	SERVICIOS BASICOS.	0,75	
	ACCESIBILIDAD DE MERCADO.	0,5	
	COMPETENCIA.	0,5	
	ARRIENDO.	0,25	

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.



Figura 30 Macro localización.

Fuente: D.M.Q.

APORTAR AL SECTOR ARTESANAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LÁMPARAS HECHAS A BASE DE CAÑA GUADUA, MEDIANTE PIROGRABADO CON DIBUJOS TRIBALES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

4.03 Ingeniería del Proyecto.

Es el análisis de toda la maquinaria y equipo necesario para el funcionamiento de la empresa, así mismo se identifica la cantidad de insumos que se utilizarían en los procesos para el nuevo producto.

4.03.01 Definición de Bienes y Servicios

Lo bienes y servicios son el resultado del esfuerzo humano que se utilizan para satisfacer necesidades de las personas. Los bienes son productos tangibles y los servicios es el esfuerzo humano por ejemplo el servicio de un dentista.

4.03.02 Distribución de planta.

Es la utilización del espacio de la empresa en la cual se toma en cuenta los departamentos, la maquinaria, el espacio de producción entre otros teniendo como objetivo que la manipulación de materiales e información sea fluida así se podrán minimizar costos y tiempos de producción.

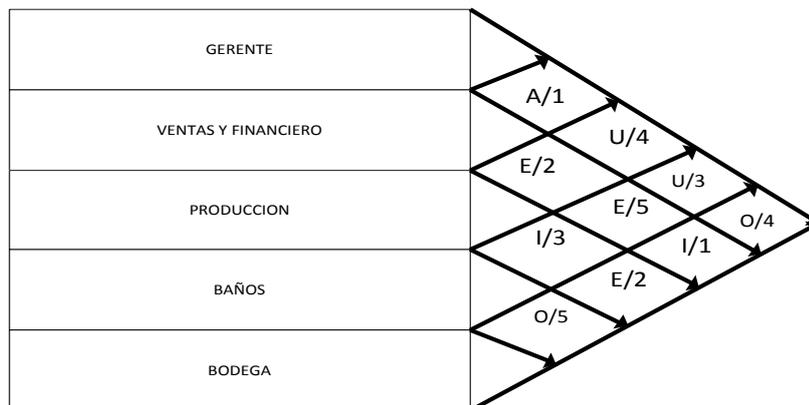


Figura 31 Distribución de Planta
Fuente: Investigación Propia

GRADO DE CERCANIA
CERCANÍA.

A absolutamente necesario.

E especialmente importante.
información.

I importante

O importancia ordinaria.

U Uni importante

X indeseable.

RAZONES DE

1. Flujo de

2. Por procesos

3. Por higiene.

4. Por seguridad.

5. Por conveniencia.

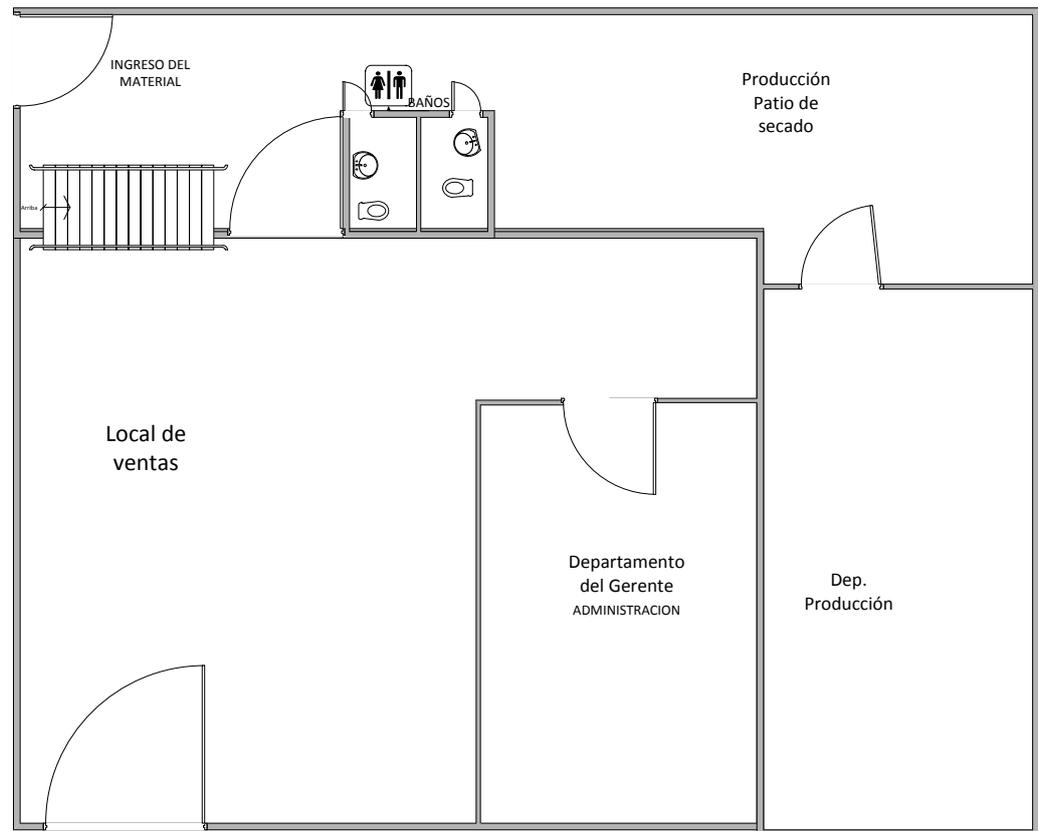


Figura 32 Diseño de Planta
Fuente: Investigación Propia

4.03.03 Proceso productivo.

Es el conjunto de actividades consecutivas con las que se realiza la transformación de materia prima en un producto o servicio con la finalidad de satisfacer una necesidad del cliente.

4.03.03.01 Mapa de procesos.

Es el conjunto de los macro-procesos que se realizan dentro de una empresa u organización, en un mapa de procesos podemos identificar los procesos estratégico, de producción y de apoyo los mismo que tiene una relación en el exterior.

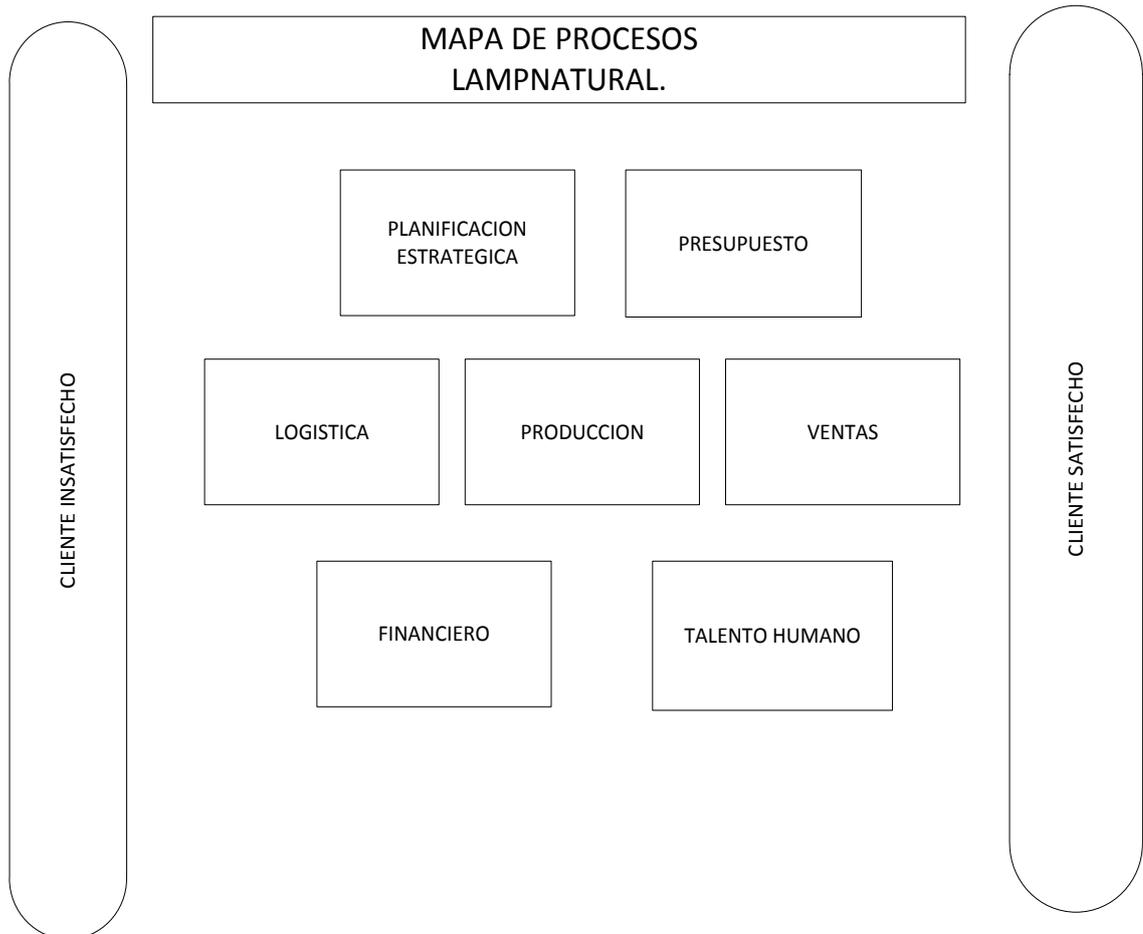
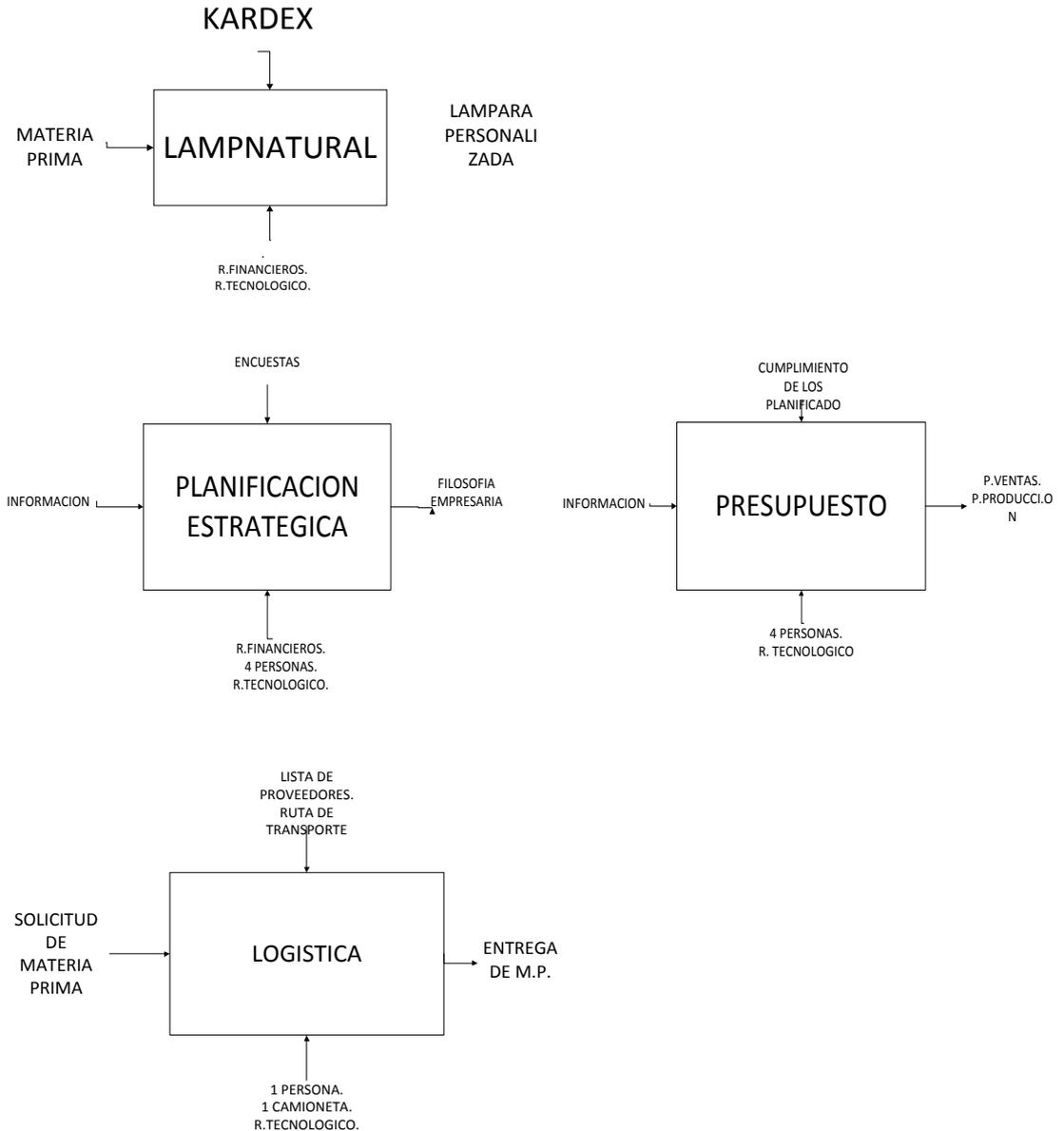


