



CARRERA DE ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA

AMPLIAR EL MERCADO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ADORNOS PARA EL HOGAR
A BASE DE MATERIAL RECICLADO UBICADO EN LA PROVINCIA DE
PICHINCHA EN EL SECTOR EL EJIDO DEL DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO 2016.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Diana Gabriela Tixicuro Guerrero

Tutora: Ing. Mayra Valverde

Quito, Mayo 2016

DECLARATORIA

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

DIANA GABRIELA TIXICURO GUERRERO

CC 1724550411

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, DIANA GABRIELA TIXICURO GUERRERO alumna de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor De mi investigación en favor del Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

Diana Gabriela Tixicuro Guerrero

CC 1724550411

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, DIANA GABRIELA TIXICURO GUERRERO portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1724550411 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “Administración Bancaria y Financiera” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA _____

NOMBRE _____

CEDULA _____

Quito, a los

AGRADECIMIENTO

El presente proyecto es el resultado de todo el esfuerzo y dedicación que he obtenido en todos estos años de estudiante y siempre con la ayuda de Dios como el soporte de mi existencia.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, por brindarme una oportunidad de formarme como un profesional íntegro y humano.

Agradezco a mis padres y familiares que me brindaron su apoyo incondicional en todo momento y lucharon conmigo para llegar a una meta más que me propuse en mi vida, con una palabra de aliento dándome fuerzas para llegar hasta el fin de mis estudios les agradezco todo su apoyo brindado en todo este tiempo. A mis amigos y compañeros con los que compartí muchas cosas alegrías, tristezas han sido mi apoyo y mi fuerza para seguir adelante y cumplir una meta más en mi vida.

Agradezco a todos los docentes que me inculcaron valores día con día, compartiendo sus conocimientos y sus consejos brindados, gracias por formar cada uno parte de mi vida y hacer de mi otra persona diferente. A mi tutora que supo guiarme, compartiendo así sus conocimientos. En especial a mi profesora Daisy Romo y Roberto López Y a todas las personas que de una u otra forma colaboraron con la culminación de este proyecto.

i.

DEDICATORIA

Dedico primero a Dios por haberme dado el regalo de la vida, por haber cuidado de mí y bendecirme cada día en cada paso que daba.

A los seres incondicionales que llenan mi existencia con alegrías, que a pesar de las dificultades y las tristezas vividas han sabido comprenderme, guiado y apoyado siempre en todo momento. Brindándome sus consejos, apoyándome motivándome para que siga adelante y cumpla mis sueños, gracias por haber creído en mí.

A mis Padres

José y Delia

Y

Hermanos

INDICE DE CONTENIDOS

DECLARATORIA	i
CESIÓN DE DERECHOS	ii
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
INDICE DE CONTENIDOS	vi
INDICE DE TABLAS	xvi
INDICE DE FIGURAS	xx
RESUMEN EJECUTIVO	xxii
ABSTRACT	xxiv
CAPÍTULO I	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 Justificación	2
1.3 Antecedentes	4
CAPITULO II	7
2. ANALISIS SITUACIONAL	7
2.1 Ambiente Externo	8

2.1.1	Factor Económico.....	8
2.1.1.1	PIB (Producto Interno Bruto).....	9
2.1.1.2	Inflación.....	10
2.1.1.3	Tasa de Interés.....	12
2.1.1.3.1	Tasa Activa.....	13
2.1.1.3.2	Tasa Pasiva.....	14
2.1.1.4	Balanza comercial.....	16
2.1.2	Factor social.....	17
2.1.2.1	Capacidad Empresarial.....	17
2.1.2.2	Índice de desempleo.....	17
2.1.2.3	Población económicamente activa (PEA).....	18
2.1.3	Factor legal.....	20
2.1.4	Factores Tecnológicos.....	26
2.2	Entorno Local.....	26
2.2.1	Clientes.....	27
2.2.2	Proveedores.....	28
2.2.3	Competidores.....	29
2.3	Análisis Interno.....	31
2.3.1	Propuesta Estratégica.....	31

2.3.1.1 Misión	31
2.3.1.2 Visión	31
2.3.1.3 Objetivos.....	32
2.3.1.3.1 Objetivo General.....	32
2.3.1.3.2 Objetivo Específicos	33
2.3.1.4 Principios	33
2.3.1.5 Valores.....	34
2.3.2 Gestión Administrativa.....	34
2.3.2.1 Planeación.....	35
2.3.2.2 Organigrama Estructural.....	37
2.3.2.3 Organigrama Funcional	37
2.3.3 Gestión Operativa.....	38
2.3.3.1 Manual de Funciones.....	39
2.3.3.2 Descripción de Cargo y Funciones	39
2.3.3.3 Perfil de Cargo.....	41
2.3.3.4 Proceso Productivo.....	42
2.3.4 Gestión Comercial.....	43
2.3.4.1 Marketing Mix.....	44
2.3.4.1.1 Producto.....	45

2.3.4.1.1	Empaque o Presentación.....	47
2.3.4.1.1.2	Marca.....	49
2.3.4.1.1.3	Eslogan.....	50
2.3.4.1.2	Precio.....	50
2.3.4.1.3	Plaza.....	51
2.3.4.1.3.1	Canales de Distribución.....	52
2.3.4.1.4	Promoción.....	54
2.3.4.1.4.1	Publicidad.....	55
2.3	Análisis FODA.....	59
2.4.1	Parte Interna: En la parte interna del análisis consta de dos partes que son las fortalezas y las debilidades de la microempresa.....	59
2.4.1.1	Fortalezas: las fortalezas son las capacidades que tiene la empresa y los recursos de la misma.....	59
2.4.1.2	Debilidades: las debilidades de la microempresa son puntos en los que se puede realizar una mejora en los productos.....	60
2.4.2	Parte Externa: la parte externa del análisis consta de dos partes que es las oportunidades y amenaza para la empresa.....	60
2.4.2.1	Oportunidades: son oportunidades externas con las que cuenta la microempresa y en las cuales debe de aprovechar.....	60

2.4.2.2	Amenazas: las amenazas son obstáculos o barreras que tiene la microempresa y representan un peligro.	61
2.4	Matriz FODA.....	62
CAPITULO III		64
3.	Estudio de Mercado.....	64
3.1	Análisis del Consumidor	65
3.1.1	Determinación de la Población o Muestra.....	66
3.1.1.1	Población	66
3.1.1.2	Muestra	68
3.1.1	Técnicas de obtención de Información	69
3.1.2.1	Entrevista.....	70
3.1.2.1.2	Análisis de la Información.....	75
	Análisis General	88
3.2	Oferta.....	88
3.2.1	Oferta histórica	89
3.2.2	Oferta actual	89
3.2.3	Oferta proyectada	90
3.3	Productos sustitutos.....	90
3.4	Demanda.....	91

3.4.1	Demanda histórica	91
3.4.2	Demanda actual	92
3.4.3	Demanda proyectada	92
3.5	Balance Oferta- Demanda	93
3.5.1	Balance actual	93
3.5.2	Balance proyectado	94
CAPITULO IV		95
4.	Estudio Técnico	95
4.1	Tamaño del Proyecto	96
4.1.1	Capacidad Instalada.....	96
4.1.2	Capacidad Óptima	98
4.2	Localización.....	98
4.2.1	Macro Localización	98
4.2.2	Micro Localización.....	100
4.2.3	Localización Óptima	102
4.3	Ingeniería del Producto.....	104
4.3.1	Definición del Bien y Servicio	104
4.3.2	Distribución de Planta	106
4.3.4.1	Descripción de la Instalación del Proyecto.....	110

4.3.4.2	Proceso Productivo	111
4.3.4.2.1	Descripción del Diagrama de Producción	115
4.3.4.3	Maquinaria.....	118
4.3.4.4	Equipos de Cómputo	119
4.3.4.5	Equipo de oficina.....	120
4.3.4.6	Muebles y Enceres.....	121
CAPITULO V		122
5.	Estudio Financiero.....	122
5.1	Ingresos operacionales y no operacionales.....	123
5.2	Costos	123
5.2.1	Costo Directo.....	123
5.2.2	Materia Prima Directa	124
5.2.3	Mano de Obra Directa	126
5.2.4	Costos Indirectos Fabricación	126
5.2.5	Gastos Administrativos	127
5.2.6	Costo de Venta	128
5.2.7	Costos Financieros.....	128
5.2.8	Costos Fijos y Variables	129
5.3	Inversiones.....	130

5.3.1	Inversión Fija.....	130
5.3.1.1	Activos Fijos.....	131
5.3.1.1.1	Equipo de Oficina.....	131
5.3.1.1.2	Equipo de Computación	132
5.3.1.1.3	Maquinaria y Herramientas	132
5.3.1.1.4	Muebles y Enceres.....	133
5.3.1.2	Activos Nominales Diferidos	134
5.3.2	Capital de Trabajo	134
5.3.3	Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos	135
5.3.4	Amortización de Financiamiento	136
5.3.5	Depreciaciones.....	137
5.3.6	Estado de Situación Inicial	139
5.3.7	Estado de Resultados Proyectado	140
5.3.8	Flujo de Caja.....	141
5.4	Evaluación	141
5.4.1	Tasa de Descuento	142
5.4.2	VAN	143
5.4.3	TIR.....	144
5.4.4	PRI (Periodo de Recuperación del Capital).....	145

5.4.5	RCB (Relación Costo Beneficio)	147
5.4.6	Punto de Equilibrio.....	148
5.4.7	Análisis de Índices Financieros	155
5.4.7.1	Rentabilidad Sobre el Patrimonio.....	155
5.4.7.2	Rentabilidad Sobre el Activo.....	156
5.4.7.3	Razón de Endeudamiento Total.....	157
5.4.7.4	Índice de Liquidez	157
CAPITULO VI		159
6. 1	Análisis de Impactos.....	159
6.1.	Impacto Ambiental	159
6.2	Impacto Económico.....	161
6.3	Impacto Productivo	161
6.4	Impacto Social	162
CAPITULO VII.....		164
7.1	Conclusiones.....	164
7.2	Recomendaciones	165
Bibliografía.....		166
ANEXOS		169
Proformas de Activos		169

Factura: Materiales	169
Equipo de Computación:	170
Equipos de Oficina	170
Registro y Control Sanitario	171
Patente de Funcionamiento.....	171
Ficha de inscripción de la feria Textil &Colores.....	172
Productos de Eco-adornos	173

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 INFLACION	11
Tabla 2. Tasa Activa.....	13
Tabla 3. Tasa Pasiva	15
Tabla 4. PEA	19
Tabla 5. Clientes Eco-adornos.....	27
Tabla 6. Proveedores de Materia Prima.....	28
Tabla 7. Proveedores de Servicios Básicos	29
Tabla 8. Competidores.....	30
Tabla 9. Planeación de Actividades.....	36
Tabla 10.Descripción de cargos y funciones	40
Tabla 11.Perfil de cargos	42
Tabla 12. Proceso productivo	43
Tabla 13. Género	75
Tabla 14. Edad.....	76
Tabla 15. Pregunta 1	78
Tabla 16.Pregunta 2.....	79
Tabla 17.Pregunta 3.....	80
Tabla 18. Pregunta 4.....	81
Tabla 19. Pregunta 5.....	82
Tabla 20. Pregunta 6.....	83
Tabla 21. Pregunta 7.....	84

Tabla 22. Pregunta 8	85
Tabla 23. Pregunta 9	86
Tabla 24. Pregunta 10	87
Tabla 25. Oferta histórica	89
Tabla 26. Oferta actual	89
Tabla 27. Oferta proyectada	90
Tabla 28. Demanda histórica	91
Tabla 29. Demanda actual	92
Tabla 30. Demanda Proyectada	92
Tabla 31. Balance actual	93
Tabla 32. Balance proyectado	94
TABLA 33 Área de la Microempresa	97
TABLA 34 Personal	97
Tabla 35. Macro Localización	99
Tabla 36. Matriz de factores relevantes	103
Tabla 37. Códigos de cercanía	107
Tabla 38. Factores de proceso	108
Tabla 39. Maquinaria y Herramientas	118
Tabla 40. Equipo de Cómputo	119
Tabla 41 Equipo de Oficina	120
TABLA 42. Muebles y Enceres	121
TABLA 43 Costo Directo	124

TABLA 44 Materia Prima Florero Grande	124
TABLA 45 Materia Prima Florero Mediano	125
TABLA 46 Materia Prima Oso	125
TABLA 47 Mano de Obra Directa	126
TABLA 48 Costo Indirecto Fabricación	127
TABLA 49 Gastos Administrativos	127
TABLA 50 Rol de Pagos	128
Tabla 51. Publicidad	128
TABLA 52 Costos Fijos y Variables	129
Tabla 53 Costo Fijos y Variables Florero Mediano	130
TABLA 54 Costo Fijos y Variables Oso	130
TABLA 55 Activo Fijo Equipo de Oficina	131
Tabla 56. Equipo de Computación	132
TABLA 57 Maquinaria y Herramientas	133
Tabla 58. Muebles y encerres	133
TABLA 59 Capital de Trabajo	134
Tabla 60. Fuentes de financiamiento	135
Tabla 61. Amortización y Financiamiento	136
TABLA 62 Periodo de Recuperación	137
Tabla 63. Depreciaciones	138
TABLA 64 Estado de Situación Inicial	139
Tabla 65. Estado de Resultados proyectado	140

TABLA 66 Flujos Netos de Efectivo	141
TABLA 67 TMAR	142
TABLA 68 VAN	143
TABLA 69 TIR	144
TABLA 70 Periodo de Recuperación.....	145
TABLA 71 Periodo de Recuperación en Valores Constantes.....	145
TABLA 72 Periodo de Recuperación en Valores Actuales	146
TABLA 73 Relación Costo Beneficio.....	147
Tabla 74 Punto de Equilibrio del Florero Grande	149
Tabla 75 Punto de Equilibrio Florero Mediano.....	151
Tabla 76 Punto de Equilibrio Osos Medianos	153
Tabla 77 ROE.....	155
TABLA 78 ROA	156
TABLA 79 R.E.T	157
Tabla 80 R.L.....	157

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 PIB	9
Figura 2 Balanza Comercial	16
Figura 3. Índice de Desempleo	18
Figura 4. PEA	19
Figura 5.Organigrama Estructural	37
Figura 6. Organigrama Funcional.....	38
Figura 7.Desarrollo del Producto.....	44
Figura 8. De las 4P Marketing.....	45
Figura 9. Oso de Papel.....	46
Figura 10. Florero	47
Figura 11. Bolsa Celofán Transparente	48
Figura 12.Papel Transparente	48
Figura 13. Marca	49
Figura 14.Canal de Distribución Directa.....	53
Figura 15. Canal de Distribución a Domicilio.....	53
Figura 16.Distribucion Local Minorista y Mayorista.....	54
Figura 17.Publicidad Pagina Web	56
Figura 18.Feria Artesanal Textura & Color.....	57
Figura 19.Tarjeta de Presentación	57
Figura 20.Hoja Volante	58

Figura 21. Genero	76
Figura 22.Edad	77
Figura 23.Pregunta 1	78
Figura 24. Pregunta 2	79
Figura 25.Pregunta 3	80
Figura 26.Pregunta 4	81
Figura 27. Pregunta 5	82
Figura 28. Pregunta 6	83
Figura 29. Pregunta 8	84
Figura 30.Pregunta 8	85
Figura 31. Pregunta 9	86
Figura 32.Pregunta 10	87
Figura 33. Macro Localización.....	100
Figura 34. Macro Localización.....	101
Figura 35. Alternativa 1	101
Figura 36. Alternativa 2.....	102
Figura 37. Flujo gramas Proceso de Ventas	105
Figura 38. Matriz SLP	108
Figura 39. Plano de Distribución.....	109
Figura 40. Proceso Productivo de Florero	113
Figura 41. Proceso Productivo Oso	114

RESUMEN EJECUTIVO

La microempresa del proyecto se dedicara a elaborar de adornos para el hogar hechos a base de material reciclado con el objetivo de ampliar el mercado artesanal para llegar al mercado con productos innovadores y de calidad.

Con la creación de los productos se está ayudando al medio ambiente a que se elimine un la contaminación usando dichos materiales que son desechados a diario los cuales no han perdido su valor y se los puede reutilizar en adornos para el hogar y así obtener diseños únicos y al gusto del cliente.

Mediante técnicas se determina que el mercado está enfocado en mujeres como hombres desde los 15 años, una edad donde pueden elegir y personalizar cada uno de los productos a su gusto, la microempresa está ubicada en un sitio que es muy

visitado por todo tipo de persona la cual puede adquirir cada uno de los productos sin importar la clase social de cada persona.