Figura 33 Mapa de Procesos
Fuente: Investigación Propia

4.03.03.02 Metodología IDEF.

Sirve para representar de manera jerárquica las actividades que conforman unos procesos con el que se realiza un producto.



APORTAR AL SECTOR ARTESANAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LÁMPARAS HECHAS A BASE DE CAÑA GUADUA, MEDIANTE PIROGRABADO CON DIBUJOS TRIBALES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

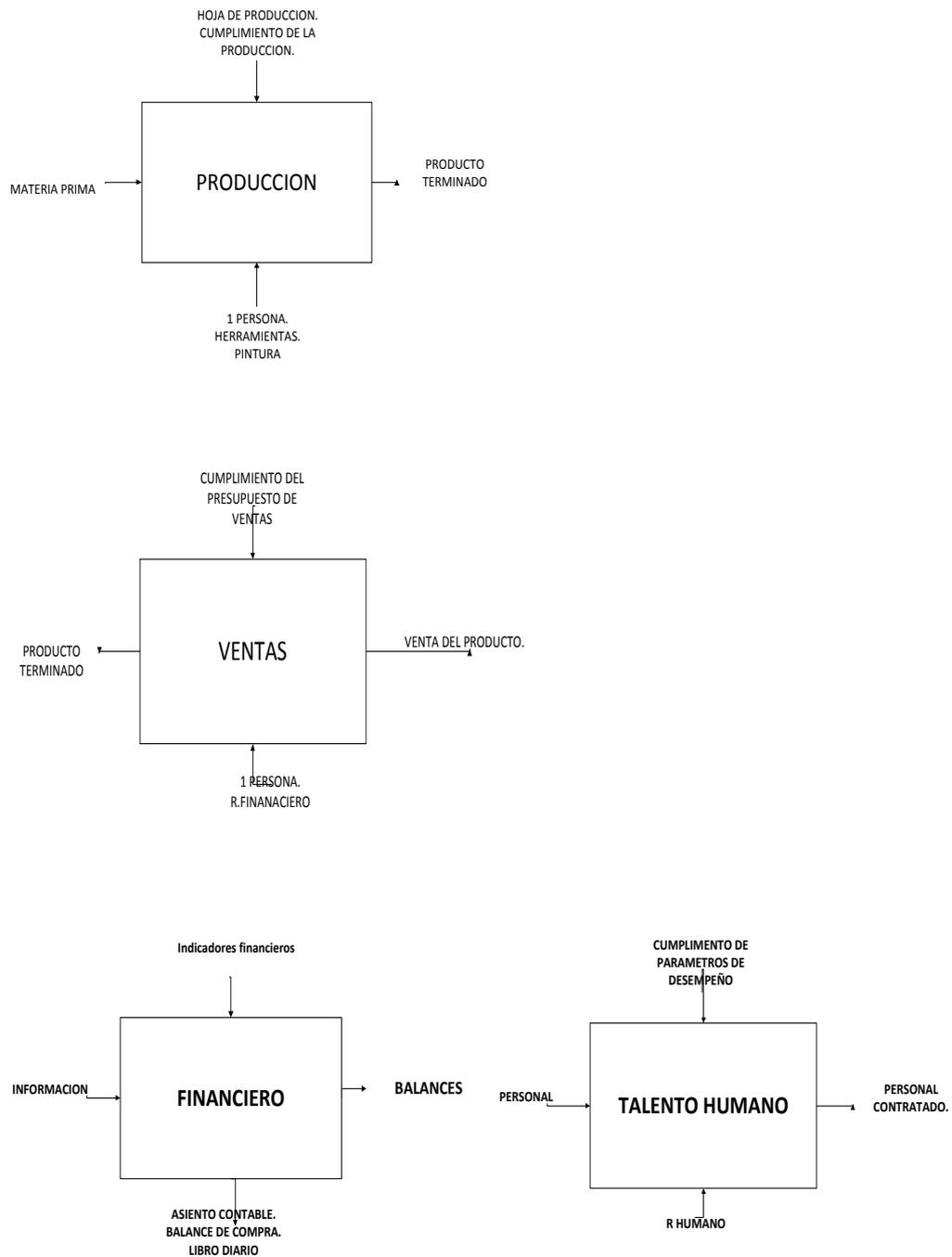


Figura 34 Metodología IDEF 0
Fuente: Investigación Propia

APORTAR AL SECTOR ARTESANAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LÁMPARAS HECHAS A BASE DE CAÑA GUADUA, MEDIANTE PIROGRABADO CON DIBUJOS TRIBALES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

4.03.03 Diagrama Funcional.

Representación gráfica en que se muestra paso a paso el procedimiento para la realización de un producto o servicio.