Mediante estudios realizados se ha determinado que el elaborar productos artesanales en el campo manufacturero es una gran oportunidad ya que con el pasar del tiempo ha ido incrementado poco a poco y esto ayuda a las pequeñas empresas a surgir y a la vez se da oportunidad a personas que no tienen un empleo estable.

Las personas que conforman la microempresa ayudaran al crecimiento de la misma y a la elaboración de cada uno de los productos que ser realiza en la microempresa.

Como conclusión se puede definir que la creación de la microempresa es una oportunidad en el mercado artesanal, en la que estará apoyando al medio ambiente como también está aportando a la economía del país y contribuyendo a la matriz productiva de la misma.

ABSTRACT

The small business Project focuses on home decor made from recycled materials to bring innovative and quality goods to expand the artisan markets.

With the creation of products is helping the environment to contamination is eliminated using these materials are discarded daily which have not lost their value and they can be reused in home decorations and to obtain unique designs and customer taste.

Technical methods utilized in production are reemploying women and men who are 15 years old and older. This is an age when designers are able to choose and personalize items in each small business to meet the need of individual clients.

This study demonstrates their determination to create artisan products in manufacturing areas with opportunities to incrementally grow to help small business and give employees more stable work.

The people who work for the small businesses are those who will help it to grow and each product is made locally.

In conclusion the creation of this small business is a long opportunity for artisan markets. This Project will support the environment, as well as the economic state of the country and contribute to increased production.

CAPÍTULO I

1.1 INTRODUCCIÓN

La contaminación es un problema actualmente que preocupa al mundo entero pues los cambios acelerados que ha tenido el planeta son de gran importancia desde algún tiempo personas han venido trabajando en conjunto con las autoridades de distintos países para encontrar las diversas soluciones que se pueden aplicar a este problema global hoy gracias a la intervención de la ciencia podemos participar de este cambio practicando el reciclaje de distintas maneras en los últimos siglos la humanidad ha conseguido mejorar su nivel de bienestar .

El deterioro del ambiente se debe generalmente al manejo inadecuado de los recursos naturales el reciclaje nos ayuda a la recolección de distintos desechos que provocan la contaminación el reciclaje también nos ayuda ahorrar tiempo dinero y esfuerzo en todos los procesos involucrados.

El reciclaje es la mejor manera de sacarle provecho a los materiales usados para crear nuevos productos es un proceso que depende de la aportación de todos es por eso que el reciclaje es y seguirá siendo la mejor ayuda tanto para el hombre como para el medio ambiente lo más importante de reciclar es que mediante esta práctica se puede contribuir a que todo nuestro alrededor este mucho más limpio y de esta manera poder disfrutar todos los seres humanos de una ciudad y de un planeta completamente libre de contaminación con el reciclaje obtenemos muchas ventajas como la conservación y ahorro de energía materia prima, y recursos naturales así como la disminución del volumen de residuos a eliminar.

El presente proyecto consiste en elaborar varias artesanías como es adornos y figuras de papel a base de material reciclado con el fin de reducir la contaminación y sacar provecho de los materiales usados para crear nuevos productos con las mismas.

1.2 Justificación

Con la ejecución de este proyecto de implementación de una microempresa productora y comercializadora de adornos para el hogar a base de material reciclado busca una alternativa para cubrir la necesidad ambiental el cual es un problema muy difícil de resolver ya que no todos lo hacemos considerando que nuestro país no cuenta

con la tecnología ni organización adecuada para someter al reciclaje a los distintos materiales que se puede reutilizar los elementos y objetos de distinto tipo que los seres humanos desechamos a diario contribuyendo así a formar más cantidad de desechos y a su vez estamos dañando al planeta el primer paso para eliminar la contaminación es el reciclaje ya que está unido con la ecología y la sustentabilidad que se supone que el ser humano debe aprovecharlos recursos que el planeta y la naturaleza le brinda pero sin abusar de ellos y sin generar daños al medio ambiente.

De esta manera adquirimos material reciclable para transformarlos en adornos para el hogar al realizar el producto estoy ayudando a establecer los mercados de reciclaje y dándole uso de estos mismos a su vez con la creación de la micro empresa de adornos para el hogar estamos ayudando a concientizar a los seres humanos sobre la importancia de crear acciones que ayuden a cuidar nuestro medio ambiente con el proyecto estamos ayudando a contribuir al plan nacional del buen vivir al sector artesanal y a la población para mejorar las condiciones de salubridad y ambientales por medio del reciclaje con esta micro empresa estamos generando fuentes de empleo y fomentando la condición laboral de muchas personas que manejan la recolección con medidas de seguridad insuficiente y mejorando la salud de cada una de ellas y evitando que ya no exista mucha contaminación logrando un cambio de actitud ambiental positiva que nos lleve a una mejor calidad de vida .

Con el uso de material reciclable no solo estamos ayudando a la conservación del planeta si no también aportar nuevas ideas sobre lo que es el uso de material reciclable se lograra una conciencia ecológica y un habito de reciclar que con el tiempo esto ayudara a la conservación del medio ambiente y del planeta creado con los mismos materiales para sí generar espacios limpios y agradables evitando los aspectos negativos en el ambiente mejorando la calidad de vida de las personas y de la comunidad haciendo uso de ellos en distintos diseños y adornos para el hogar más seguros ya que se elabora con material reciclable y este a su vez es confiable con los que se pueda utilizar en su hogar o lugar de trabajo.

1.3 Antecedentes

Uno de los problema que enfrenta la ciudad son los desechos sólidos que actualmente se recolectan toneladas diarias en los cuales están incluidos lo que es papel, cartón y los desechos que a diario utilizamos en nuestros hogares los cuales son recolectados por los carros recolectores de las mismas.

El reciclaje está muy atrás en el tiempo de una u otra forma el aprovechamiento y reutilización de los materiales ha estado presente desde los conocimientos de la historia del ser humano los arqueólogos han puesto fecha a ese comienzo han encontrado evidencias del origen del reciclaje saben que ya se practicaba alrededor de los años 400 a.c y desde entonces se ha dado muchas maneras sin embargo

el reciclaje tal como lo conocemos hoy es algo que se ha producido en el último siglo especialmente después de la segunda guerra mundial. (Reciclemos , 2012)

La desechos han existido desde el momento que el hombre apareció en este planeta desde las primeras civilizaciones hasta las grandes ciudades de hoy en día los desechos han sido un problema que ha ido incrementando desde la aparición del fuego en los desechos empezó a generarse de una manera muy peligrosa después con el invento del papel la producción de residuos sólidos creció ya que durante siglos no se tuvo conciencia de como esto fue afectando al planeta pero después de varios años el problema se evidencio de una forma que el hombre tuvo que poner soluciones para contrarrestar el daño que había hechos a la naturaleza .

Una de las mejores soluciones frente al impacto ambiental del ser humano es el reciclaje en el ecuador a medida que pasa el tiempo se ha logrado impulsar más en los desechos como es el plástico, papel, y el vidrio para que el reciclaje incremente muchas de las organizaciones públicas tanto como privadas encargadas de preservar el medio ambiente ayudaron a realizar muchas campañas en el cual se enfocaron en las escuelas colegios para que esto se logre impulsar desde la educación básica y sea mucho más fácil que la sociedad ya pueda crecer con la buena costumbre de reciclar, en ecuador también existen lugares en donde se pueden comprar diferentes tipos de desechos de esta

manera las diferentes instituciones que realizan esta actividad impulsa al reciclaje ya que por una cantidad de desechos reciclados las personas que lo realizan reciben una gratificación ya que ellos viven de esta actividad (recicla., 2002)

En nuestro país se implementó diferentes puntos ecológicos cada uno comprende en tres tachos de basura en los cuales tienen tres separadores para clasificar y así reciclar lo que es el papel, plástico y vidrio los tachos tienen tres colores diferentes como el gris es para colocar el papel y cartón el color verde para los desperdicios orgánicos y el color azul para lo que es plástico. (B. Tareas, 2012)

Con el proyecto a su vez estamos ayudando a eliminar la contaminación como es utilizando materiales reciclados para obtener así un producto nuevo a base de los mismos para elaborar adornos para el hogar y así hacer uso de ellos.

CAPITULO II

2. ANALISIS SITUACIONAL

El análisis situacional es una investigación que se realiza a una empresa u organización en la cual conoces de manera profunda todo lo que es, su historia, misión, visión valores y filosofía, a esto investigas todo lo referente a medios, técnicas y soportes de comunicación que hayan o estén utilizando ya sea para papelería corporativa, reuniones de trabajo, motivación de empleados e incluso para la realización de publicidad. (B. Tareas , 2012)

Mediante el concepto anterior se determina que el análisis situacional es todo el estudio que se realiza y analiza a una empresa como se va a realizar a la microempresa como el entorno en que se desenvuelve las políticas y permisos para llevar acabo el funcionamiento de la empresa los planes y estrategias para posicionar el producto en el mercado y así llegar a cumplimiento de los objetivos propuesto por la microempresa.

2.1 Ambiente Externo

Es el conjunto de todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenece al sistema. Este entorno a su vez está dividido en dos secciones que permiten analizar variables directa o indirectas conocidas como microambiente y macro ambiente; el óptimo funcionamiento de todas las empresas depende de la manera que se analicen y aprovechen estos aspectos para la supervivencia o crecimiento de toda organización. (Barrios , 2011)

2.1.1 Factor Económico

Son los relacionados con el comportamiento de la economía, el flujo de dinero, de bienes y servicios, tanto a nivel nacional o internacional. Se considera la política monetaria y fiscal de los gobiernos, el nivel de ingresos, el producto interno bruto, el ahorro, la inversión, los precios, el nivel de empleo, etc. Afectan el poder de compra y el patrón de gastos de los consumidores. Los países con economías de subsistencia ofrecen pocas oportunidades de mercado. Los países con economías industriales conforman mercados prósperos y atractivos para muchos tipos de bienes. La dirección de mercadotecnia debe estudiar las tendencias y patrones de gastos de los consumidores dentro de las economías nacionales como en las mundiales. (B. Tareas , 2014)

Es todo lo relacionado con la economía de un país que se relaciona con el dinero de tanto de los bienes como de los servicios en el cual esto afecta a los

consumidores y a todas las entidades financieras y económicas dentro de un determinado país.

2.1.1.1 PIB (Producto Interno Bruto).

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. El PIB es un indicador representativo que ayuda a medir cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (CLUB PLANETA , 2011)

Producto Interno Bruto 2014-2015, acumulado I, II y III trimestres
Niveles y tasas de variación, millones de USD de 2007

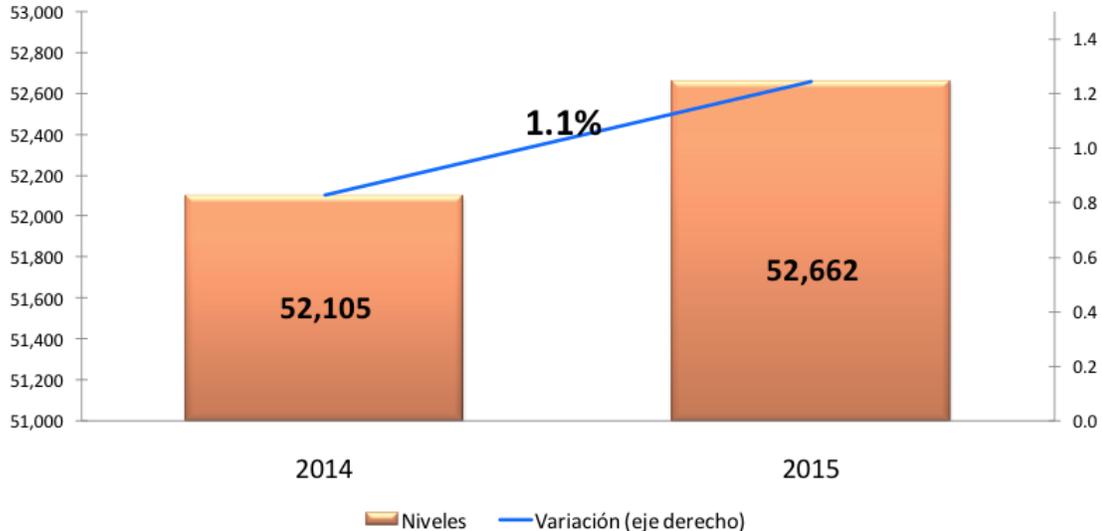


Figura 1 PIB
Fuente: Banco Central

La economía ecuatoriana registró un crecimiento acumulado en los tres trimestres de 2015 de 1.1%, respecto a igual período del año anterior, como lo muestra el Gráfico 1. (Banco Central del Ecuador, 2014-2015)

Análisis:

Como se puede ver el Ecuador creció un porcentaje del 1.1% en el PIB a diferencia del año 2014 esto se debe al desempeño de la economía no petrolera como son las construcciones la manufactura y el comercio que fueron una de las más importantes para la economía y el crecimiento del PIB a diferencia de la economía petrolera que se redujo a un 1.9 esto se debe a la caída del precio del petróleo este presenta una oportunidad de impacto alto, ya que el crecimiento del PIB fue debido a la manufactura el comercio y entre otras esto nos ayuda a invertir en un negocio el cual se podrá recuperar debido a la innovación de nuevos productos de una forma satisfactoria y a la acogida de los mismos.

2.1.1.2 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 utiliza índices, que refleja el crecimiento porcentual de una canasta de bienes ponderada. El índice de

medición de la inflación es el Índice de Precios al Consumidor (IPC). Este índice mide el porcentaje de incremento en los precios de una canasta básica de productos y servicios que adquiere un consumidor típico en el país. (CLUB PLANETA , 2011)

TABLA 1 INFLACION

FECHA	VALOR
Marzo-31-2016	2.32 %
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Ecuador en el año 2015 tiene un porcentaje de 3,76% esto se debe a la caída del petróleo ya que es uno de los principales productos de exportación y la apreciación del dólar esto también se debe a que los precios al consumidor aumentaron en la cual la canasta básica se dio un precio de 657,68 dólares mientras que el ingreso familiar mensual fue de 1,6 % a comparación del año 2016 tenemos un porcentaje de 2,32% esto nos podría generar una oportunidad de impacto alto para un nuevo negocio tratando de buscar la materia prima a un costo bajo para ofrecer el producto a un costo accesible para el cliente.

2.1.1.3 Tasa de Interés

Las tasas de interés son el precio del dinero si una persona, empresa o gobierno requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio. Como en cualquier dinero (mayor oferta, mayor liquidez), la tasa de interés será más baja. Por el contrario, si no hay suficiente dinero para presentar, la tasa será más alta. (CLUB PLANETA , 2011)

2.1.1.3.1 Tasa Activa

La tasa activa es aquella con la que la empresa se provee de fondos ajenos es la que nos cobra el banco cuando pedimos un préstamo normalmente la tasa activa es más alta que la tasa pasiva la tasa activa es la tasa de interés que cobran los bancos esta se expresa en porcentajes por ejemplo el 12% de tasa activa. (Economía & Negocios, 2013)

Tabla 2. Tasa Activa

FECHA	VALOR
Abril-30-2016	9.03 %
Marzo-31-2016	8.86 %
Febrero-29-2016	8.88 %
Enero-31-2016	9.15 %
Diciembre-31-2015	9.12 %
Noviembre-30-2015	9.22 %
Octubre-31-2015	9.11 %
Septiembre-30-2015	8.06 %
Agosto-31-2015	8.06 %
Julio-31-2015	8.54 %
Junio-30-2015	8.70 %
Mayo-31-2015	8.45 %
Abril-30-2015	8.09 %
Marzo-31-2015	7.31 %
Febrero-28-2015	7.41 %
Enero-31-2015	7.84 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

El porcentaje de tasa activa aumentado un 9.03% a diferencia al año anterior esto nos indica una amenaza de impacto alto ya que se puede correr un riesgo de perder la inversión y no poder conseguir un financiamiento con unos intereses bajos en cuanto al desarrollo productivo para la microempresa.

2.1.1.3.2 Tasa Pasiva

Es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado es decir la que te paga el banco por tus depósitos.

(GestioPolis, 2000)

Tabla 3. Tasa Pasiva

FECHA	VALOR
Abril-30-2016	5.85 %
Marzo-31-2016	5.95 %
Febrero-29-2016	5.83 %
Enero-31-2016	5.62 %
Diciembre-31-2015	5.14 %
Noviembre-30-2015	5.11 %
Octubre-31-2015	4.98 %
Septiembre-30-2015	5.55 %
Agosto-31-2015	5.55 %
Julio-31-2015	5.54 %
Junio-30-2015	5.48 %
Mayo-31-2015	5.51 %
Abril-30-2015	5.39 %
Marzo-31-2015	5.31 %
Febrero-28-2015	5.32 %
Enero-31-2015	5.22 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

En la tasa pasiva podemos ver que ha subido un 5.85% esto quiere decir que las entidades que brindan un financiamiento a las empresas brindara una tasa un poco alta por los debidos, depósitos que se realiza para lo cual significa amenaza de impacto medio ya que se deberá tomar un determinado tiempo para recuperar la inversión.

2.1.1.4 Balanza comercial

Se denomina con el termino Balanza Comercial al registro que un determinado país lleva acerca de las importaciones y exportaciones que en él se lleva a cabo durante un periodo de tiempo determinado, es decir la balanza comercial sería algo así como la diferencia que le queda a un país entre las exportaciones y las importaciones.

(Economía & Negocios, 2010)

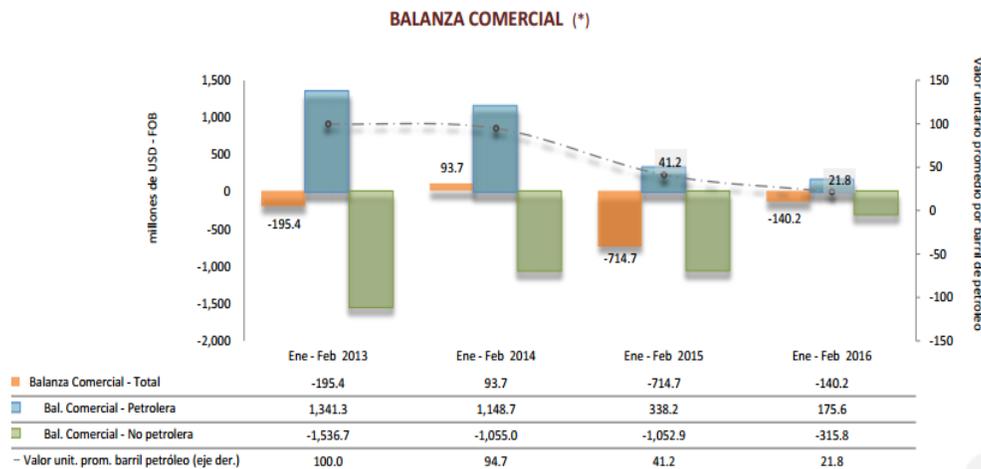


Figura 2 Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Como podemos observar en el porcentaje del año 2016 fue baja en comparación del año anterior esto es debido a que el precio del petróleo bajo su precio y a la apreciación del dólar a su vez también bajo las exportaciones petroleras ya que esta es

una de las exportaciones totales esto se debido al cambio de las salvaguardias cambiarias que fueron grabadas para ciertos países para lo cual significa una amenaza de impactó medio ya que no sería un poco difícil exportar un producto nuevo a diferentes países.

2.1.2 Factor social

Los factores sociales son aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, sea en el lugar y en el espacio que se encuentren. (Gestion y Filosofía)

2.1.2.1 Capacidad Empresarial

Las capacidades se define como las habilidades para coordinar sus recursos y destinarlos al uso productivo se caracteriza por que han ido desarrollándose mediante el aprendizaje y el intercambio de información entre personas de la empresa. (Wikiteka Economía , 2009)

2.1.2.2 Índice de desempleo

El termino desempleo alude a la falta de trabajo un desempleado es aquel sujeto que forma parte de la población activa (se encuentra en edad de trabajar) y que busca empleo sin conseguir. Esta situación se encuentra en la imposibilidad de trabajar pese a la voluntad de la persona. (Definicion de., 2008)



Figura 3. Índice de Desempleo

Fuente: Banco central del Ecuador

Análisis:

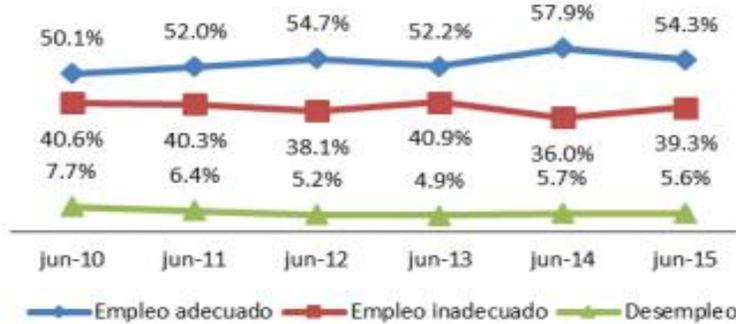
La tasa de desempleo creció en un 76,4% en el sector privado a diferencia del sector público que bajo un 23,69% esto se debe a que ciertas empresas pequeñas que existían no llevaban una correcta contabilidad y solo llevaban lo básico a pesar de tener un ruc y eso provocaba el cierre de las mismas dejando a cierto número de personas desempleados esto es una oportunidad de impacto medio ya que puede ayudar a ciertas personas que desean trabajar para la microempresa y otras que pueden emprender hacia un negocio propio.

2.1.2.3 Población económicamente activa (PEA)

Llamase así a la parte de la población total que participa en la producción económica. En la práctica para fines estadísticos, se contabiliza en el PEA a todas las

personas mayores de una cierta edad (15 años por ejemplo) que tiene empleo o que no teniéndolo, está en buscándolo o a la espera de alguno. (eco-finanzas , 2002)

Figura 5. Tasas de empleo adecuado, inadecuado y desempleo a nivel urbano, junio 2010-2015. (En porcentaje).



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

Figura 4. PEA

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla 4. PEA

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2015	5.48 %
Junio-30-2015	5.58 %
Marzo-31-2015	4.84 %
Diciembre-31-2014	4.54 %
Septiembre-30-2014	4.65 %
Junio-30-2014	5.71 %
Marzo-31-2014	5.60 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

En el año 2015 el desempleo aumento un porcentaje de 5,48% en el Ecuador a que muchas de las personas no tienen un lugar de trabajo estable por no tener un nivel de estudios para tener un trabajo seguro esto para la microempresa en una oportunidad de impacto medio ya que esto ayuda a ciertas personas que deseen trabajar o para aquellas que deseen emprender un negocio propio.

2.1.3 Factor legal

El factor legal consiste en leyes, dependencias del gobierno y grupos de presión. Las leyes de protección al consumidor, las normas sanitarias, las normas ISO, las organizaciones de defensa del consumidor, mayor énfasis en la ética y la responsabilidad social de la empresa. (SlideShare, 2015)

❖ La calificación artesanal

La calificación Artesanal es la certificación que concede la Junta Nacional de Defensa del Artesano a los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos.

Los maestros de taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal ya que la no renovación de esta tiene como consecuencia que los Artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que esta les concede.

❖ Requisitos para la calificación y recalificación del taller artesanal

Para obtener la calificación de un Taller Artesanal, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

1. Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario en la junta).
2. Copia del Título Artesanal.
3. Carnet actualizado del gremio.
4. Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos.
5. Copia de cedula de ciudadanía.
6. Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad).
7. Foto a color tamaño carnet.
8. Tipo de sangre.
9. En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior.

(Artesanosecuador.com, 2015)

Paso 1.- Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes)

1. Original y copia de la cedula de ciudadanía.
2. Original del certificado de votación más reciente

3. Original y copia de cualquier (solo uno) de los siguientes documentos que certifique la dirección donde se realizara la actividad económica:
4. Planilla de (agua, luz, teléfono) de los tres últimos meses.
5. Estado de cuenta bancaria, tarjeta de crédito o celular últimos tres meses.
6. Contrato de arrendamiento puede estar vigente o no.
7. Escritura de compra y venta o propiedad del inmueble inscrita en el Registro de la propiedad.
8. Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no este catastrado.
9. La calificación artesanal vigente otorgada por el Ministerio de Industrias y Productividad o la Junta Nacional del Artesano.

Paso 2.- obtener la licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito.

1. Formulario Único de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento.
2. Copia del RUC.
3. Copia de la cedula de identidad del Representante Legal.
4. Copia de Papeleta de Votación del Representante Legal.
5. Informe de Compatibilidad de uso de suelo
6. Para establecimientos que requieran control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos.

7. Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
8. Artesanos: Calificación artesanal.
9. Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior.
10. Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio).
11. En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal.
12. Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE).
13. Dimensión y bosquejo de como quedara la publicidad(PUBLICIDAD NUEVA)

Paso 3.- Obtener el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

1. Informe de Inspección.
2. Copia de la Cedula de Identidad del representante o copropietario.
3. Copia de RUC
4. Copia del permiso del año anterior.
5. Copia de la patente municipal
6. Para artesanos:
7. Informe de Inspección.
8. Copia del certificado artesanal.
9. Exoneración del municipio.

10. Copia de la Cedula de Identidad del representante o copropietario.
11. Copia de RUC
12. Copia del permiso del año anterior.

Paso 4.- Obtener la Calificación Artesanal Autónoma (para los que quieran inscribirse como artesanos)

1. Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (adquirir formulario)
2. Declaración juramentada.
3. Copia de la Cédula de Ciudadanía.
4. Copia del Certificado de Votación.
5. Foto a color tamaño carne actualizada.
6. Tipo de sangre (Cruz Roja Ecuatoriana).
7. Carne del Gremio Actualizado.

Fuente: Junta Nacional de Defensa del Artesano Quito.

Paso 5.- Obtener el permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario)

1. Solicitud de Permisos de Funcionamiento.
2. Planilla de inspección.
3. Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña industria.
4. Certificado del título profesional del CONESUP.

5. Lista de productos a elaborar.
6. Categoría otorgada por el ministerios de Industrias y Comercio (Industria y pequeña industria)
7. Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes.
8. Croquis de la ubicación de la planta.
9. Documentar procesos y métodos de fabricación, en caso de industria.
10. Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa.
11. Copia de la Cedula y Certificado de Votación del propietario.
12. Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y el Ministerio de Salud.
13. Copia del RUC del establecimiento.
14. Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Fuente: Dirección Provincial de Salud Pichincha. (emprendedoresec.blogspot.com, 2010)

Análisis:

El factor legal para poder realizar una microempresa es muy importante ya que en ella podemos especificar a la actividad que se va a dedicar dicha microempresa para lo cual se debe llevar a cabo ciertos documentos para que la misma se encuentre legalmente establecida y poder funcionar de manera legal y brindar un producto de mejor calidad.

2.1.4 Factores Tecnológicos

Las nuevas tecnologías crean oportunidades y mercados nuevos. La empresa que no prevean los cambios tecnológicos se encontraran con que sus productos son obsoletos tal como les sucedió a los fabricantes de transistores o de los discos fonográficos. (SlideShare, 2015)

Análisis:

Toda empresa productora de un bien o un servicio debe contar con la mejor tecnología para producir ciertos productos de mejor calidad y poder dar a conocer al mercado el factor tecnológico para una empresa es una amenaza como también es una oportunidad amenaza es cuando la empresa no cuenta con la capacidad de la tecnología suficiente y oportunidad cuando si la tenemos y vamos mejorando nuestra tecnología que sirve para brindar soluciones a las empresas.

2.2 Entorno Local

La definición clásica de entorno se refiere al espacio que puede ser virtual o real, dependiendo de a que nos referimos, teniendo entorno natural, físico, social, económico, político. (mastermagazine.info, 2015)

2.2.1 Clientes

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

Tabla 5. Clientes Eco-adornos

CLIENTES	EDAD
Hombres	16 años en adelante
mujeres	16 años en adelante

Fuente: Análisis Externo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Los clientes o el target de mercado son todas las personas tanto hombre como mujer ya que tiene están en una edad en la que pueden adquirir el producto de acuerdo al gusto, necesidad o preferencia del cliente ya que se cuenta con diferentes tipos de adornos.

2.2.2 Proveedores

Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. (Definición de., 2008)

Tabla 6. Proveedores de Materia Prima

PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA		
NOMBRE	PRODUCTO	Beneficios
PANIFICADORA AMBATO	Cascara de huevo	Costos bajos
RECICLAR	Recolección de papel, cartón	Costos bajos
Plasti Útil	Globo, plato desechable	Costos bajos
Tienda Luis	Botellas escarcha	Costos bajos

Fuente: Análisis Externo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Los proveedores son una parte muy importante ya que de ellos se obtiene lo que es la materia prima para dar paso a la producción de los diferentes adornos que se ofrece a los clientes como proveedor principal es la empresa Reciclar ya que de ellos se obtiene lo que es el papel reciclado este se utiliza para realizar las distintas figuras de papel, otro proveedor principal es la Tienda de Luis que de aquí se obtiene la botella plástica el cual será cortada para ser una bases de la parte del florero, la Panificadora Ambato provee lo que es la cascara de huevo la que será triturada para la decoración

exterior del florero y la empresa Plasti Útil provee lo que el globo y el plato desechable la cual será la base del florero.

Tabla 7. Proveedores de Servicios Básicos

PROVEEDORES DE SERVICIOS BÁSICOS	
NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Empresa eléctrica quito	Proveedora de luz eléctrica
Empresa pública metropolitana de agua y saneamiento	Proveedora de agua potable

Fuente: Análisis Externo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Los proveedores de los servicios básicos es una parte muy importante y básica para todas las microempresas ya que de ellas se obtiene los servicios básicos como la luz que es una fuente de energía principal y el agua potable estos son servicios básicos secundarios para la microempresa.

2.2.3 Competidores

Los competidores de una empresa existente o nueva pueden ser directos o indirectos. Esta clasificación está enfocada al mercado de referencia, ya que algunas

empresas pueden, y de hecho ofrecen, productos y/o servicios capaces de satisfacer las mismas necesidades del consumidor, tales productos pueden ser completamente diferentes. (Aula Facil, 2016)

Tabla 8. Competidores

COMPETIDORES	
NOMBRE	DESCRIPCIÓN
EL PORTAL	Negocio que se dedica a elaborar productos con material reciclado.
NEXO LOCAL	Negocio que se dedica a elaborar floreros miniaturas a base de botellas.

Fuente: Análisis Externo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Los competidores que tiene la microempresa son escasos ya que no existen empresas que se dedique a realizar adornos con material reciclado pues solo existen pequeños negocios esto para la microempresa presenta una oportunidad para crecer rápidamente en el mercado.

2.3 Análisis Interno

2.3.1 Propuesta Estratégica

La planificación estratégica, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones del entorno al que hace actual y al camino que debe recorrer en un futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen. (Enciclopedia Virtual, 2016)

2.3.1.1 Misión

Somos una empresa que produce y comercializa adornos para el hogar realizados a base de material reciclado complaciendo el gusto y necesidades de nuestros clientes brindando artesanías de excelente calidad para así crear una experiencia y confianza única en nuestros productos.

2.3.1.2 Visión

Ser una empresa líder en el mercado y una marca reconocida nacional como internacional ofreciendo una gran variedad de productos elaborados con material reciclado a través de la innovación y creatividad en cada uno de ellos con buena calidad y bajos costos con un personal comprometido a prestar un mejor servicio al consumidor.

2.3.1.3 Objetivos

Un objetivo es el planteo de una meta o un propósito a alcanzar y que, de acuerdo al ámbito donde sea utilizado, o más bien formulado, tiene cierto nivel de complejidad. El objetivo es una de las instancias fundamentales en un proceso de planificación (que puede estar como dijimos a diferentes ámbitos) y que se plantean de manera abstracta en ese principio para luego concretarse en la realidad. (Definición. MX, 2015)

2.3.1.3.1 Objetivo General

Lo constituye el enunciado global sobre el resultado final que se pretende alcanzar (¿Qué?, ¿Dónde?, ¿para qué?). Precisa la finalidad de la investigación, en cuanto a sus expectativas más amplias. Orienta la investigación, son aquellos que expresan un logro sumamente amplio y son formulados como propósito general de estudio. Su redacción guarda mucha similitud con el título de investigación. (CLUB PLANETA , 2011)

Nuestro objetivo es llegar al mercado artesanal con una nueva idea de reciclaje en adornos para el hogar ayudando a la conservación del medio ambiente que permita lograr un posicionamiento de la marca ubicado en el sector del Ejido en el

Mercado Artesanal de la Mariscal del Distrito Metropolitano de Quito y a su vez brindar oportunidad de trabajo a jóvenes desempleados.