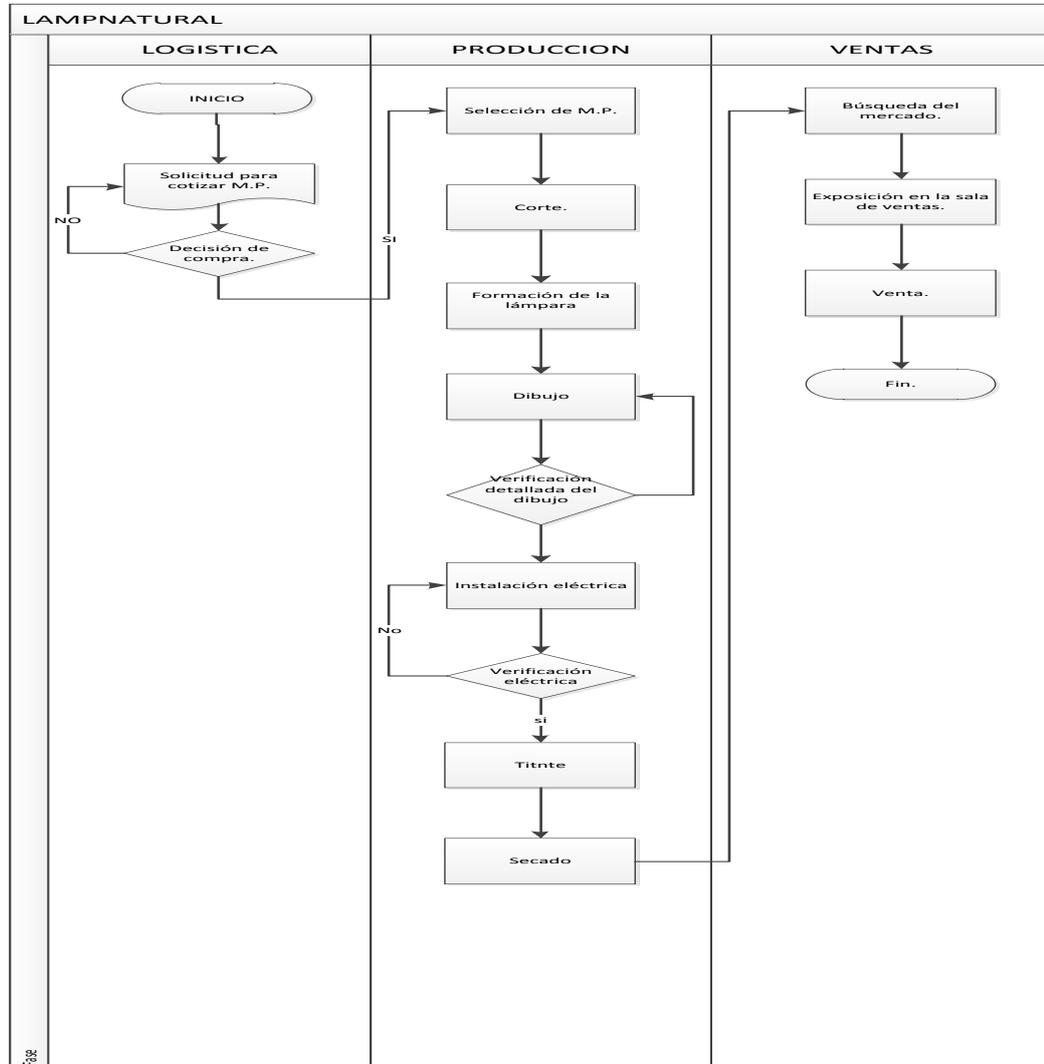


Figura 35 Diagrama Funcional
Fuente: Investigación Propia

4.03.03.03.01 Diagrama Funcional por Tiempos

Representación gráfica que muestra los pasos y tiempos que se demora para llevar a cabo un proceso.

DIAGRAMA DE PROCESOS POR TIEMPOS		
ACTIVIDAD	SIMBOLO	TIEMPO EN MINUTOS
Solicitud para cotisar M.P.		0,30
DECISIÓN DE COMPRA		0,05
SELECCIÓN DE CAÑA		0,01
CORTE		0,10
FEROMACION DE LA LAMPARA		0,20
DIBUJO		0,25
VERIFICACION DETALLADA DEL DIBUJO		0,02
INSTALACION ELECTRICA		0,10
VERIFICACION ELECTRICA		0,05
APLICACIONDE TINTE DE MADERA		0,02
SECADO Y ENBODEGADO		0,04
BUSQUEDA DEL MERCADO		0,30
EXPOSICION EN LA SALA DE VENTAS		0,35
VENTAS		0,10

Figura 36 Diagrama de Procesos por Tiempos
Fuente: Investigación Propia.

4.03.03.04 Flujo grama de planta.

Representación gráfica en la que muestra específicamente los paso a cumplir para la realización de un producto.

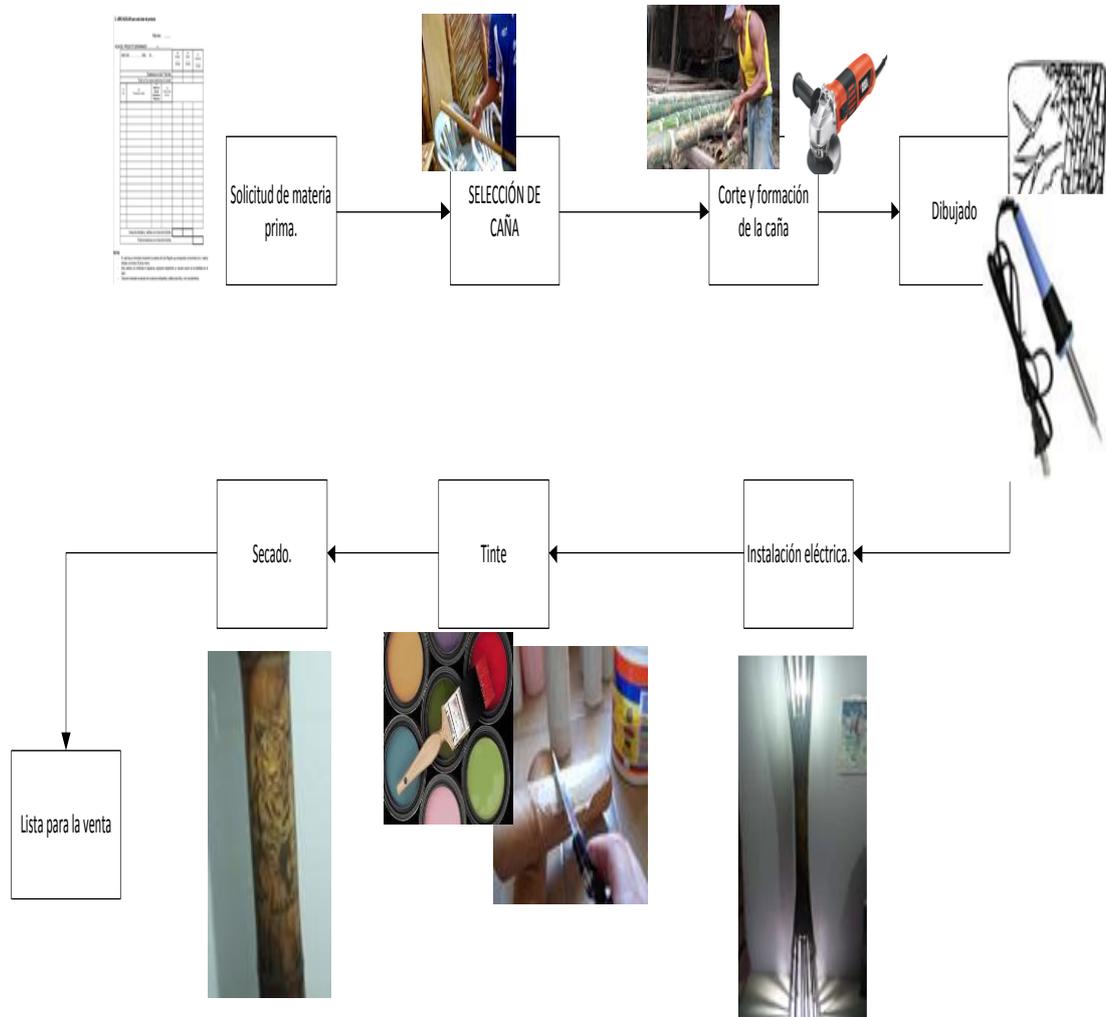


Figura 37 Flujo grama de Planta
Fuente: Investigación Propia

4.03.04 Herramientas

Son objetos elaborados con el fin de facilitar el cumplimiento de una tarea

Amoladora:

Herramienta electro portátil, en el caso de LAMPNATURAL se utilizara una amoladora pequeña marca DeWALT la misma que utiliza un disco de 115.mm o de 125mm y su potencia alterna entre los 500W a 800W, su voltaje es de 110 voltios.



Figura 38 Amoladora
Fuente: Investigación Propia

Cautín:

Soldador eléctrico TRUPER su potencia alterna esta entre 60W alcanza una temperatura de 90° F o 482° C, su voltaje es de 110 voltios.



Figura 39 Cautín
Fuente: Investigación Propia

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero.

5.01 Ingresos Operacionales y No Operacionales.

Son todos ingresos producto de la actividad económica que realiza de la empresa.

Tabla 41 Lámpara de caña guadua grande
**LAMPARA DE CAÑA GUADUA
GRANDE**

Descripción	Lámparas Grandes
Población Comité del Pueblo	88.417
Aceptación	75%
TOTAL DE COMPRA	66.313
Frecuencia de compra	45%
Total clientes	29.841
Aceptación del producto %	50%
Clientes Potenciales	14.920
Clientes	5,63%
Total anual unidades	840
Precio	25
Total ingresos anuales	21.000,42

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia

Tabla 42 Lámpara de caña guadua pequeña
LAMPARA DE CAÑA GUADUA
PEQUEÑA

Descripción.	Lámparas Pequeñas
Población Comité del Pueblo	88.417
Aceptación	75%
TOTAL DE COMPRA	66.313
Frecuencia de compra	45%
Total clientes	29.841
Aceptación del producto %	50%
Clientes Potenciales %	14.920
Clientes Potenciales	5,63%
Total anual unidades	840
Precio	23
Total ingresos anuales	19.320,39
Total Ingresos anuales	40.320,80

Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia

5.02 Costos.

Son gastos que se generan en la realización de un producto o prestación de un servicio.

Tabla 43 Costos

Costos de Producción	Unidades Anuales	Costo Unitario	MP	MO	CIF	C. ANUAL	C.P. Mensual	C.P. M.P. Mensual
Lámpara Grande	840	11,21	6.972,00	1.681,33	759,60	9.412,93	784,41	581,00
Lámpara Pequeña	840	11,21	6.132,00	1.681,33	722,40	8.535,73	711,31	511,00
Total	1680	22,41	13.104,00	3.362,66	1.482,00	17.948,66	1.495,72	1.092,00

Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.

Tabla 44 Costos 2

Lámpara Grande.

COSTOS FIJOS.	13.075,47
COSTOS VARIABLES.	10.665,44

COSTOS VARIABLES UNITARIO.	12,70
----------------------------	--------------

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

Tabla 45 Costos 3

Lámpara Pequeña

COSTOS FIJOS	13.075,47
COSTOS VARIABLES	9.788,24

COSTOS VARIABLES UNITARIO	11,65
---------------------------	--------------

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

Costos de Producción

También llamado costo de operación son todos los gastos generados para hacer fluir in proyecto planteado con el costo de producción de puede establecer el precio del producto.

5.02.01 Costos Directos.

Todo costo que se genera en la fabricación de un solo producto como son los costos de materiales y mano de obra

Tabla 46 Hoja de Costos

HOJA DE COSTOS		
Lámpara Grande		
Materia Prima	Unidad	8,30
Caña Guadua	\$ 0,75	
1.20 cm		
Boquilla	\$ 0,15	
Interruptor	\$ 0,80	
Enchufes	\$ 0,30	
Focos	\$ 1,00	
Cables Gemelos	\$ 0,30	
Tinte de Madera	\$ 5,00	
Mano de Obra		3,49
Sueldo Operario.	3,49	
C.I.F		0,90
Servicio básico	0,21	
Arriendo	0,69	
Costo Producción		12,70
Porcentaje Costo Producción		50,79%
Margen de Contribución		\$ 12,30
Porcentaje utilidad		49,21%
Precio venta		\$ 25,00

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

Análisis.