2.3.1.3.2 Objetivo Específicos

Representan los pasos que se han de realizar ara alcanzar el objetivo general. Facilitan el cumplimiento del objetivo general, mediante la determinación de etapas o la precisión y cumplimiento de los aspectos necesarios de este proceso. (CLUB PLANETA , 2011)

- ✓ Realizar un estudio de mercado para la determinar la aceptación del producto.
- ✓ Efectuar un estudio técnico para determinar el tamaño, localización para llevar a cabo el proyecto.
- ✓ Realizar una evaluación financiera para determinar la rentabilidad del proyecto.
- ✓ Satisfacer las necesidades de los clientes, manteniendo una relación eficaz y eficiente en la empresa y con el cliente.

2.3.1.4 Principios

- ✓ Trabajar en equipo para cumplir un objetivo.
- ✓ Brindar un producto seguro y de calidad.
- ✓ Orientación al cliente

- ✓ Mantener una estabilidad en el mercado.
- ✓ Trabajar con responsabilidad.
- ✓ Protección al medio ambiente.
- ✓ Mejoramiento continuo.
- ✓ Comportamiento ético integral por toda la empresa.

2.3.1.5 Valores

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Compañerismo
- ✓ Honestidad
- ✓ Puntualidad
- ✓ Ética
- ✓ Solidaridad
- ✓ Respeto
- ✓ Lealtad

2.3.2 Gestión Administrativa

Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. (SlideShare, 2015)

2.3.2.1 Planeación

La planeación, dentro de una organización, consiste en determinar los objetivos de la misma y elegir cursos de acción para el logro de esos objetivos.
(zoniaeconomica, 2011)

La planificación es un conjunto de actividades o pasos que se realiza de una forma ordenada para llevar a cabo el proyecto en un determinado periodo.

2.3.2.2 Organigrama Estructural

El organigrama estructural muestra la estructura de administración de la empresa.

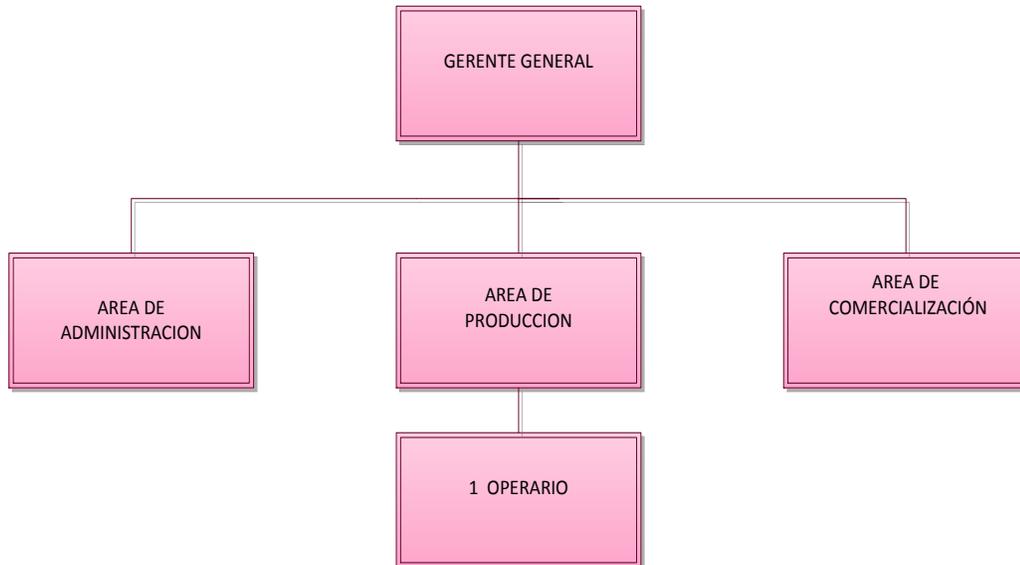


Figura 5. Organigrama Estructural

Fuente: Análisis Administrativo

Elaborado por: Diana Tixicuro

2.3.2.3 Organigrama Funcional

El organigrama funcional muestra las funciones que cumplen cada departamento de la empresa de una forma clara y detallada.

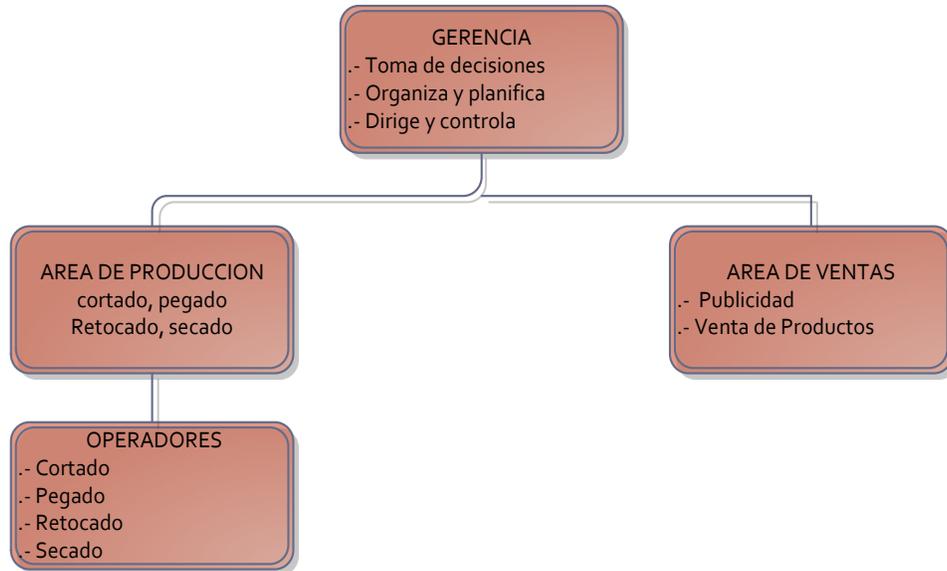


Figura 6. Organigrama Funcional

Fuente: Análisis Administrativo

Elaborado por: Diana Tixicuro

2.3.3 Gestión Operativa

La gestión operativa puede definirse como un modelo de gestión compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejoría de las organizaciones internas, con el fin de aumentar su capacidad para conseguir los propósitos de sus políticas y sus deferentes objetivos operativos. (isoTools.org, 2015)

2.3.3.1 Manual de Funciones

El manual de funciones ha sido elaborado, con el fin de contribuir el desarrollo de la misión y de la visión de una empresa, a partir de un enfoque sistematizado, desde el cual se pretende que con la definición de los perfiles de cada cargo de la empresa se logre la eficiencia de la gestión. (Rsz, 2015)

El manual de funciones de la microempresa se elaborara con cada uno de los integrantes con el fin de recopilar diferentes ideas y criterios para crear normas claras para cada uno de los trabajadores con cada uno de los respectivos procedimientos, sistemas, normas que cada uno de los trabajadores deberán cumplir.

2.3.3.2 Descripción de Cargo y Funciones

En la siguiente tabla se detalla cada una de las funciones que realizara cada uno de los trabajadores de las diferentes áreas con las que cuenta la microempresa para que en esta pueda llevar un orden de procesos de cada área de trabajo

Tabla 10.Descripción de cargos y funciones

CARGO	FUNCIONES	DEPARTAMENTO
Administrador	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar y planificar las actividades de la empresa a largo y corto plazo. • Selección de personal • Toma de decisiones. • Pago de sueldos. • Control de inventarios. • Facturas. • Coordina las áreas de la empresa. • Establece metas y objetivos. • Elabora contratos. • Compra de insumos. 	Administrativo
Operador	<ul style="list-style-type: none"> • Control de los insumos. • Almacenamiento de materia prima. • Elaboración de los productos. • Transformación de la materia prima. • Plasmación de diseños. • Pintura y acabado • Control de calidad de los productos. • Empaquetado. 	Producción
Vendedor	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar información al cliente. • Publicidad a los clientes sobre los productos. • Atender inquietudes de los clientes. • Entregar el producto y buen estado. 	Ventas

Fuente: Análisis Operativo

Elaborado por: Diana Tixicuro

2.3.3.3 Perfil de Cargo

El perfil es el conjunto de características generales y particulares que el empleador define para buscar postulantes para un cargo y con el cual convoca a los candidatos, y con las que espera obtener del seleccionado un buen desempeño en el cargo. (Consultas Laborales, 2015)

A continuación se detalla el perfil que requiere la microempresa para cada uno de los puestos vacantes en la microempresa para cada una de las áreas.

- Administración
- Producción
- Ventas

Tabla 11. Perfil de cargos

CARGO:	ADMINISTRADOR	OPERADOR	VENDEDOR
Área:	Administrativa	Producción	Ventas
Edad:	25-31	20-30	25-31
Estudios:	Superior	Bachiller	Bachiller
Profesión:	Administrador de empresas	Bachiller	Bachiller en comercio
Experiencia:	2-3 años	1 año en adelante	1 año en adelante
REQUISITOS	Tener conocimientos en el área	Disponibilidad de tiempo	Tener conocimiento del producto
	Buena relación con el personal	Tener creatividad	Excelente servicio al cliente
	Ser hábil en liderazgo y toma de decisiones	Elaboración de productos con eficiencia y eficacia	Hábil en las ventas
		Mantener buena relación con los compañeros	Brindar información clara
			Tener confianza en sí misma

Fuente: Análisis externo

Elaborador por: Diana Tixicuro

2.3.3.4 Proceso Productivo

Para el proceso productivo se realiza diferentes procesos para obtener el producto terminado como son los adornos para el hogar.

Tabla 12. Proceso productivo

MATERIA PRIMA	
Papel reciclado	Globo
Botella de plástico	Plato desechable
PROCESO	
✓ Almacenamiento de materia prima.	
✓ Control de calidad de los inventarios.	
✓ Recorte de las botellas.	
✓ Pegado de papel en el globo.	
✓ Doblado del papel.	
✓ Dar forma a cada uno de los productos	
✓ Control de calidad.	
✓ Almacenamiento de la mercadería.	
✓ PRODUCTO TERMINADO	
✓ Adornos para el hogar con diferentes diseños	
✓ Diferentes figuras de papel.	

Fuente: Análisis Operativo

Elaborado por: Diana Tixicuro

2.3.4 Gestión Comercial

La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad. (GestioPolis, 2000)

❖ Desarrollo de producto:

Cuando la empresa ha logrado entender el comportamiento de compra del mercado que desea atender y adoptado por establecer una posición competitiva que le confiera una ventaja frente a posibles competidores, debe adaptarse a las necesidades de ese mercado. (GestioPolis, 2000)

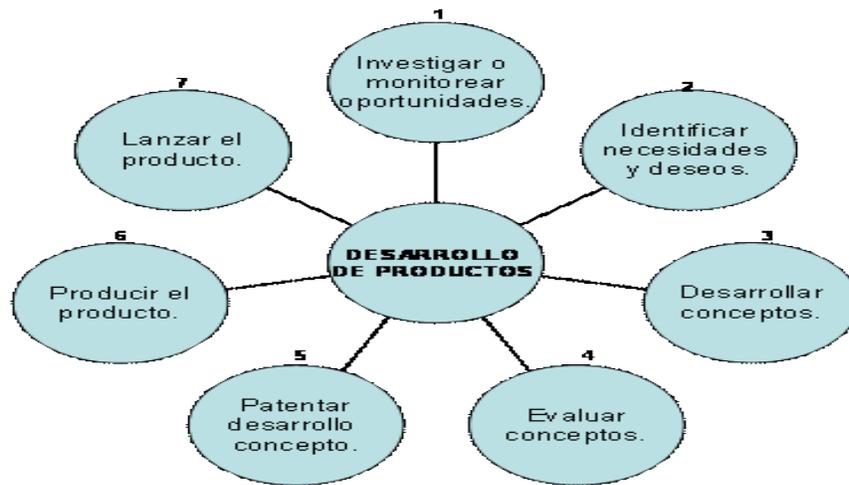


Figura 7. Desarrollo del Producto

Fuente: Conceptos básicos para el desarrollo

Elaborado por: Diana Tixicuro

2.3.4.1 Marketing Mix

El marketing mix o mezcla de mercadotecnia es un concepto que se utiliza para nombrar al conjunto de herramientas y variables que tiene el responsable de marketing de una organización para cumplir con los objetivos de la entidad.

Esto quiere decir que el marketing mis está compuesto por la totalidad de las estrategias de marketing que apuntan a trabajar con los cuatro elementos conocidos como las cuatro P: producto, precio, plaza, y promoción. (Definición de., 2008)



Figura 8. De las 4P Marketing

Fuente: Generación Digital

Elaborado por: Diana Tixicuro

2.3.4.1.1 Producto

Un producto es todo aquello que la empresa o la organización elabora o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores.

No necesariamente es un bien físico, se complementan también los servicios, las ideas, las organizaciones, etc. (psicologiayempresa.com, 2010)

Los adornos que ofrece la microempresa están elaborados por material reciclado, el cual muchas veces las personas lo desechan sin saber la utilidad que puede ofrecer cada uno de ellos con la creación de estos adornos se ayuda a contribuir con la reducción de la contaminación y brindar al consumidor productos de buena calidad aquí se puede ver un ejemplo de los productos a ofrecer.



Figura 9. Oso de Papel

Elaborado por: Diana Tixicuro



Figura 10. Florero

Elaborado por: Diana Tixicuro

2.3.4.1.1 Empaque o Presentación

La presentación de los productos se realiza mediante bolsas de tela para los adornos pequeños como son los osos y para los floreros se los entregara como servicio a domicilio ya que su tamaño es más grande que los adornos.



Figura 11. Bolsa Celofán Transparente

Fuente: Diana Tixicuro

Elaborado por: Diana Tixicuro



Figura 12. Papel Transparente

Fuente: Diana Tixicuro

Elaborado por: Diana Tixicuro

2.3.4.1.1.2 Marca

Marca es un término que cuenta con varios usos y significados. Uno de los más frecuentes está vinculado al derecho exclusivo a la utilización de una palabra, imagen o símbolo para identificar un producto o un servicio. (Definición de., 2008)

La marca de ECO-ADORNOS S.A se enfoca más a lo que es la ecología y el medio ambiente ya que estos materiales se utilizan para disminuir la contaminación la cual se puede volver a utilizar nuevamente creando adornos para la decoración del hogar.



Figura 13. Marca

Fuente: Diana Tixicuro

Elaborado por: Diana Tixicuro

2.3.4.1.1.3 Eslogan

El eslogan es una palabra o frase corta fácil de recordar, un lema original e impactante, a menudo se utiliza en la publicidad, la propaganda política, religiosa, etc. Como frase identificativa y para formar confianza. Es un término derivado del inglés. (significados , 2013)

El eslogan de ECO-ADORNOS es “El arte de reciclar” esta frase es a base del proyecto ecológico que busca el poder de concientizar a todas las personas que se debe de cuidar el medio ambiente y valorar cada uno de los materiales que se pueda reutilizar para crear diferentes adornos.

2.3.4.1.2 Precio

El precio es el valor en moneda que se le asignara a un bien o servicio según corresponda. En tanto, a la hora de fijar un precio, además del valor que tenga en si el bien o el servicio, será determinantes también para su definición cuestiones como el esfuerzo, atención y tiempo que se le haya destinado a un bien o servicio para su consecución o producción. (DefinicionABC, 2013)

El precio es muy importante para que se deba dar a cada uno de los productos ya que estos deben tener acogida hacia los clientes y al mercado un precio razonable que este alcance de los clientes en la cual tendrá las siguientes características:

- ✓ Precios cómodos y bajos para el cliente.
- ✓ Los precios serán razonables para toda persona de toda clase social.
- ✓ El precio tendrá un límite de descuento para los clientes.
- ✓ El precio será definido de acuerdo al tiempo demorado en fabricar dicho adorno.

2.3.4.1.3 Plaza

Son los lugares físicos o puntos de venta que se distribuirá el servicio, es un conjunto de actividades que hace que el producto salga del fabricante y llegue al consumidor cuando lo necesite y en las condiciones que lo requiera. (SlideShare, 2015)

La ubicación de la microempresa estará ubicada en el Mercado Artesanal ya que en este lugar es óptimo para la venta de las artesanías hechas a base de material reciclado ya que en este lugar se vende muchas artesanías de diferentes lugares del Ecuador y es visitada por muchas personas y turistas la cual está abierto todos los días los artículos serán vendidos en el mismo lugar o en ciertos casos serán entregados a domicilio como lo prefiera el consumidor.

2.3.4.1.3.1 Canales de Distribución

El termino canal de distribución designa el conjunto de los medios utilizados para hacer con que el producto o servicio llegue desde el fabricante hasta el consumidor/ usuario final. El canal de distribución puede ser largo i incluir varios intermediarios con almacenistas, mayoristas y minoristas o ser corto y no hay límite de intermediarios entre el productor y el consumidor. (Gestion y Filosofía)

En la microempresa el canal de distribución será de forma directa con el consumidor ya que lo adquieren ese mismo momento otra forma de distribución es la de a domicilio esto será solo si el cliente lo desea también se los distribuirá a locales mayoristas y minoristas a un precio accesible.

A continuación se detalla cada uno de los canales de distribución que ofrece la microempresa.

De forma directa que se lo hace directamente con el consumidor en ese mismo momento que adquiere el producto.

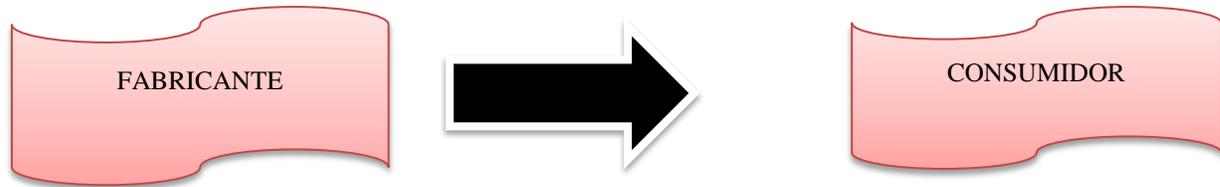


Figura 14. Canal de Distribución Directa

Fuentes: Tipos de Canal de Distribución

Elaborado por: Diana Tixicuro

Otro de los servicios que ofrece la microempresa es el de servicio a domicilio que se lo realizará en ciertas ocasiones que requiera el cliente.



Figura 15. Canal de Distribución a Domicilio

Fuente: Tipos de Canal de Distribución

Elaborado por: Diana Tixicuro

Otro canal de distribución es el de distribución a locales minoristas y mayoristas que este se encarga de hacer llegar los productos desde otros puntos de ubicación hacia más clientes que se realiza de la siguiente manera.

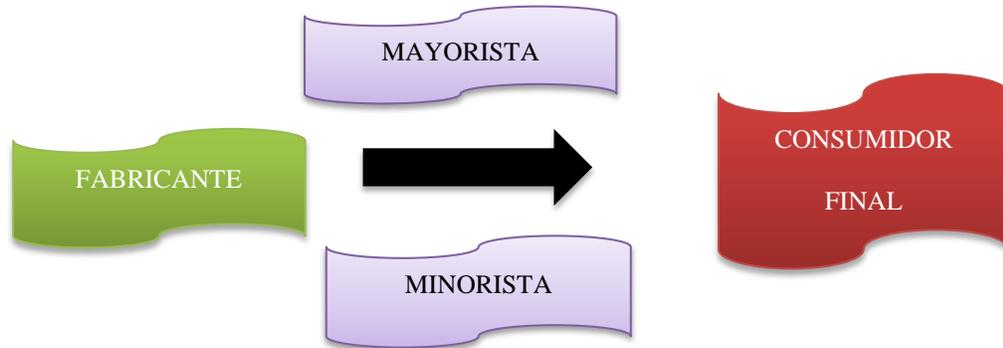


Figura 16. Distribución Local Minorista y Mayorista

Fuente: Tipos de Canal de Distribución

Elaborado por: Diana Tixicuro

2.3.4.1.4 Promoción

El término promoción se refiere al uso más extendido y amplio que tiene el término es el que logra a instancias del marketing, ya que en este ámbito la promoción resulta ser aquella comunicación comercial que consistirá en planeamiento de objetivos a corto plazo, tanto a los consumidores potenciales del producto o los canales de distribución del mismo, con el claro objetivo de incrementar la compra o la venta, según corresponda. (DefinicionABC, 2013)

La promoción es una fuerza que tiene la microempresa en el ámbito de las ventas ya que es una estrategia para la empresa para dar a conocer cada uno de los productos

que se ofrece al consumidor la promoción es un plan de mercadotecnia que tiene la empresa:

- ✓ Dar descuentos a locales mayorista y minoristas
- ✓ La microempresa ofrecerá promociones en diferentes productos.
- ✓ Se realizara una sugerencia para poder ir mejorando los productos para ofrecer nuevos para los clientes.

2.3.4.1.4.1 Publicidad

Se conoce como publicidad aquella técnica destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación (televisión, cine, radio, revistas, internet) con el objetivo de motivar al público hacia una determinada acción de consumo. La publicidad informar al consumidor potencial de un bien o servicio acerca de los beneficios que presenta este y resaltara las diferencias que lo distingue de otras maneras. (DefinicionABC, 2013)

La publicidad de la microempresa se lo realizara a través de:

- ✓ Con el avance de la tecnología se lo realizara por medio de página web, radio y televisión.
- ✓ Otra forma de hacer publicidad es por hojas volantes y tarjetas de presentación.

- ✓ Una estrategia de publicidad es por medio de ferias artesanales que es realizada por el Municipio de Quito en la que la microempresa participara con adornos de material reciclado.

Medios por los que se realiza la publicidad:

- ✓ Página web



Figura 17.Publicidad Pagina Web

Fuente: Publicidad

Elaborado por: Diana Tixicuro



Figura 18. Feria Artesanal Textura & Color

Fuente: Publicidad

Elaborado por: Feria Artesanal

Tarjetas de Presentación:



Figura 19. Tarjeta de Presentación

Fuente: Publicidad

Elaborado por: Diana Tixicuro

Hojas volantes:



Figura 20. Hoja Volante

Fuente: Publicidad

Elaborado por: Diana Tixicuro

AMPLIAR EL MERCADO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ADORNOS PARA EL HOGAR A BASE DE MATERIAL RECICLADO UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN EL SECTOR EL EJIDO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

2.3 Análisis FODA

La matriz de análisis DAFO O FODA, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz DAFO es una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis DAFO permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa. (blog de Marketing y Ventas , 2016)

La matriz FODA es una herramienta muy importante para la microempresa ya que en esta matriz se puede identificar lo que es la debilidad las oportunidades sus amenazas y fortalezas con las que cuentan la microempresa en la cual intervienen dos partes que son internas y externas.

2.4.1 Parte Interna: En la parte interna del análisis consta de dos partes que son las fortalezas y las debilidades de la microempresa.

2.4.1.1 Fortalezas: las fortalezas son las capacidades que tiene la empresa y los recursos de la misma.

- ✓ F1: clientes atendido de forma cordial y exclusiva
- ✓ F2: precios cómodos al alcance del consumidor.
- ✓ F3: adornos innovadores al gusto de los clientes.
- ✓ F4: productos de calidad y durabilidad.
- ✓ F5: personal calificado para realizar los productos

2.4.1.2 Debilidades: las debilidades de la microempresa son puntos en los que se puede realizar una mejora en los productos.

- ✓ D1: no se utiliza maquinaria pesada.
- ✓ D2: escasa iniciativa de emprender nuevos productos por falta de información de las necesidades del mercado.
- ✓ D3: falta de una marca internacional de la producción frente a otros países.
- ✓ D4: una vez salido el producto no se acepta devoluciones.
- ✓ D5: escasa diferencia en ciertos productos.

2.4.2 Parte Externa: la parte externa del análisis consta de dos partes que es las oportunidades y amenaza para la empresa.

2.4.2.1 Oportunidades: son oportunidades externas con las que cuenta la microempresa y en las cuales debe de aprovechar.

- ✓ OP 1: los adornos con material reciclado no es abundante.
- ✓ OP 2: capacitación a los operarios.
- ✓ OP 3: la artesanía es rica en productos y materiales que satisfacen gustos variados.
- ✓ OP 4: la artesanía es cada vez más reconocida a nivel mundial.
- ✓ OP5: la ubicación de la microempresa es en un sector muy visitado por los turistas y toda clase de personas.

2.4.2.2 Amenazas: las amenazas son obstáculos o barreras que tiene la microempresa y representan un peligro.

- ✓ AM 1: existen productos sustitutivos.
- ✓ AM 2: imitación o copia de los productos.
- ✓ AM 3: no exista apoyo para las microempresas tanto grandes como pequeñas en el sector artesanal.
- ✓ AM 4: difícil acceso a mercados internacionales.
- ✓ AM 5: cambios tecnológicos.

2.4 Matriz FODA

La matriz FODA es una herramienta muy fuerte para la microempresa ya que en ella se puede ver la fortaleza sus oportunidades la debilidad que tiene y las amenazas con las que cuenta para poder surgir más adelante y en las cuales se evaluara las siguientes estrategias:

- ✓ La estrategia DA: está orientada a minimizar tanto debilidades como las amenazas.
- ✓ La estrategia DO: pretende minimizar las debilidades y maximizar las oportunidades.
- ✓ La estrategia FA: intenta maximizar las fuerzas de la empresa para afrontar las amenazas del ambiente.
- ✓ La estrategia FO: representa la posición más deseable. Se da cuando una empresa puede usar fuerzas para aprovechar las oportunidades que se le presente.

El análisis FODA que se realiza a la microempresa es una herramienta importante en la cual se ve las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que tiene la empresa una vez que se haya elaborado la matriz FODA se debe tratar de aprovechar los puntos más fuertes con los que consta la empresa para sacar en gran

mayoría las oportunidades que ofrece el mercado y así poder reducir lo que es las amenazas que se tiene y al mismo tiempo corregir o eliminar las debilidades con las que consta la microempresa.

CAPITULO III

3. Estudio de Mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y en el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un nuevo plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, edad, ubicación y nivel de ingresos. (blog-emprendedor, 2010)

En base a la definición de estudio de mercado se puede decir que es un proceso por el cual se realiza la recolección de información y se analiza para conocer

datos precisos acerca de los clientes sus gustos y preferencias para poder lanzar un nuevo producto y saber si tendrá acogida o no por los clientes y su alcance a poder adquirirlo.

Esto ayuda a la empresa a tomar buenas decisiones y verificar si está en situada en buen lugar la microempresa para tener acogida y llegar a los clientes.

3.1 Análisis del Consumidor

El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo.

La importancia del análisis del consumidor radica en que al conocer mejor sus características, podemos tomar decisiones o diseñar estrategias que nos permitan atenderlo de la mejor, manera posible o que mejores resultados puedan tener en él; por ejemplo. Podemos diseñar el producto que mejor satisfaga sus necesidades o elegir el canal de venta que le sea más accesible. (crecernegocios, 2014)

Un factor importante para que la empresa pueda crecer es el análisis al consumidor ya que por medio de ellos la empresa puede bien crecer o fracasar mediante el análisis del consumidor se puede determinar los gustos preferencias que cada uno de

los consumidores requiere para que ellos tengan confianza en los productos y puedan volver a adquirirlos.

Para adquirir cada uno de los adornos no se necesita clase social o estado civil, ya que es un adorno para el hogar que está realizado por material reciclado y que cualquier persona puede adquirir para adornar su casa o su habitación.

El presente proyecto tiene por objetivo ayudar a reducir la contaminación reusando los desechos que votamos a diario creando con ellos mismo adornos para el hogar, habitaciones brindando confianza y seguridad en los productos que la microempresa ofrece con diferentes diseños e innovación para así llegar a los clientes.

3.1.1 Determinación de la Población o Muestra

3.1.1.1 Población

Cuando se lo pronuncia en contextos como el sociológico, el termino población se refiere al conjunto de personas que vive en un área geográfica determinada y cuyo número se calcula a instancias de una evaluación estadísticas. Por otra parte, en

términos biológicos, una población será el conjunto de individuos pertenecientes a una misma especie y que habitan en la misma zona geográfica. (DefinicionABC, 2013)

Población referente al proyecto

Para determinar el número de población de habitantes en el centro de Quito, la Mariscal las personas a encuestar dentro del sector se lo realizara a través de la aplicación de métodos de muestreo considerando que es un mercado grande y muy visitado por toda clase de persona sin necesidad de clase social ya que es un lugar turístico que es visitado por personas extranjeras ya que en este sector se encuentra la mayor cantidad de hoteles, hostales, restaurantes, tiendas de ropa, artesanías y cafeterías.

El estudio de mercado ayuda a conocer la demanda que tiene la microempresa y ayuda a fijar precios a los productos en el mercado.

El número de habitantes de Quito es el 2239.191 entre hombres y mujeres ya que el porcentaje en los hombres es de 86,7 y en las mujeres es de 13,3 el número de habitantes en el sector de centro de Quito es de 407.229 habitantes.

3.1.1.2 Muestra

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo, el tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuan representativo se quiera sea el estudio de la población.

(metodologiadeinvestigacion.com, 2010)

Muestra referente al proyecto.

El proyecto está enfocado a hombres y mujeres de los 16 años en adelante, en el cual la población en esta edad esta con un numero de 238.705 habitantes según datos del INEC se considera población infinita (más de 100,000 habitantes).

Formula de la Muestra

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

Tamaño de la Muestra

n = Tamaño de la muestra

N= Universo o población (407.229)

P= Posibilidad de éxito (50 %)

Q = Posibilidad de fracaso (50 %)

$E^2 =$ Margen de error (5 %)

$Z^2 =$ Nivel de confianza (1,96)

$$n = \frac{407.229 \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot 1,96^2}{(407.229 - 1)0,05^2 + 0,50 \cdot 0,50 \cdot 1,96^2}$$

$$n = \frac{391102,73}{1019,03} = 384$$

3.1.1 Técnicas de obtención de Información

Las técnicas de recolección de información son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes que le permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada.

Existen tipos de técnicas para obtener información como es la entrevista y las encuestas que son las más usadas.

3.1.2.1 Entrevista

El concepto de entrevista hace referencia a la comunicación que se constituye entre el entrevistador y el entrevistado. En ambos casos pueden ser más de una persona. El objetivo de dicha comunicación es obtener cierta información, ya sea de tipo personal o no. (Concepto de, 2015)

Encuesta

Se denomina encuesta al conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, representativa de esa población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones corrientes y porque no también para medir la temperatura de la gente acerca de algún hecho específico que se sucede en una comunidad. (DefinicionABC, 2013)

Análisis de la Información

Decodificación de datos contenidos en un documento, es ejecutado por un especialista en relación con las operaciones del procesamiento de la información para facilitar la recuperación y acceso a la misma es la llamada lectura técnica que hace el técnico o especialista de la información de textos impresos y/o automatizados en función

de la satisfacción de una necesidad informativa de una comunidad de usuarios. (EcuRed, 2016)



MODELO DE ENCUESTA

Encuesta:

Objetivo: determinar la idoneidad sobre la creación de una microempresa de adornos para el hogar a base de material reciclado.

Indicaciones: por favor conteste el siguiente cuestionario de la manera más sincera ponga una X en la respuesta que mejor le parezca

1.- Genero

Masculino femenino

Edad.....

1.- ¿Es importante para usted el reciclaje?

Muy importante poco importante nada importante

2.- ¿Ha comprado alguna vez un adorno de material reciclado?

Sí No

3.- ¿Cree usted que a través de ciertos materiales se puede realizar objetos artesanales?

Sí No

4.- ¿Le gustaría a usted adquirir floreros y osos elaborado de material reciclado?

Si No

5.- ¿En qué lugar usted compraría adornos de material reciclado?

Casa ferias

6.- ¿Qué aspectos usted consideraría al momento de comprar el artículo de material reciclado?

Precio calidad tamaño

7.- ¿Estaría dispuesto a comprar los floreros y osos de material reciclado de nuestra microempresa?

Si no

8.- ¿Con que frecuencia usted podría adquirir los adornos de material reciclado?

Quincenal mensual trimestral

9.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?

\$ 5- \$8

\$10- \$ 20

10.- ¿Le gustaría que su florero y oso sea personalizado?

Si

no

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.1.2.1.2 Análisis de la Información

Una vez realizada las encuestas procedemos a realizar un análisis de cada una de ellas mediante la tabulación de cada pregunta para verificar si las respuestas tienen sentido con este proceso se puede determinar qué cantidad de personas están de acuerdo con la implementación de la microempresa.

Este método a su vez permite conocer la cantidad de aceptación que tiene el producto y la cantidad de personas que estarían dispuestas a adquirirlos.