Después de realizar todos los implementos necesarios para la elaboración de las lámparas grade tenemos como resultados que el costo den materiales es de 8 ,30 dólares , en cuento a mano de obra 3,49 dólares y en servicios básicos 0 ,90 centavos los que nos da un total de 12, 30 dólares que sumándole la utilidad nos muestra un precio de venta de 25 dólares por unidad.

Tabla 47 Hoja de Costos

HOJA DE COSTOS

Lámpara Pequeña

Materia Prima	Unidad	7,30
Caña Guadua	1.20 cm	\$ 0,75
Boquilla		\$ 0,15
Interruptor		\$ 1,00
Enchufes		\$ 0,80
Focos		\$ 0,30
Cables Gemelos		\$ 0,30
Tinte de Madera		\$ 4,00
<hr/>		
Mano de Obra		3,49
Sueldo Operador	3,49	
<hr/>		
C.I.F		0,86
Servicio básico	\$ 0,17	
Arriendo	\$ 0,69	
<hr/>		
Costo Producción		11,65
Porcentaje Costo Producción		50,66%
Margen de Contribución		\$ 11,35
Porcentaje utilidad		49,34%
<hr/>		
Precio venta		\$ 23,00

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

Análisis.

Las cuadros anteriores nos muestran que el costo para elaborar una lámpara pequeña en cuanto a materiales directos es de 7,30 dólares, en cuanto a mano de

obra 3,45 dólares y servicios básicos 0,86 centavos los que nos da una costo de producción de 11, 65 dólares este valor se le suma la utilidad de 49,34% y obtenemos un precio de venta de 23 dólares.

Tabla 48 Costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Caña Guadua 7,2 cm	5,76	1,44
Boquilla	0,30	0,6
Interruptor	1,00	1,00
Enchufes	0,45	0,45
Focos	1,50	3,00
Cables Gemelos	0,35	1,05
Tinte de Madera	5,00	9,00

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

Tabla 49 Mano de obra

	Cargo	Sueldo Mensual	Aporte patronal IESS	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Trabajador 1	Producción	390,00	43,49	32,50	31,25	32,49	529,72	6.356,66
TOTAL SUELDO		390,00	43,49	32,50	31,25	32,49	529,72	6.356,66
Mano de Obra								
Concepto	Sueldo Anual	Mes	Semana	Día	Hora	Minutos por x producto		
Trabajador 1	6.356,66	529,72	122,24	24,45	3,06	0,05		

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

APORTAR AL SECTOR ARTESANAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LÁMPARAS HECHAS A BASE DE CAÑA GUADUA, MEDIANTE PIROGRABADO CON DIBUJOS TRIBALES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

Tabla 50 Costo Mano de Obra

HORAS DIA	DIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
8:00:00	7	35	140	1680

Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.

COSTO DE MANO DE OBRA

COSTO UNIDAD	DIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
3,49	24,45	122,24	529,72	6.356,66

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

5.02.02 Costos Indirectos.

Es aquel que afecta al proceso productivo en general de uno o varios productos, es decir que no lo podemos asignar a un solo producto como son luz, agua, almacenamiento, etc.

Tabla 51 CIF

CIF	MES	UNDS DIA	COSTO UNT	
	ARRIENDO	120	8	\$
SERVICIOS BÁSICOS	30	8	\$	0,21

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

5.02.03 Gastos Administrativos.

Son todo gasto generado en el área de administración de una empresa y no con el proceso productivo como son los salarios del personal que trabaja en el área administrativa.

Tabla 52 Gastos Administrativos

Descripción	Cantidad	Unitario	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Personal Administración	1	400,00	400,00	4.800,00
Arriendos	1	120,00	120,00	1.440,00
Suministros de Limpieza	1	0,00	0,00	0,00
Agua Potable	1	6,00	6,00	72,00
Luz Eléctrica	1	15,00	15,00	180,00
Teléfono	1	15,00	15,00	180,00
Internet	1	20,00	20,00	240,00
Mantenimiento	1	3,00	3,00	36,00
TOTAL			1.200,00	6.948,00

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

Tabla 53 Gasto Sueldos

	Sueldo Mensual	Aporte Patronal IESS	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos De Reserva	Valor Mensual	Valor Anual
Administrador	395,00	44,04	32,92	32,92	32,92	537,79	6.453,51
Vendedor	395,00	44,04	32,92	32,92	32,92	537,79	6.453,51
TOTAL SUELDO	790,00	88,09	65,83	65,83	65,83	1.075,59	12.907,02

Rol De Provisiones

	Sueldo Mensual	Aporte Patronal IESS	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos De Reserva	Valor Mensual	Valor Anual
Administrador	395,00	44,04	32,92	32,92	32,92	537,79	6.453,51
Vendedor	395,00	44,04	32,92	32,92	32,92	537,79	6.453,51
TOTAL SUELDO	790,00	88,085	65,83	65,83	65,83	1.075,59	12.907,02

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

5.02.04 Costos de Venta.

Son los gastos producidos de todos los productos vendidos en un determinado tiempos entre estos podemos encontrar lo invertido en promoción del producto.

Tabla 54 Costo de Venta

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Artículos Promocionales	1	75,00	75,00	900,00
Tarjetas de presentación	1	15,00	15,00	180,00
Sueldo	1		350,00	4.200,00
Combustible diesel	1		50,00	600,00
TOTAL			1.470,00	5.880,00

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

5.02.05 Costos Financieros.

So todos los préstamos o recursos ajenos que se utilizan para el desenvolvimiento de una empresa.

5.02.06 Costos Fijos y Variables.

Son todos los gastos en los que no importa la cantidad de producción hecha estos tiene un tiempo de vida mucho más largo que los costos variables como son el arriendo, la maquinaria, los salario administrativos etc.

5.02 Inversiones.

Es la una cantidad de dinero que utiliza para que se pueda ejecutar un proyecto o actividad.

5.02.01 Inversión Fija.

Es la inversión de activos fijos que pueden ser útiles para la ejecución de un proyecto como son la maquinaria, terrenos, edificios, vehículos.

5.02.01.01 Activos Fijos.

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.

Tabla 55 Activos Fijos

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipo	-76,00					38,00
Muebles y Enseres	-350,00					175,00
Equipos de Oficina	-30,00					15,00
Equipos de Computación	-550,00			-550,00		183,33
TOTAL	-4.475,0			-550,00		411,33

*Elaborado por. Joselin Cevallos.
Fuente: Investigación Propia.*

5.02.01.02 Activos Nominales (diferidos)

Son todos aquellos activos intangibles es decir los gastos previos a la puesta en marchas del proyecto.

5.02.02 Capital de Trabajo.

Son los recursos que necesita la empresa para operar también son llamados activos corrientes.

Tabla 56 Capital de Trabajo

Descripción	1 Mes	1 Mes	1 Mes	TOTAL
Materia Prima	1.092,00	1.092,00	1.092,00	3.276,00
Mano de Obra	529,72	529,72	529,72	1.589,17
Arriendos	120,00	120,00	120,00	360,00
Servicios Básicos	21,00	21,00	21,00	63,00
Gasto Administrativo	558,00	558,00	558,00	1.674,00
Gasto Ventas	1.470,00	1.470,00	1.470,00	4.410,00

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

5.02.03 Fuentes De Financiamiento Y Uso De Fondos.

Es una herramienta de análisis que consiste en la comparación de dos balances de una misma empresa.

5.02.04 Amortización Del Financiamiento. (Tabla De Amortización.)

Es un proceso que sirve para reducir las deudas adquiridas haciendo pagos periódicos en los que se cancelan los intereses y reduce el tamaño de la misma.

Tabla 57 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Inversión :	19.134,17		
Cap. Propio :	15.134,17		
Financiamiento :	4.000,00		
Plazo :	12	MESES	
Interés :	11%	0,94%	
Pagos :	MENSUAL		

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	4.000,00	0,00	0,00	0,00	4.000,00
1	4.000,00	37,43	353,96	316,52	3.683,48
2	3.683,48	34,47	353,96	319,48	3.363,99
3	3.363,99	31,48	353,96	322,47	3.041,52
4	3.041,52	28,46	353,96	325,49	2.716,03
5	2.716,03	25,42	353,96	328,54	2.387,49
6	2.387,49	22,34	353,96	331,61	2.055,87
7	2.055,87	19,24	353,96	334,72	1.721,16
8	1.721,16	16,11	353,96	337,85	1.383,31
9	1.383,31	12,95	353,96	341,01	1.042,30
10	1.042,30	9,75	353,96	344,20	698,10
11	698,10	6,53	353,96	347,42	350,67
12	350,67	3,28	353,96	350,67	0,00
1 año	247,47				

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

5.02.05 Depreciaciones (Tabla De Depreciación.)

Disminución de valor de una moneda o de un bien, en el caso de la depreciación de un bien se toma en cuanto los años de vida que tenga este.

Tabla 58 Tabla de Depreciación

Descripción	Año 0	Vida	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		Útil					
Equipo de Oficina	110,00	10	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00
Equipos de Computación	500,00	3	166,67	166,67	166,67		
Muebles y Enseres	580,00	10	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00
Maquinaria y Herramienta	4,00	10	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40
Vehículo	10.000,00	20	500,00	750,00	750,00	750,00	750,00
TOTAL	11.194,00	53	736	986	986	819	819

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

5.02.06 Estado De Situación Inicial.

También conocido como balance general sirve para saber con qué cuenta la empresa determinando activos, pasivos y el patrimonio de la misma.