Desarrollo de la Encuesta

Tabla 13. Género

GENERO		
OPCIONES	NÚMERO	%
Hombre	34	9%
Mujer	350	91%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

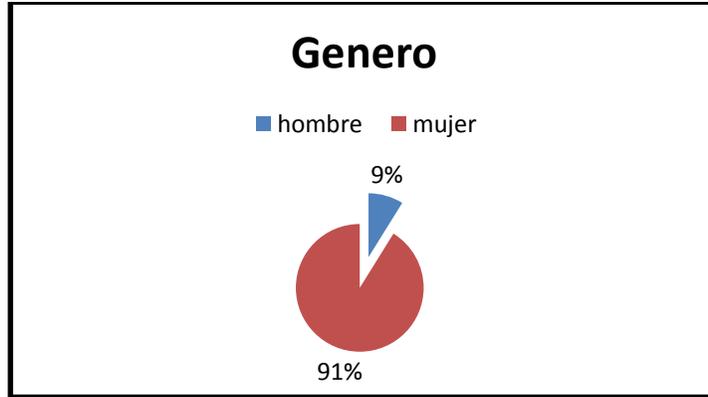


Figura 21. Genero

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Mediante la encuesta se determinó el número de hombres como mujeres encuestadas dando un resultado de 34 hombres con un porcentaje de 9% y mujeres de 350 con un porcentaje de 91% en el cual indica que los clientes más potenciales serán las mujeres.

Tabla 14. Edad

EDAD				
Opciones	15 - 25	25- 36	36 -43	%
Número	170	172	42	100%
total	384			

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

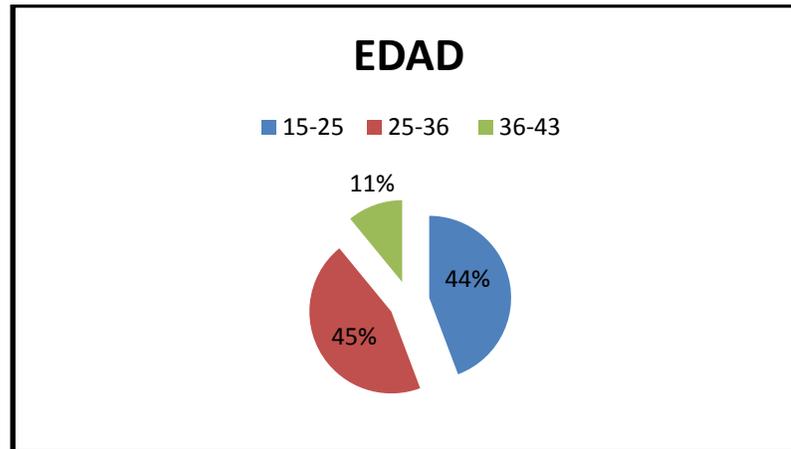


Figura 22.Edad

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Mediante la pregunta se puede deducir la edad en la que se encuentra los clientes y como resultado se puede reflejar que el mayor porcentaje es el 45% que se encuentra en la edad de 25 a 36 años, luego el 44% el cual está en la edad de 15 a 25 años con estos dos porcentajes altos se puede deducir que los clientes potenciales estas desde los 15 a 36 años de edad.

Tabla 15. Pregunta 1

1.- ¿Es importante para usted el reciclaje?

OPCIÓN	NÚMERO	%
Muy importante	179	46%
Poco importante	168	44%
Nada importante	37	10%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

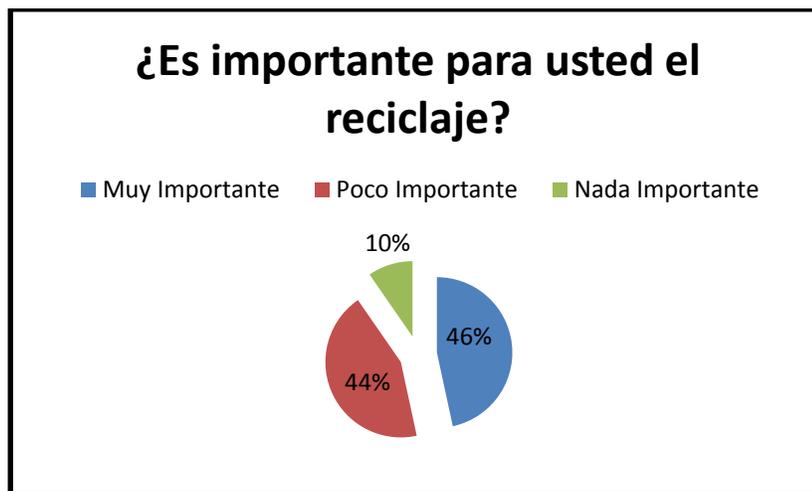


Figura 23.Pregunta 1

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Mediante la pregunta se puede determinar que el 46% de las personas encuestadas si le dan importancia al reciclaje ya que saben que esto puede ayudar de una u otra manera a disminuir la contaminación que sufre el medio ambiente en el que habitan los seres humanos.

Tabla 16. Pregunta 2

2.- ¿Ha comprado alguna vez un adorno de material reciclado?

OPCIÓN	NÚMERO	%
Si	285	74%
No	99	26%
total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro



Figura 24. Pregunta 2

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Mediante la pregunta se puede llegar a la conclusión de que si existe un porcentaje alto que es el 74% de las personas que han comprado algún adorno reciclado no del mismo material pero lo han adquirido de otros materiales.

Tabla 17.Pregunta 3

3.-¿ Cree usted que a través de ciertos materiales se puede realizar objetos artesanales?

OPCIÓN	NÚMERO	%
Si	376	98%
No	8	2%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

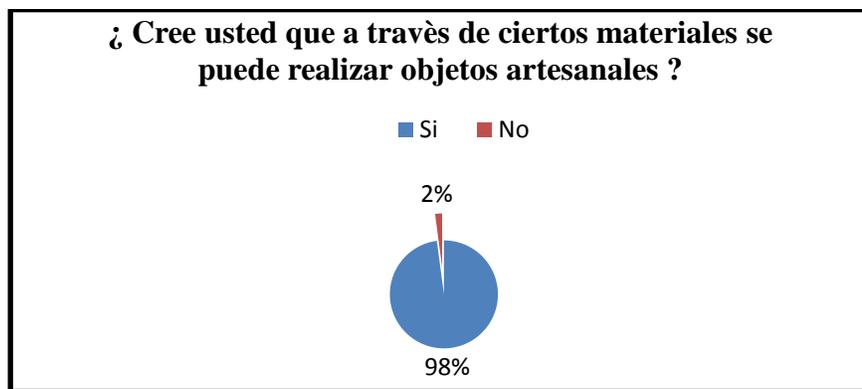


Figura 25.Pregunta 3

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

La finalidad de esta pregunta es para conocer el porcentaje de personas que están de acuerdo que se puede volver a utilizar ciertos materiales para elaborar adornos dando así un resultado del 98% de personas que están de acuerdo en volver a darle uso a ciertos materiales.

Tabla 18. Pregunta 4

4.- ¿Le gustaría a usted adquirir floreros y osos elaborado de material reciclado?		
OPCIÓN	NÚMERO	%
Si	379	99%
No	5	1%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

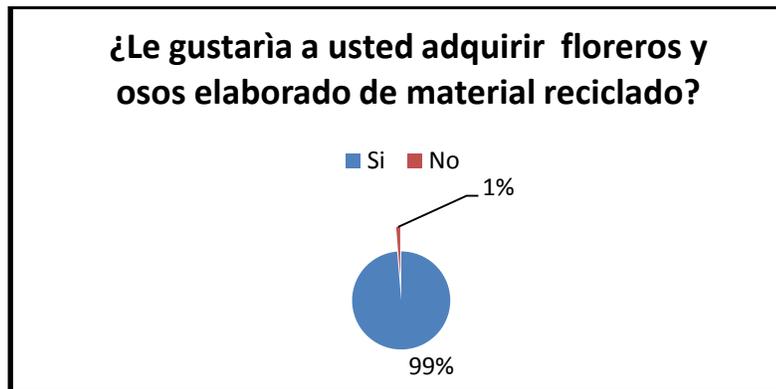


Figura 26.Pregunta 4

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Como se puede observar el 99% si le gustaría adquirir los floreros y los osos de materia reciclado esto es una oportunidad para la microempresa ya que se puede dar cuenta que si tendrá acogida los productos que se va a elaborar.

Tabla 19. Pregunta 5

5.-¿En qué lugar usted compraría adornos de material reciclado?		
OPCIÓN	NÚMERO	%
Casas	20	5%
Ferias	364	95%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro



Figura 27. Pregunta 5

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Con esta pregunta se pretende determinar en qué lugar las personas podrían adquirir los adornos con un porcentaje del 95% pueden adquirir en ferias ya que en este lugar también se va a encontrar y dar a conocer nuestros productos.

Tabla 20. Pregunta 6

6.-¿Qué aspecto usted consideraría al momento de comprar el artículo de material reciclado?		
OPCIÓN	NÚMERO	%
Precio	186	49%
Calidad	178	46%
Tamaño	20	5%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

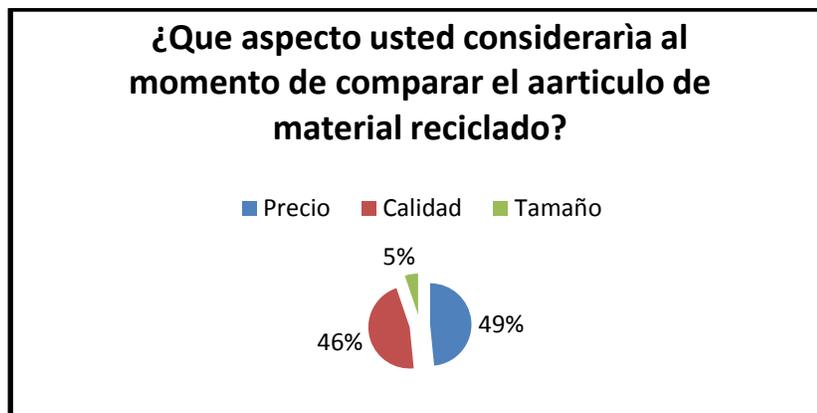


Figura 28. Pregunta 6

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Como se puede observar que el 49% de las personas al momento de adquirir un artículo su aspecto más importante primero es el precio como también la calidad del producto con un porcentaje del 46% y por último el tamaño que es con el 5%.

Tabla 21. Pregunta 7

7.-¿Estaría dispuesto a comprar los floreros y osos de material reciclado de nuestra microempresa?		
OPCIÓN	NÚMERO	%
Si	330	86%
No	54	14%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

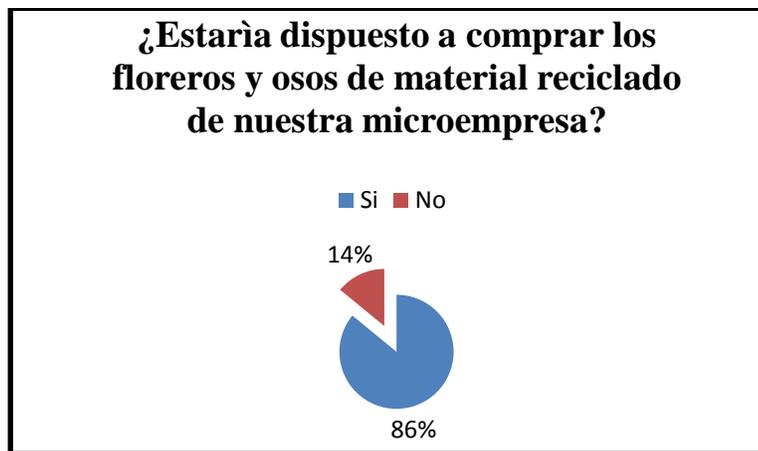


Figura 29. Pregunta 8

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

El 86% de las personas encuestadas si desearían adquirir nuestros adornos de material reciclado en nuestra microempresa esto indica que se tendrá un gran porcentaje de clientes potenciales y podrá seguir surgiendo la microempresa.

Tabla 22.Pregunta 8

8.-¿Con que frecuencia usted podría adquirir los adornos de material reciclado?		
OPCIÓN	NÚMERO	%
Quincenal	66	17%
Mensual	118	31%
Trimestral	200	52%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

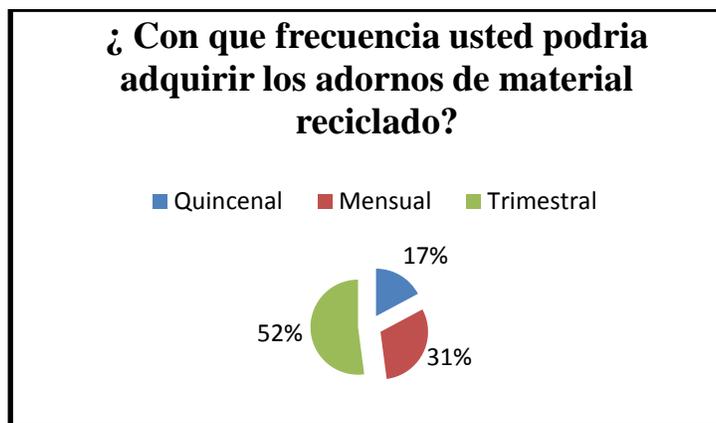


Figura 30.Pregunta 8

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

En esta pregunta permite saber cada que tiempo el cliente puede adquirir el adorno en este caso el mayor porcentaje es el 52% trimestral seguido del 31% que es mensual y por último el 17% que es quincenal.

Tabla 23. Pregunta 9

9.- ¿Qué precio estaría dispuesta a pagar?		
OPCIÓN	NÚMERO	%
\$5 - \$8	186	48%
\$10 - \$20	198	52%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

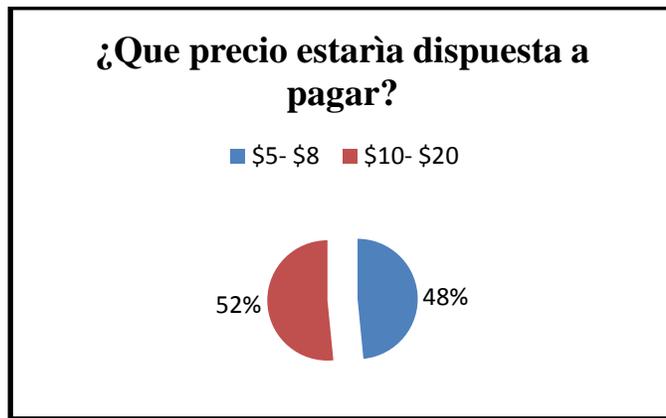


Figura 31. Pregunta 9

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Este pregunta nos permite determinar los precios a cada uno de los adornos ya que en los porcentajes no varía mucho como el 52% que es de \$10- \$20 y el 48% que es de \$5 -\$8 un precio que esta al alcancé de los consumidores.

Tabla 24. Pregunta 10

10.-¿Le gustaría que su florero y su oso sea personalizado?		
OPCIÓN	NÚMERO	%
Si	363	95%
No	21	5%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro



Figura 32.Pregunta 10

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

El 95% de las personas encuestadas desean que su florero y su oso sea personalizado que se lo diseñe a su gusto así como el 5% no lo desea tanto y desea que se le diseñe ciertos dibujos de su preferencia o gusto.

Análisis General

Del total de 373 personas encuestadas se puede deducir que un 42% de personas conocen y saben que el reciclaje es muy importante así como también ellos están dispuestos adquirir nuestros materiales que serán elaborados con material reciclado a su vez las personas al momento de adquirir un producto lo importante es el precio y la calidad de producto que se ofrece esto para la microempresa es una oportunidad ya que en los datos obtenidos se analiza que tendrá un porcentaje alto de clientes y es factible se ha podido determinar que del número de personas encuestadas el 97% de las personas desean su florero y oso personalizado esto ayuda a la microempresa a seguir surgiendo.