Tabla 59 Estado de Situación Inicial

LAMPNATURAL		
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL		
ACTIVOS		
Activo Corriente		7.988,17
Bancos	7.988,17	
Activo no Corriente		11.146,00
Maquinaria y Equipo	76,00	
Vehículo	10.000,00	
Muebles y Enseres	250,00	
Equipo de Computación	550,00	
Equipo de Oficina	20,00	
Gasto de Constitución	150,00	
Estudio de Factibilidad	100,00	
TOTAL ACTIVOS		19.134,17
PASIVOS		
Pasivos no Corrientes		4.000,00
Préstamo Bancario por pagar	4.000,00	
PATRIMONIO		
Capital	15.134,17	15.134,17
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO		19.134,17

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

5.02.07 Estados De Resultados Proyectado (A Cinco Años.)

También conocidos como estado de ganancia y pérdida es un reporte financiero que nos permite observar los ingresos obtenidos y los gastos generados en la empresa

Tabla 60 Estado de Resultados Proformado

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO					
PIB SECTORIAL		3,68%			
PORCENTAJE DE INFLACION		1,12%			
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	40.320,80	41.804,61	43.343,02	44.938,04	46.591,76
(-) Costo de Ventas	20.453,69	20.682,77	20.914,42	21.148,66	21.385,52
(=) Utilidad Bruta en Ventas	19.867,11	21.121,84	22.428,60	23.789,38	25.206,24
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	6.948,00	7.031,38	7.115,75	7.201,14	7.287,56
Gastos de Ventas	5.880,00	5.950,56	6.021,97	6.094,23	6.167,36
Gastos Financieras	247,47	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	6.791,64	8.139,90	9.290,88	10.494,01	11.751,32
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad	6.791,64	8.139,90	9.290,88	10.494,01	11.751,32
(-) 15 % Participación Laboral	1.018,75	1.220,99	1.393,63	1.574,10	1.762,70
(=) Utilidad Antes de I.R.	5.772,90	6.918,92	7.897,25	8.919,91	9.988,62
(-) Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta	5.772,90	6.918,92	7.897,25	8.919,91	9.988,62

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

5.02.08 Flujo De Caja.

Es un informe en que expresa detallados los ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un determinado tiempo.

Tabla 61 Estado de Resultados Proformado

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO						
PIB						
SECTORIAL		3,68%				
PORCENTA						
JE DE						
INFLACIÓN		1,12%				
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
VENTAS	40.320,80	41.804,61	43.343,02	44.938,04	46.591,76	
(-) Costo de Ventas	20.453,69	20.682,77	20.914,42	21.148,66	21.385,52	
Utilidad Bruta en						
(=) Ventas	19.867,11	21.121,84	22.428,60	23.789,38	25.206,24	
Gastos						
(-) Operacionales						
Gastos						
Administrativos	6.948,00	7.031,38	7.115,75	7.201,14	7.287,56	
Gastos de Ventas	5.880,00	5.950,56	6.021,97	6.094,23	6.167,36	
Gastos						
Financieras	247,47	0,00	0,00	0,00	0,00	
Utilidad						
(=) Operacional	6.791,64	8.139,90	9.290,88	10.494,01	11.751,32	
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Otros Egresos						
(-)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Utilidad						
(=)	6.791,64	8.139,90	9.290,88	10.494,01	11.751,32	
15 %						
Participación						
(-) Laboral	1.018,75	1.220,99	1.393,63	1.574,10	1.762,70	
Utilidad Antes de						
(=) I.R.	5.772,90	6.918,92	7.897,25	8.919,91	9.988,62	
Impuesto a la						
(-) Renta PNOC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Utilidad Neta						
(=)	5.772,90	6.918,92	7.897,25	8.919,91	9.988,62	
(+) Depreciaciones	736,07	986,07	986,07	819,40	819,40	
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
EXCEDENTE						
(=) OPERACIONAL	6.508,96	7.904,99	8.883,32	9.739,31	10.808,02	

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

5.03 Evaluación.

Estudio analista que explica la situación económica de una empresa con el fin de saber si un proyecto se puede realizar con éxito teniendo en cuenta su rentabilidad.

5.03.01 Tasa De Descuento.

“Es un factor financiero que se utiliza, en general, para determinar el valor del dinero en el tiempo y, en particular, para calcular el valor actual de un capital futuro o para evaluar proyectos de inversión.”

Tabla 62 Tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO			
TMAR =	$i + f + (i \times f)$		
i = inflación			
f = costo de oportunidad			
Inflación =	1,12	%	0,0112
Costo de Oportunidad =	8,75	%	0,0875
TMAR =	$0,0333 + 0,05 + (0,0333 \times 0,05)$		0,0997
TMAR =	$0,1058 + (0,00241425)$		
TMAR =	0,0997		
TMAR =	9,97%		

Elaborado por. Joselin Cevallos.

Fuente: Investigación Propia.

5.03.02 VAN

Es una herramienta financiera que permite analizar la rentabilidad de un proyecto de inversión, mide los flujos de los futuros ingresos y egresos y tiene un proyecto.

5.03.03 TIR

Es la tasa de descuento de un proyecto, es un porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá el proyecto, esta da una medida relativa de la rentabilidad del mismo.

Tabla 63 TIR

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-19.134,17					
Excedente Operacional		6.508,96	7.904,99	8.883,32	9.739,31	10.808,02
FLUJOS DE EFECTIVO	-19.134,17	6.508,96	7.904,99	8.883,32	9.739,31	10.808,02

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Cevallos

VAN

=

VAN

=

VAN

=

$$- P + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$$

VAN

=

$$-19.134,17 + \frac{6.508,96}{1,09968} + \frac{7.904,99}{1,2092961} + \frac{8.883,32}{1,32983874} + \frac{9.739,31}{1,46239706} + \frac{10.808,02}{1,6081688}$$

VAN

=

$$-19.134,17 + 5.918,96 + 6.536,85 + 6.680,00 + 6.659,83 + 6.720,70$$

TIR =

5.03.04 PRI (Periodo De Recuperación De Inversión.)

Es el tiempo requerido para que la empresa recupere el dinero invertido en un proyecto.

Tabla 64 PRI

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-19.134,17	-19.134,17	1,00	-19.134,17	-19.134,17
1	6.508,96	-12.625,20	0,89	5.773,37	-13.360,79
2	7.904,99	-4.720,21	0,79	6.219,23	-7.141,57
3	8.883,32	4.163,11	0,70	6.199,09	-942,47
4	9.739,31	13.902,41	0,62	6.028,35	5.085,88
5	10.808,02	24.710,44	0,55	5.933,82	11.019,70
PERIODO DE RECUPERACIÓN:			3 años 4 meses	PRVA	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Cevallos

5.03.05. Punto De Equilibrio.

Es el nivel de ventas que tiene que tener una empresa u organización para que sus beneficios y perdidas sean cero.

PUNTO DE EQUILIBRIO LAMPARA DE CAÑA GUADUA GRANDE

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

Costos Fijos:

Gastos Administrativos	6.948,00	3.474,00
Gastos de Ventas	5.880,00	2.940,00
Gasto Financiero	247,47	123,74
TOTAL COSTO FIJO	13.075,47	6.537,74

Precio de Venta unitario 25

Costo Variable Unitario 12,70

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu} = \frac{6.537,74}{12,30} = 531 \text{ Unidades}$$

$$P.E. = 531 \times 25,00 = 13.284,79 \text{ Ventas}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO
LAMPARA DE CAÑA GUADUA GRANDE

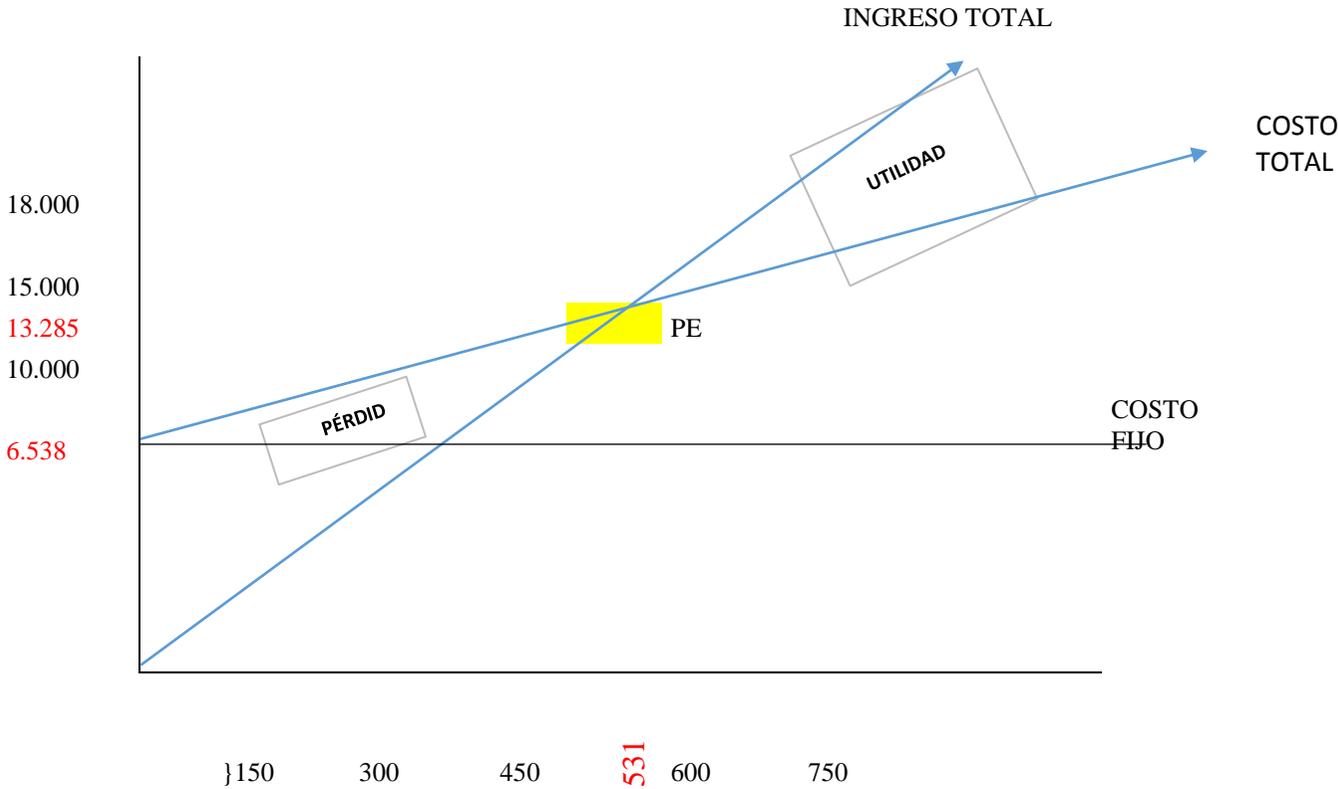


Figura 40 Punto de Equilibrio
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Cevallos

PUNTO DE EQUILIBRIO
LAMPARA DE CAÑA GUADUA PEQUEÑA

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

Costos Fijos:

Gastos Administrativos	6.948,00	3.474,00
Gastos de Ventas	5.880,00	2.940,00
Gasto Financiero	247,47	123,74
TOTAL COSTO FIJO	13.075,47	6.537,74

Precio de Venta unitario 23

Costo Variable Unitario 11,65

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu} = \frac{6.537,74}{11,35} = 576 \text{ Unidades}$$

$$P.E. = 576 \times 23,00 = 13.251,39 \text{ Ventas}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO LAMPARA PEQUEÑA

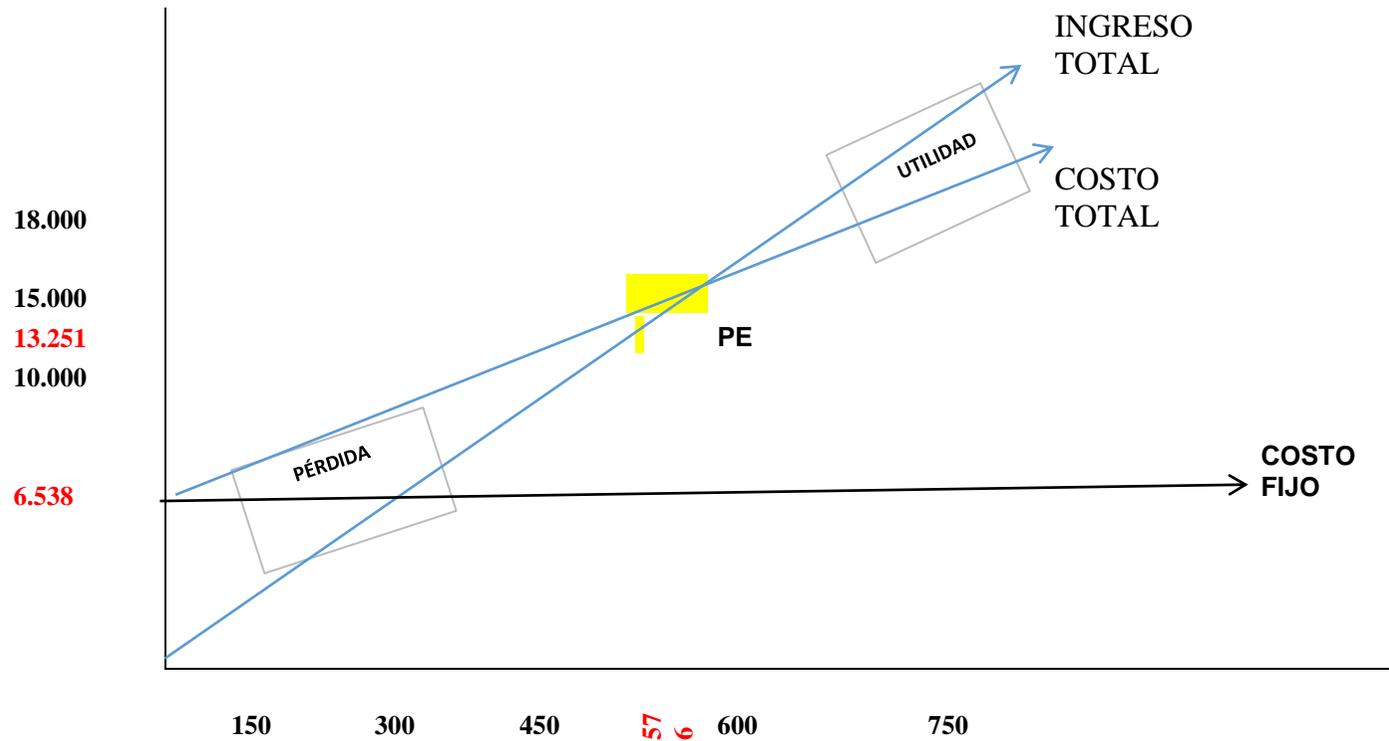


Figura 41 Punto de equilibrio lámpara pequeña
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Cevallos

5.03.06 Análisis De Índices Financieros.

INDICADORES DE RENTABILIDAD

RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO

$$\text{R.O.E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{R.O.E} = \frac{5.772,90}{15.134,17}$$

$$\text{R.O.E} = 0,38$$

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{5.772,90}{4.475,00}$$

$$\text{R.O.A} = 1,29$$

INDICE DE
LIQUIDEZ

$$R.L. = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costo de ventas}}$$

$$R. L. = \frac{40.320,80}{20.453,69}$$

$$R. L. = 1,97$$

INDICE DE ENDEUDAMIENTO

$$\text{ENDEUDAMIENTO} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \times 100\%$$

$$\text{ENDEUDAMIENTO} = \frac{4000,00}{19.134,17} \times 100\%$$

$$\text{ENDEUDAMIENTO} = 20,91$$

INDICE DE RENTABILIDAD

$$\text{R.O.E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{R.O.E} = \frac{5.772,90}{15.134,17}$$

$$\text{R.O.E} = 0,38$$

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{5.772,90}{19.134,17}$$

$$\text{R.O.A} = 0,30$$

Figura 42 INDICADORES DE RENTABILIDAD

INDICADORES DE RENTABILIDAD					
MARGEN BRUTO	49,27%	50,53%	51,75%	52,94%	54,10%
MARGEN OPERACIONAL	16,84%	19,47%	21,44%	23,35%	25,22%
MARGEN NETO	16,14%	18,91%	20,50%	21,67%	23,20%

*Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Cevallos.*

Análisis:

- Con respecto a la tasa de descuento o TMAR, se observó una tasa de 9,97 % valor que se consiguió mediante el cálculo del porcentaje de la inflación más el porcentaje del costo de oportunidad.
- El VAN, se logra conseguir un valor de \$ 13382,17 lo cual es algo objetivo para el desarrollo del proyecto.
- El TIR, en este indicador se obtuvo un valor porcentual del 32,26 % lo cual demuestra que el proyecto tiene rentabilidad y aceptación en la propuesta del negocio.
- El PRI, en el periodo de recuperación a valores actuales obtenemos que se lo hará en 3 años y 4 meses.
- En el punto de equilibrio, con los datos obtenidos anteriormente la empresa necesitara ventas de \$13284,79 en efectivo es decir con 531 unidades en lámparas grandes y \$13251,39 en efectivo es decir 576 unidades en las lámparas pequeñas, para operar sin pérdidas ni ganancias.
- Se encontró un ROE de 0,38 los que significa que el beneficio que obtienen los accionistas no es muy elevado.
- En el ROA se observa que hay un 1 ,29% esto indica que hay una buena rentabilidad en cada dólar invertido
- Índice de liquidez expone un 1 ,97% de la capacidad que generara efectivo para atender pagos y obligaciones.

- Índice de endeudamiento, se observa un 20,91 % conformado por el nivel de endeudamiento que deberá LAMPNATURAL en el lapso de sus movimientos en la microempresas.

CAPÍTULO VI

6. Impacto ambiental.

6.01 Impacto Ambiental.

Es el efecto que producen las actividades que realiza el ser humano las mismas que pueden alterar el equilibrio natural y causar fenómenos naturales catastróficos.

LAMPNATURAL es una micro empresa que trabaja en el sector artesanal en la producción de lámparas hechas a base de caña guadua que es un producto biodegradable, las mismas que producen muy poco desecho como es el aserrín el mismo que no afecta negativamente al medio ambiente ya que se puede reutilizar como abono para la tierra y en el caso de LAMPNATURAL este desecho será utilizado como abono.

6.02 Impacto Económico.

Es toda afectación sea esta positiva o negativa a la economía de un trabajador.

LAMPNATURAL sería un apoyo también en el aspecto económico ya que fomenta fuentes de empleo tanto a hombre como a mujeres y es una actividad en la que no se necesita demasiado esfuerzo físico pero si mucha creatividad.

6.03 Impacto Productivo.

LAMPNATURAL Aporta a la matriz productiva generando ingresos y una concientización en cuanto a la compra de los productos hechos en Ecuador antes que los extranjeros ya que es un producto de buena calidad, accesible y ayuda el medio ambiente..

6.04 Impacto Social.

Se refiere al cambio efectuado directamente a la comunidad ya sea en su trabajo, su vivienda o su vida cotidiana

LAMPNATURAL tiene un impacto social positivo ya que una de las finalidades de este proyecto es que la comunidad tome conciencia en el uso de productos biodegradables que no afecten al medio ambiente y al resto de personas.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones Y Recomendaciones.