3.2 Oferta

Es una propuesta que se realiza con la promesa de ejecutar o dar algo. La persona que anuncia una oferta está informando sus intenciones de entregar un objeto o de concretar una acción, en general a cambio de algo o, al menos, con el propósito de que el otro lo acepte. (Definición de., 2008)

3.2.1 Oferta histórica

Tabla 25. Oferta histórica

año	Factor	Oferta
2016	4,05%	384
2015	4,05%	368,45
2014	3,80%	354,45
2013	2,70%	344,88
2012	4,16%	330,53

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Tixicuro

3.2.2 Oferta actual

Tabla 26. Oferta actual

OFERTA ACTUAL	
Mayor aceptación	384,00
Porcentaje de aceptación	0,46
Total de aceptación	177

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Tixicuro

3.2.3 Oferta proyectada

Tabla 27. Oferta proyectada

año	factor	Oferta
2016	4,05%	384
2017	4,05%	399,55
2018	4,05%	415,73
2019	4,05%	432,57
2020	4,05%	450,09

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Diana Tixicuro

3.3 Productos sustitutivos

Un producto sustitutivo es aquel que satisface las mismas necesidades de los clientes que el producto que ofrece el sector o la industria. En una primera aproximación, estos productos procederían de la variedad existente en la propia industria. Sin embargo, una aproximación más completa debe contemplar como productos sustitutivos todos aquellos que desempeñen las mismas funciones desde el punto de vista de los clientes independientemente de la industria de la que provengan (Descuadrado, 2013)

3.4 Demanda

Se entiende a la demanda como la cantidad de los bienes o servicios que la población pretende conseguir, para satisfacer necesidades o deseos. Estos bienes o servicios pueden ser muy variados, ya sea alimentos, medios de transporte, educación, o actividad de negocio. (Concepto de, 2015)

3.4.1 Demanda histórica

La demanda histórica muestra datos macroeconómicos de periodos anteriores de la demanda que por medio de cálculo podemos conocer la cantidad de la demanda en dólares de la empresa.

Tabla 28. Demanda histórica

año	Factor	Demanda
2016	0%	407229
2015	0%	407229
2014	3,80%	391754,30
2013	5%	373733,60
2012	5,20%	354299,45

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Tixicuro

3.4.2 Demanda actual

Esta demanda ayuda a ver la determinación de la demanda que existe en el mercado a partir de datos que se ha obtenido a partir de información obtenida de las encuestas.

Tabla 29. Demanda actual

Total aceptación	18.7773,29
-------------------------	-------------------

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Diana Tixicuro

3.4.3 Demanda proyectada

Es una estimación futura de los valores actuales obtenidos con el fin de obtener valores futuros que permite determinar la evolución de las variables.

Tabla 30. Demanda Proyectada

año	factor	demanda
2016	0,036800	407229
2017	0,036800	422215,03
2018	0,036800	437752,54
2019	0,036800	453861,83
2020	0,036800	470563,95

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Tixicuro

3.5 Balance Oferta- Demanda

Ayuda a obtener un resultado en la que equilibre la oferta y la demanda tomando en cuenta los datos anteriores.

3.5.1 Balance actual

En el balance se refleja el valor de la demanda insatisfecha que existe en el año tomando en cuenta los datos anteriores.

Tabla 31. Balance actual

año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2016	407229	384	406845

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Tixicuro

3.5.2 Balance proyectado

Tabla 32. Balance proyectado

Año	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2016	384	407229	-406845
2017	399,55	422215,03	-421815,48
2018	415,73	437752,54	-437336,81
2019	432,57	453861,83	-453429,26
2020	450,09	470563,95	-470113,86

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Como se puede observar en cuadro anterior existe una cantidad de demanda insatisfecha en la cual se deberá implementar estrategias de venta para tratar de cubrir un cierto porcentaje de individuos insatisfechos.

CAPITULO IV

4. Estudio Técnico

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se pueden elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se determina la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad de, proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinando, podemos realizar una estructura de costos de los activos mencionados.

4.1 Tamaño del Proyecto

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

4.1.1 Capacidad Instalada

Es un término que se usa para hacer referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un periodo determinado en una cierta rama de actividad. (eco-finanzas.com, 2009)

La capacidad instalada es la capacidad máxima disponible de producción que la microempresa realizara es de 20 adornos diarios en las cuales se han clasificado en floreros, osos y aviones esta proyección se lo ha realizado tomando en cuenta el PIB ya que este es un indicador que muestra la cantidad de producción de un país.

Para la microempresa la capacidad instalada es de 60m² en la cual se ha distribuido de según las necesidades de cada uno de los integrantes de la microempresa así mismo de los clientes y los proveedores.

TABLA 33 Área de la Microempresa

Área	Largo X Ancho	Total Área
Ventas	3m x 3m	9m ²
Bodega	3m x 3m	9m ²
Área de clasificación del papel	3m x 4m	12m ²
Área de clasificación de la botella	3m x 3m	9m ²
Área del cortado, moldeado, pegado	3m x 3m	9m ²
Área de la decoración y secado	3m x 6m	18m ²
baños	2m x 1.5m	3m ²
Total		69

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Tixicuro

Mano de Obra

La mano de obra se refiere a todos los trabajadores que van a laborar en la microempresa para elaborar los productos como se muestra en la siguiente tabla.

TABLA 34 Personal

Concepto	Mano de Obra					Minutos por x producto
	Sueldo Anual	Mes	Semana	Día	Hora	
Trabajador 1	5.399,59	449,97	103,84	20,77	2,60	0,43

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Tixicuro

4.1.2 Capacidad Óptima

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (Pedraza, 2011)

4.2 Localización

La localización es la ubicación que un objeto o persona tiene en un determinado espacio. El mismo requiere de coordenadas que otorguen puntos de referencia para que esta sea trazable y comunicable. Así por ejemplo desde el punto de vista urbano la localización se sirve de direcciones, calles y zonas con un nombre específico. (Definición de., 2008)

4.2.1 Macro Localización

También llamado macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinado sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos de proyecto, el estudio se construye en un proceso detallado como: mano de obra, materiales primos, energía eléctrica, combustible, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones.

(macroymicrolocalizacin.blogspot.com, 2012)

Tabla 35. Macro Localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Sector	El Ejido

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Tixicuro



Figura 33. Macro Localización

Fuente: Maps

4.2.2 Micro Localización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona. (macroymicrolocalizacin.blogspot.com, 2012)

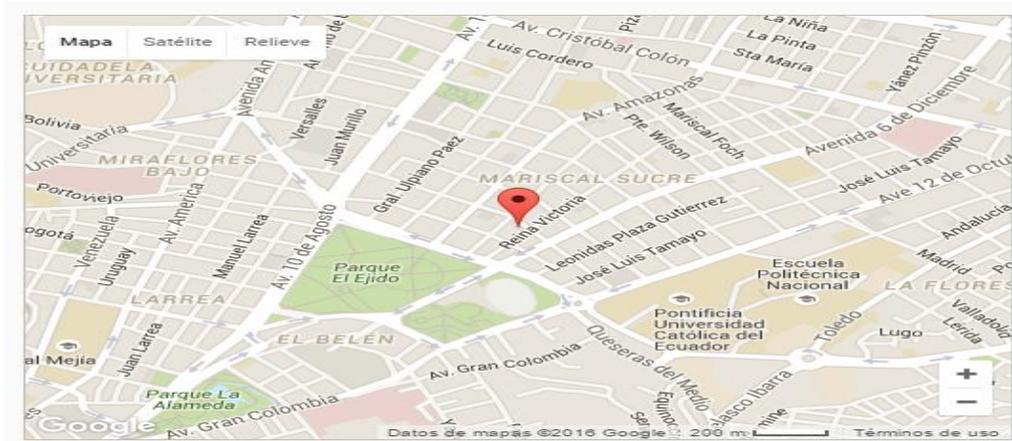


Figura 34. Macro Localización

Fuente: Viajeros.com

✓

Alternativas de Llegada



Figura 35. Alternativa 1

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Diana Tixicuro

AMPLIAR EL MERCADO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ADORNOS PARA EL HOGAR A BASE DE MATERIAL RECICLADO UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN EL SECTOR EL EJIDO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

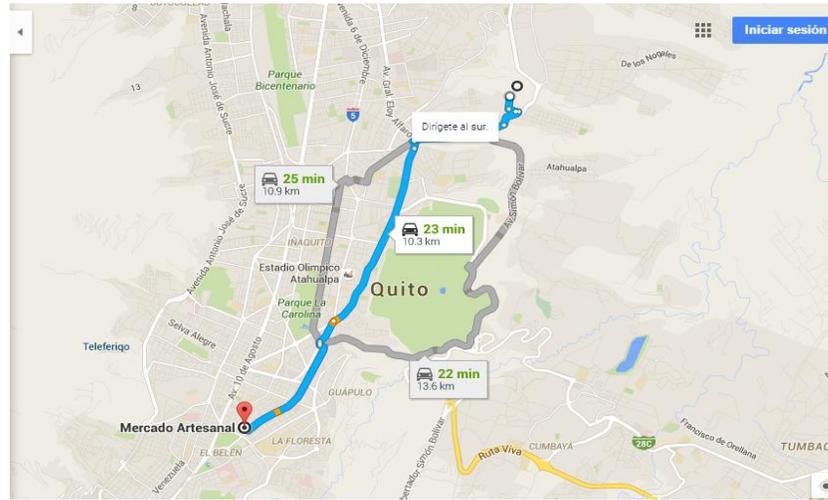


Figura 36. Alternativa 2

Fuente: Google Maps

4.2.3 Localización Óptima

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital. (Motiño, 2011)

Tabla 36. Matriz de factores relevante

FACTORES	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN		CALIFICACIÓN PONDERADA	
		Comité del Pueblo	Mercado Artesanal	Comité del Pueblo	Mercado Artesanal
Geográficos					
Proximidad con el mercado	0,2	3	5	0,6	1
Terreno	0,1	4	3	0,4	0,3
Clima	0,06	4	4	0,24	0,24
Vías de acceso	0,2	3	4	0,6	0,8
Parqueadero	0,02	3	2	0,6	0,04
Servicio Básicos	0,09	2	4	0,18	0,36
Mano de obra	0,05	3	4	0,15	0,2
Infraestructura	0,03	2	4	0,06	0,12
Seguridad	0,03	2	5	0,06	0,15
Materia Prima	0,07	4	4	0,28	0,28
Arriendo	0,05	3	2	0,15	0,1
Medio de Transporte	0,1	3	5	0,3	0,5
Total	1	36	46	3,62	4,09

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Como se puede observar la ubicación de la planta está situado en un lugar en el cual se puede llegar al mercado y en la que visitan muchas personas y turistas con factores que ayudan al desarrollo del proyecto.

4.3 Ingeniera del Producto

Es una disciplina de la ingeniería cuyo objetivo es el diseño y desarrollo de productos desde la concepción inicial hasta su puesta en el mercado. Implica una continua toma de decisiones basadas en conocimiento positivo para ir modelando el producto que se desarrolla de acuerdo a varios factores. (Paspuel, 2012)

4.3.1 Definición del Bien y Servicio

La microempresa se dedicara a elaborar artesanías a base de material reciclado como es las botellas y el papel que a diario se utiliza y se desecha con la elaboración de los adornos la microempresa ayuda principalmente a la conservación del medio ambiente para cumplir uno de los objetivos propuestos, y sus beneficios serán tanto para el ser humano como para el medio ambiente.

El proceso que se lleva a cabo para realizar los productos primero será mediante lo que es la clasificación del papel y la botella para verificar que se encuentre en buen estado luego se procederá a realizar el corte de la botella y el pagado del papel para dar forma al florero, y dar forma a las figuras que estarán en el florero lo cual después será llevado a secar y listo para su entrega, así mismo para las figuras de papel

será lo primero el doblado de papel y pegado dándole forma a la misma el siguiente paso será el pintado y el secado para ser entregado a los clientes.

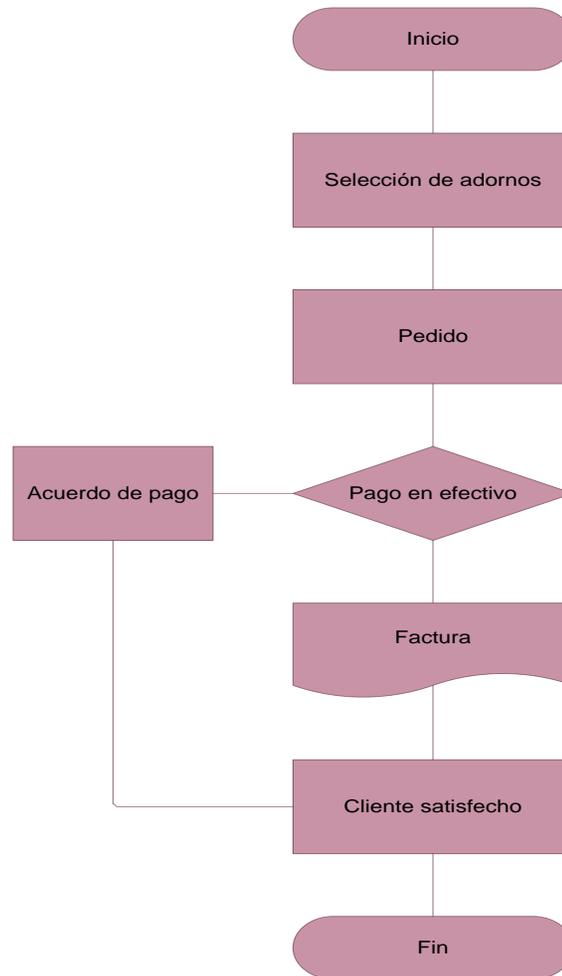


Figura 37. Flujo gramas Proceso de Ventas

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Diana Tixicuro

Ilustración 1. Simbología de flujo

Formas	Significado
	Inicio/ Fin
	Proceso
	Decisión
	Documento
	Flujo de información

Fuente: Flujos

Elaborado por: Diana Tixicuro

4.3.2 Distribución de Planta

La distribución de la planta es un concepto relacionado con la disposición de las maquinas, los departamentos, las estaciones de trabajo, las áreas de almacenamiento, los pasillos y los espacios comunes dentro de una instalación productiva propuesta o ya existente. La finalidad fundamental de la distribución en la planta consiste en organizar estos elementos de manera que se asegure la fluidez del flujo de trabajo, materiales, personas e información a través del sistema productivo. (SlideShare, 2015)

✓ **Códigos de cercanía**

El código de cercanía a los símbolos de cercanía que muestra la proximidad entre las diferentes actividades de una empresa como también sus departamentos con el objeto de distribuir de una manera óptima para cada uno de ellos.

Tabla 37. Códigos de cercanía

Código	Significado
A	Absolutamente Importante
E	Especialmente Importante
I	Importante
O	Ordinal o Normal
U	Unimportant (sin importancia)
X	Indeseable
XX	Muy Indeseable

Fuente: Simbología del método SLP

Elaborado por: Diana Tixicuro

✓ **Factores del proceso**

Estos factores determinan la cercanía de las diferentes áreas o departamentos o diferentes actividades que se realiza en dentro de cada departamento.