7.01. Conclusiones.

- En elaboración de LAMPNATURAL se utilizó materiales que son amigables con el medio ambiente ya que son biodegradables, estableciendo una diferencia entre los productos ya existente en el mercado, resaltando que el trabajo se realiza manualmente haciendo de este un diseño único y personalizado. En el proceso de elaboración de lámparas se expulsa muy poco desecho lo que provoca un impacto ambiental bajo, as que el aserrín obtenido se utilizara como abono
- De acuerdo a la encuesta realizada a 382 distribuidas en el sector del comité del pueblo, san isidro del inca Carcelen y Cotocollao se concluyó que hay una aceptación del 75% en cuanto al producto, teniendo en cuenta que la frecuencia de compra seria cada 3 meses a un precio de entre 20 y 25 dólares de acuerdo a la solicitud del cliente.
- En la producción de lámparas hechas a base de caña guadua se necesitara una inversión de \$19134,17 el mismo que cubre los gastos administrativos,

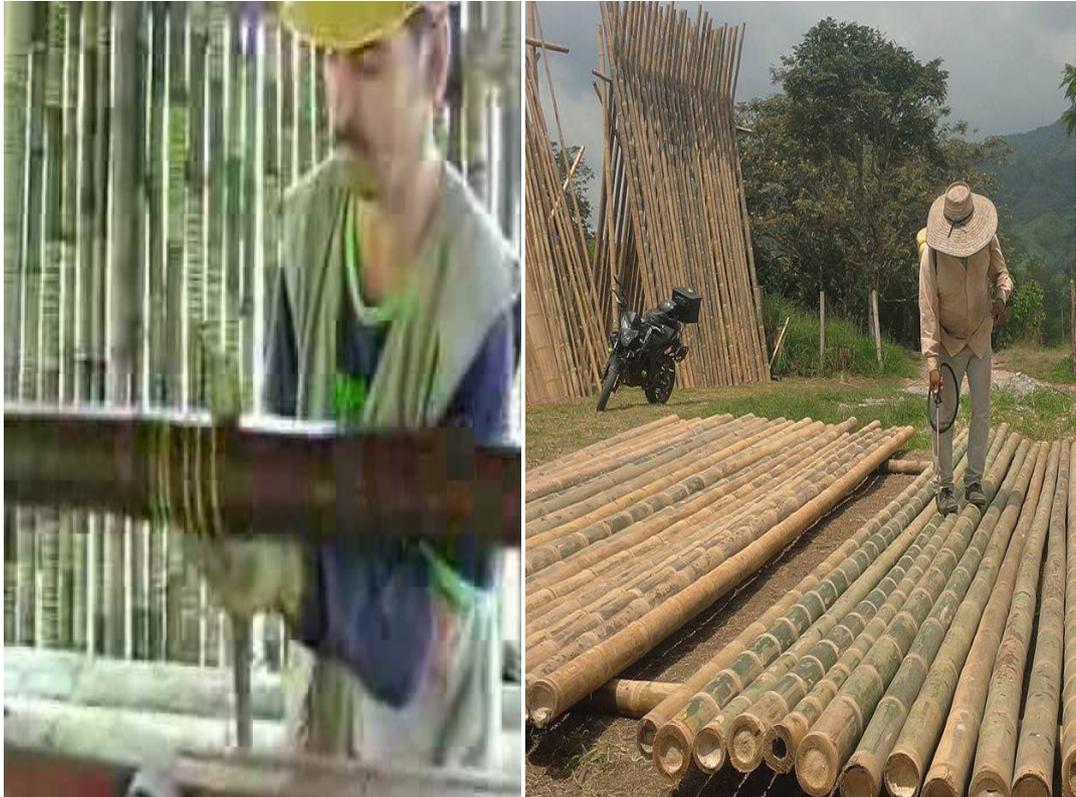
de producción y de ventas que se realizaran durante los primeros 3 meses de funcionamiento.

- Según la investigación que se realizó, demuestra que hay un VAN de 13382,12 y un TIR de 32,26 % lo que nos demuestra que el proyecto es viable.

7.2 Recomendaciones.

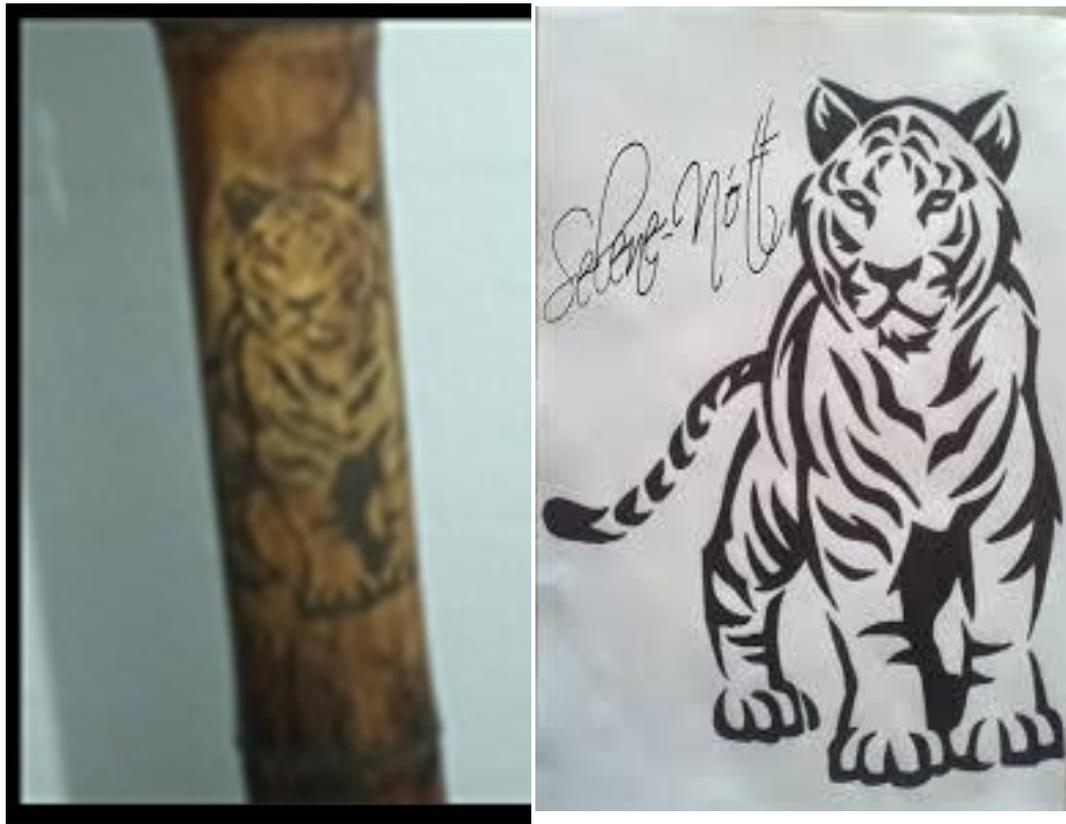
- Se debe tomar en cuenta que los trabajadores de la empresa necesita EPP como son guantes y gafas, a pesar que no es una actividad con muchos riesgo siempre se debe cuidar la integridad de todos los integrantes de la empresa así mismo estudiar constantemente a la competencia buscando siempre implementar mejores técnicas de marketing.
- Se recomienda la búsqueda de nuevos diseños en el producto con el fin de que el cliente se incentive a adquirirlo.
- Es indispensable realizar seguimientos a los indicadores financieros de la empresa, para tomar acciones de mejora continua, mejorando así la liquidez de la empresa.

ANEXOS



Anexo 1 Caña

APORTAR AL SECTOR ARTESANAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LÁMPARAS HECHAS A BASE DE CAÑA GUADUA, MEDIANTE PIROGRABADO CON DIBUJOS TRIBALES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.



Anexo 2 Pirograbado 1



Anexo 3 Pirograbado Cordillera

APORTAR AL SECTOR ARTESANAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LÁMPARAS HECHAS A BASE DE CAÑA GUADUA, MEDIANTE PIROGRABADO CON DIBUJOS TRIBALES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.



Anexo 4 Pirograbado de un rostro



Anexo 5 Lámpara Terminada 2

APORTAR AL SECTOR ARTESANAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LÁMPARAS HECHAS A BASE DE CAÑA GUADUA, MEDIANTE PIROGRABADO CON DIBUJOS TRIBALES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2017.

BIBLIOGRAFÍA

Capital de trabajo. (28 de junio de 2011). Obtenido de

<http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>

Productos Gestión Comercial. (2011). Obtenido de

<http://www.tesipro.com/content/gestion-comercial>

Entorno Interno y Externo de la Empresa. (5 de febrero de 2013). Obtenido de

<http://www.adesor.com/2013/02/entorno-interno-y-externo-de-la-empresa.html>

Técnicas de Recolección de Información. (30 de julio de 2015). Obtenido de

http://www.ecured.cu/index.php/T%C3%A9cnicas_de_Recolecci%C3%B3n_de_Informaci%C3%B3n

Wikipedia. (17 de marzo de 2015). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Cliente panorama general](https://es.wikipedia.org/wiki/Cliente_panorama_general) . (2016).

Abellán, M. A. (2006). La evaluación del impacto ambiental de proyectos y actividades agroforestales. Univ de Castilla La Mancha.

acuña, J. a. (17 de marzo de 2013). *Las 4 P (Preci, Producto, Plaza y Promocion)*.

Recuperado el 14/07/2015 de julio de 2015, de

<http://acualonit.overblog.com/las-4-p-prec-i-producto-plaza-y-promocion>

ASTROS, I. J. (s.f.). *Monografias.com*. Recuperado el 2015, de Índices financieros:

<http://www.monografias.com/trabajos90/indices-financieros/indices-financieros.shtml#ndicesfina>

Batista, D. G. (s.f.). *BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias*

Sociales. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros->

gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFO
RMACION.htm

Beraja, I. (1986). *Ciclo de adiestramiento en preparación y evaluación de proyectos de desarrollo agrícola. Material didáctico I*. Venezuela: IICA Biblioteca.

betur, k. (2014). principios de una empresa. 34.

Bounlager, F. J. (2007). *Costos industriales*. Cartago: Editorial Tecnológica de CR.

Bu, R. C. (1981). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Editorial Limusa.

C, A. (04 de junio de 2010). Obtenido de

<http://es.slideshare.net/alonchicharrina96/proceso-productivo-4414938>

C., J. D. (2008). *Periodo de recuperación de la inversión - PRI*. Obtenido de

<http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

Carmen Fullana Belda. (2008). *Manual de contabilidad de costes*. Matriz: Delta Publicaciones.

carrera, j. (2016). riesgo país. *el universo* .

CATIE, B. O. (2001). *Estudio de Mercado Y Comercialización*. Bogotá.

correa, c. t. (6 de diciembre de 2012). *Gestión Operativa de las Organizaciones*.

Obtenido de

<http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>

Cortez, Y. (11 de Septiembre de 2010). *slideshare*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/anarosamendezfrancisco/factor-tecnologico>

Cuenca, H. C. (2006). *Auditoría del sector solidario: Aplicación de normas internacionales*. ECOE Ediciones.

- Díaz-Giménez, J. (1999). Macroeconomía: primeros conceptos. En *Macroeconomía: primeros conceptos* (pág. 476). España: Ediciones Graficas Rey.
- Dongo, A. (2009). SIGNIFICADO DE LOS FACTORES SOCIALES Y CULTURALES. *Revista de Investigacion Psicologia*, 237.
- Enciclopedia de la Politica de Rodrigo Borja*. (s.f.). Obtenido de <http://www.encyclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=&por=p&idind=1183&termino=>
- Enciclopedia Financiera*. (s.f.). Obtenido de Gastos de Administracion: <http://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>
- Endeavor. (22 de julio de 2009). *La competencia directa e indirecta*. Obtenido de <http://www2.esmas.com/emprendedor/articulos/emprendedores/080883/competencia-competencia-directa-competencia-indirecta/>
- Faga, H. A. (2006). *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores de...* Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Gachet, N. (24 de enero de 2014). Obtenido de La republica: <http://www.larepublica.ec/blog/opinion/2014/01/24/la-matriz-productiva-3/>
- Gallego, C. F. (2006). *Elaboracion y presentacion de una proyecto de investigacion y una tesina*. Barcelona: Edicions Universitat.
- Gallegos, J. (2013). *Poryectos de investigacion*. Mexico: M.C.
- garduñogu.mx. (12 de enero de 2012). *Elaboracion de Proyectos Educativos y Sociales*. Obtenido de <http://garduno-elaboracion-de->

proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html

Garzon, A. (2015). *TIPOS DE INVERSIÓN EN PROYECTOS DE INVERSIÓN*.

Obtenido de

http://www.academia.edu/6967011/TIPOS_DE_INVERSI%C3%93N_EN_PROYECTOS_DE_INVERSI%C3%93N

gknight. (03 de marzo de 2011). *Definiciones de* . Obtenido de

<http://www.definicionesde.com/e/marco-legal/>

Hernandez, D. M. (17 de marzo de 2011). *10 Definición de Ingeniería de Proyectos*.

Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/50920962/10-Definicion-de-Ingenieria-de-Proyectos#scribd>

Ismael Quintanilla Pardo, G. B. (2014). En *Comportamiento del consumidor* (pág. 240). Barcelona.

Iturrioz del Campo, J. (2015). *expansion.com*. Obtenido de VALOR

ACTUALIZADO NETO (VAN): <http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>

J, H. (2015). MARKETING. *GESTIOPOLIS*, 173.

JimenaPaspuel. (7 de julio de 2012). *SlideShare*. Obtenido de Exposicion inversion

fija: <http://es.slideshare.net/JimenaPaspuel/exposicion-inversion-fija>

JNDA. (s.f.). CALIFICACION ARTESANAL.

K., A. (2 de febrero de 2012). *Crece Negocios*. Obtenido de Cómo elaborar un flujo

de caja: <http://www.crecenegocios.com/como-elaborar-un-flujo-de-caja/>

- K., A. (26 de marzo de 2012). *Focus group*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/focus-group/>
- KIstvan. (2011). *Planeación*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/concepto-planeacion>
- LAWRENCE. (29 de agosto de 2009). *Una Propuesta Estratégica Innovadora Parte I*. Recuperado el 20015
- Lima, J. E. (2009). *Indicadores de comercio exterior*. Santiago de Chile: Copyright Naciones Unidas.
- Limusa, E. (1987). *Proyectos de inversión en ingeniería: (su metodología)*. Mexico.
- Lister, o. (s.f.). *eHow*. Obtenido de ¿Cuál es la definición de tasa de descuento?: http://www.ehowenespanol.com/definicion-tasa-descuento-info_338649/
- LIUS, T. (2013). *Significados*.
- lopez, j. (2011). una nueva vista. *vistasio*, 87.
- Luis, M. (2012). *proyectos*. madrid: M.C.
- Macedo, J. J. (2003). *Economía*. Ediciones Umbral.
- Malowany, J. M. (21 de marzo de 2010). *Marketing Empresas*. Obtenido de <http://marketingempresasciudades.blogspot.com/2010/03/definicion-de-competidores-para.html>
- Martínez, A. E. (20 de enero de 2007). *Bloger*. Obtenido de Factor económico: <http://alaneduardobaosmartinez.blogspot.com/2007/01/factor-econmico.html>
- Martinez, L. (2001). *Guía para la presentación de proyectos*. Mexico: siglo xxi editores.

- Mexico. (1987). *Proyectos de inversión en ingeniería: (su metodología)*. En Erossa.
Mexico: Editorial Limusa.
- miguel. (2016). *artesanias en ecuador. diario la hora*.
- MMEditores. (2005). *Gestión de proyectos*. Bogota.
- Motino, J. A. (s.f.). *LOCALIZACION ÓPTIMA DEL PROYECTO*. Obtenido de
<http://es.scribd.com/doc/50859402/LOCALIZACION-OPTIMA-DEL-PROYECTO#scribd>
- Mundo Planeta*. (s.f.). Obtenido de
http://www.economia.com.mx/tasas_de_interes.htm
- Negocios, E. E. (2013 de abril de 2013). *Las 4 P del marketing*. Obtenido de
<http://www.buenosnegocios.com/notas/324-las-4-p-del-marketing>
- Orozco, D. (14 de abril de 2014). *Definición de Objetivo*. Obtenido de
<http://conceptodefinicion.de/objetivo/>
- Parkin, M. (2007). *Macroeconomía: versión para latinoamérica*. Mexico: Pearson
educacion de mexico.
- Pascual, R. C. (1988). *Planificación y rentabilidad de proyectos industriales*.
Barcelona: Marcombo.
- Perez, J. (2014). *administracion publica . alteco*, 57.
- Ramos, M. (2015). *marketing integral . Buenos negocios*, 12.
- Rodrigo, M. (2014). *projeent management. businnes scholl*, 25.
- rodrigues, j. (2012). *estudio local . MSD*.
- Rojas, T. E. (s.f.). *Objetivos específicos de un proyecto – ¿Cómo hacerlos?* Obtenido
de <http://aprenderlyx.com/objetivos-especificos-de-un-proyecto/>

- Rojas, T. E. (s.f.). *Objetivos generales de un proyecto – ¿Cómo hacerlos?* Obtenido de <http://aprenderlyx.com/objetivo-general-de-un-proyecto-que-son-objetivos-generales/>
- Sarmiento, J. A. (2007). *Matemáticas financieras en Microsoft Excel. La hoja de cálculo como herramienta de solución de problemas.* Pontificia Universidad Javeriana.
- Sinisterra, G. (2007). *Contabilidad Administrativa.* Bogota : ECOE EDICIONES.
- Talaya, Á. E. (2008). *Principios de marketing.* ESIC Editorial.
- teamomuxo. (07 de febrero de 2012). *Estado de situacion inicial.* Obtenido de <http://estadconta1933.blogspot.com/>
- Thompson, I. (JUNIO de 2005). *Concepto de Misión.* Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm>
- Torres, M. A. (2005). *Precios unitarios.* Tabasco : Univ. J. Autónoma de Tabasco.
- Troche, C. M. (1 de octubre de 2011). *Blogspot.* Obtenido de Tasas Activas y Pasivas: <http://activasypasivasbcb.blogspot.com/2011/10/definicion-de-tasas-activas-y-pasivas.html>
- Universia. (s.f.). *Universia.* Obtenido de <http://noticias.universia.ad/en-portada/noticia/2013/04/09/1015839/ventajas-desventajas-tomar-cafe.html>
- Váquiro, J. D. (2007). *PYMES FUTURO.* Obtenido de LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO: <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- Vazquez, D. G. (2005). *Contabilidad financiera.* Bogota.
- Venezuela, I. B. (1970). *Organizacion Y Administracion Universitarias.*

Vera, E. A. (20 de febrero de 2003). *Gestiopolis*. Obtenido de

<http://www.gestiopolis.com/conceptos-macroeconomia/>

Washington, I. (s.f.). *¿Qué es un análisis interno de la empresa?* Obtenido de

http://www.ehowenespanol.com/analisis-interno-empresa-hechos_118926/

Zumárraga, D. M. (27 de enero de 2006). *derechoecuador.com*. Obtenido de Cómo

se mide el riesgo país:

<http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechoeconomico/2006/01/27/coacutemo-se-mide-el-riesgo-paiacutes>



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS JESSICA VINUEZAaaaaaa.pdf (D30286300)
Submitted: 2017-08-30 00:23:00
Submitted By: jessica08pao@hotmail.es
Significance: 8 %

Sources included in the report:

Tesis Elizabeth Puebla Rivera.docx (D26844777)
ALIZON VINUEZA.pdf (D30285754)
TESIS YA LISTA.docx (D26936833)
jose carmona-proyecto.docx (D30272473)
jose carmona-proyecto final.pdf (D30272592)
FABRICIO AYALA.docx (D30273523)
fernandezenriquez.jenniferzuleica.docx (D19494482)
<http://www.fundapymes.com/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2225/1/T-ESPE-014789.pdf>
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/2513/RHP-16-17-1722597347.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1700/1/T-ESPE-019360.pdf>
<http://economipedia.com/definiciones/tasa-de-desempleo-paro.html>
<http://mariegastadmonhond11.blogspot.com/pi/contenidos.html>
<http://www.sintelia.com/el-impacto-economico-de-la->
<https://www.pymesfuturo.com/liretorno.htm>
<http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx>
<https://www.gedesco.es/blog/que-es-el-punto-de->
<https://contabilidad.com.do/clasificacion-de-los->

Instances where selected sources appear:

63