Tabla 38. Factores de proceso

Código	Significado
1	Por control
2	Por higiene
3	Por procesos
4	Por convivencia
5	Por seguridad

Fuente: Factores del método SLP

Elaborado por: Diana Tixicuro

4.3.3 Matriz SLP

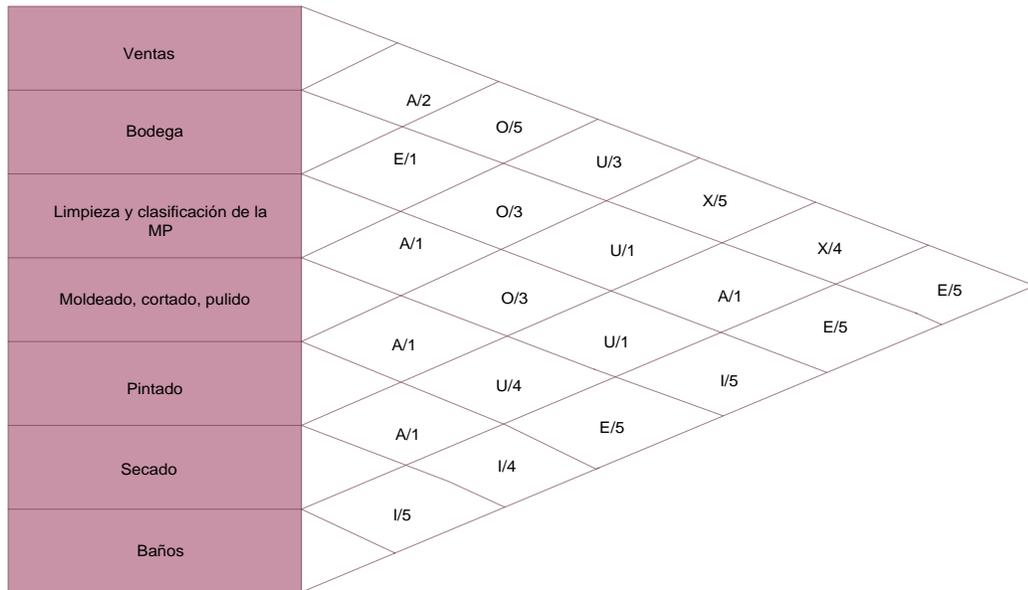


Figura 38. Matriz SLP

Fuente: Matriz SLP
Elaborado por: Diana Tixicuro

4.3.4 Plano

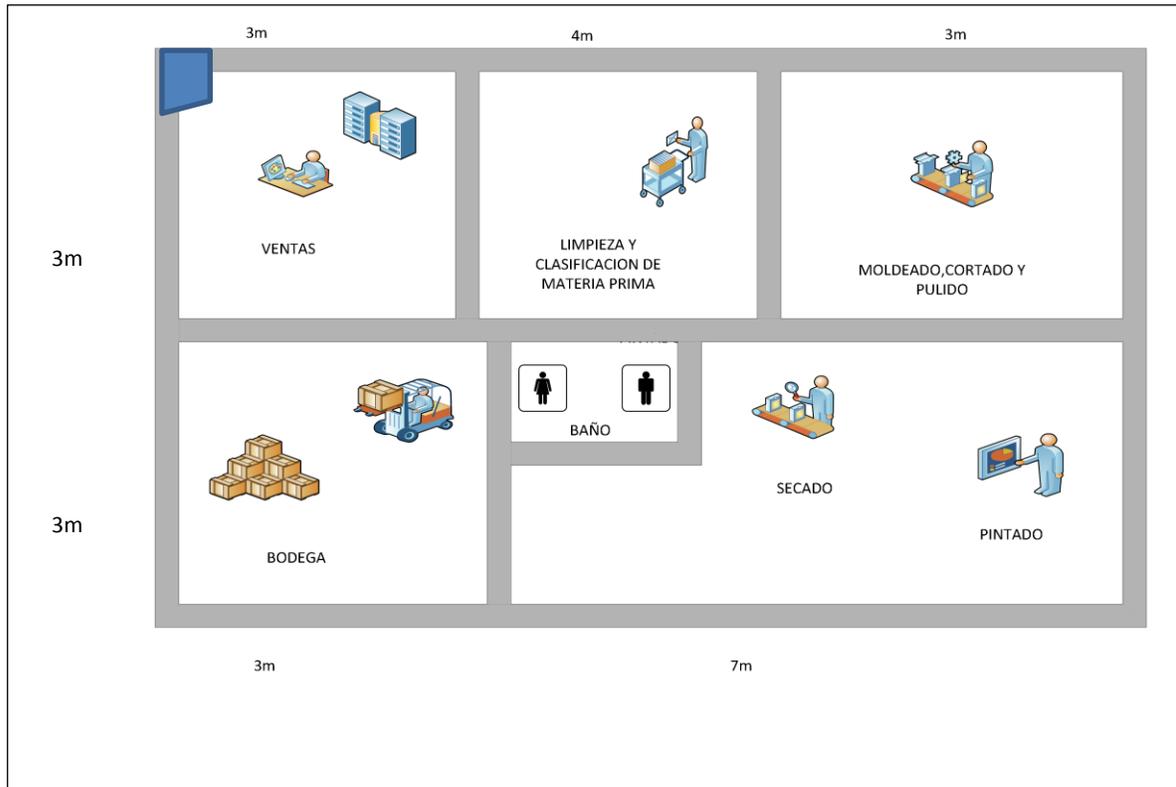


Figura 39. Plano de Distribución

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

4.3.4.1 Descripción de la Instalación del Proyecto

Área de ventas:

En esta área se encontrara con un espacio amplio en el cual se atenderá a los clientes al momento de una compra de los productos.

Bodega:

En este departamento se almacenara todo lo que es la materia prima en la que será un departamento fresco para la conservación de la materia prima y los materiales

Limpieza y clasificación de la Materia Prima:

Aquí se llevara a cabo lo que es la clasificación de la materia prima y la limpieza de cada uno de ellos para después ser convertidos en producto terminado.

Moldeado, cortado, pulido:

En esta área se procede a realizar el moldeado, cortado para dar forma a los adornos y el pulido que es detalles pequeños que se encuentre.

Pintado:

En el área de pintado se procede a darle color a cada oso que se ha elaborado.

Secado:

Esta área cuenta con una ventilación la cual ayudara a que la pintura se seque de una manera rápida.

Baños:

El baño contara con una buena higiene y materiales de aseo necesarios en el área de ventas existirá un baño el cual será para el vendedor y para el cliente, existirá otro baño para las áreas de limpieza y moldeado, como para el área de pintado y secado en el cual y también contara con útiles de aseo respectivo para cada baño.

4.3.4.2 Proceso Productivo

El concepto de proceso productivo designa a aquellas series de operaciones que se llevan a cabo y que son ampliamente necesarias para concretar la producción de un bien o de un servicio. Cabe destacar entonces que las mencionadas operaciones, acciones, se suceden de una manera, dinámica, planeada y consecutiva y por supuesto producen una transformación sustancial. (DefinicionABC, 2013)

En la microempresa el proceso inicia desde que se obtiene la materia prima para transformarlo en un producto terminado

Ilustración 2. Simbología del flujo de producción

Formas	Significado
	Inicio/ Fin
	Proceso
	Decisión
	Flujo de información

Fuente: Flujos

Elaborado por: Diana Tixicuro

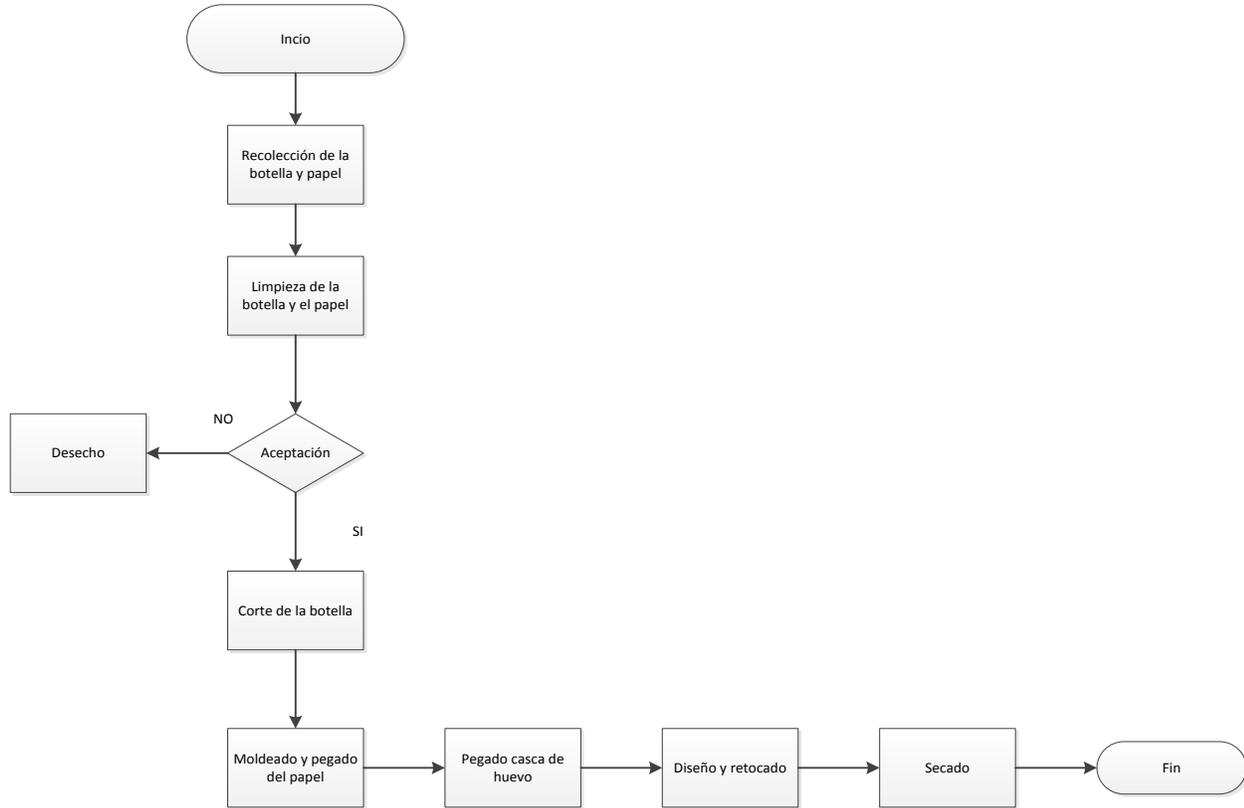


Figura 40. Proceso Productivo de Florero

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

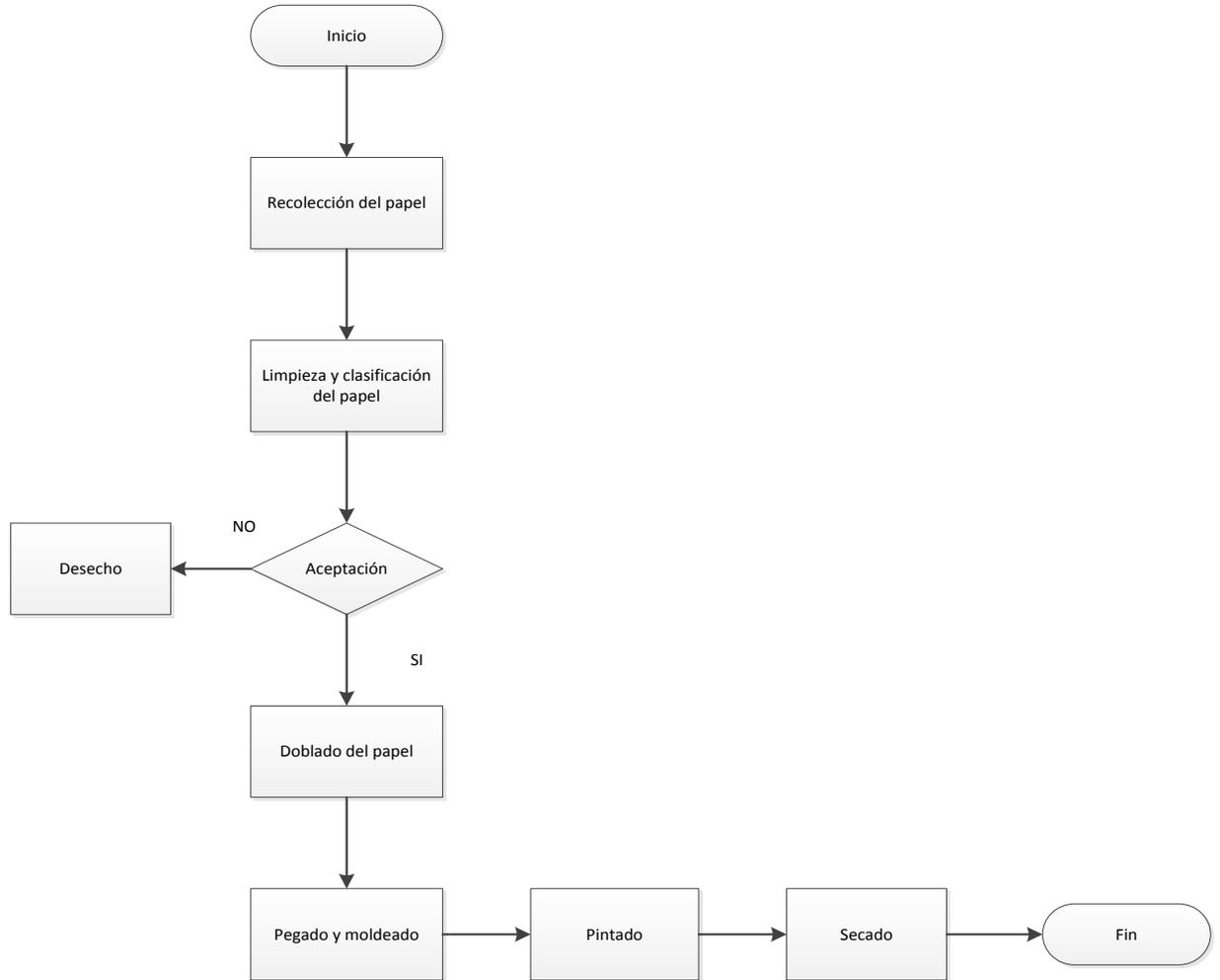


Figura 41. Proceso Productivo Oso

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Diana Tixicuro

4.3.4.2.1 Descripción del Diagrama de Producción

Pasos para realizar el florero:

PASO 1.- Recolección de la botella y el papel: la recolección de la botella se realizara en la tienda de Luis mediante una campaña que se realizara para recolectar lo que es la botella, el papel será obtendrá de la empresa Reciclar ya que esta se dedica a vender lo que es papel reciclado a un bajo costo.

PASO 2.- Limpieza de la botella y del papel: esto se realizara para que todo el material a usar este en buen estado y lo que no este se desechara.

PASO 3.- Corte de la botella: en este paso se procede a cortar la parte de arriba de la botella para que quede una abertura abierta.

PASO 4.- Moldeado y pegado del papel: en este paso se procede a dar forma a lo que es el florero esto se realiza pegado la base superior con un plato desechable para que este sea la base del florero, se procede a pegar encima de la base un globo inflado del tamaño que desee y se pega en la parte inferior la botella dejando la parte abierta

encima una vez terminado estos pasos se procede a pegar el papel en todo el florero para que este se endurezca.

PASO 5.- Pegado la cascara de huevo: una vez que el florero se haya secado se procede a pegar por todo el florero la casaca de huevo sin dejar espacios vacíos.

PASO 6.- Diseño y Retocado: en este paso se realiza lo que es el diseño que se va a implementar en el florero.

PASO 7.- Secado: una vez que se termina con el diseño se procede a secar el florero y si es necesario se realiza pequeñas correcciones, luego se obtendrá el producto terminado listo para la venta.

Pasos para realizar el oso

PASO 1.- Recolección del papel: el papel se obtendrá de la empresa Reciclar ya que esta se dedica a vender lo que es el papel reciclado a un bajo costo.

PASO 2.- Limpieza y clasificación del papel: esto se realizara para que todo el material a usar este en buen estado y lo que no este se desechara.

PASO 3.- Doblado del papel: en este paso se procede a el doblado del papel para dar forma a los productos que se realizara con el papel.

PASO 4.- Pegado y moldeado: una vez doblado el papel se procede a pegar dándole forma a cada producto.

PASO 5.- Pintado: cuando se obtiene el molde de las figuras a realizar se procede a pintar cada uno de ellos para darle color y vida a cada uno de ellos.

PASO 6.- Secado: al terminar la decoración, se deja secar las figuras y si es necesario se corrige algunos detalles, luego se obtendrá el producto terminado listo para la venta.

4.3.4.3 Maquinaria

Conjunto de máquinas que se usa para realizar diferentes trabajos para llegar un fin determinado u objetivo.

Tabla 39. Maquinaria y Herramientas

MAQUINARIA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	CARACTERISTICA	ILUSTRACION
Maquinaria para inflar los globos	2	\$93,98	\$187,96	Ayuda a inflar los globos	
Tijeras grande	3	\$ 2,00	\$ 6,00	Ayuda al cortado de la botella y de los papeles	
Estilete	2	\$0,80	\$ 1,60	Ayuda al modeado del corte de la botella	
Brocha	2	\$ 2,00	\$ 4,00	Ayuda a la mescla de la goma con agua	
Rodillo	2	\$ 2,50	\$ 5,00	Aplasta la casacara de huevo	
Secadora	3	\$ 80,00	\$ 240,00	Ayuda al secado rapido	
Recipiente	2	\$ 5,00	\$ 10,00	Mescal de goma con agua y remojo del papel	

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por: Diana Tixicuro

4.3.4.4 Equipos de Cómputo

Son máquinas electrónicas que reciben y guardan información de todo tipo de movimiento de la empresa la cual es muy útil e importante.

Tabla 40. Equipo de Cómputo

MAQUINARIA	CANT.	PRECIO	CARACTERISTICAS	ILUSTRACION
computador de escritorio	1	\$ 540	almacena datos financieros y movimientos de la microempresa	
impresora y fax	1	\$ 150	imprime estados financieros, listados de los productos recibe infromacion	

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por: Diana Tixicuro

4.3.4.5 Equipo de oficina

Una oficina, refiriéndonos a un local físico, es un espacio adecuado para realizar determinadas y múltiples actividades concernientes a trabajo, dispuestas de variadas formas de acuerdo a las necesidades y en las que se pueden converger una o más personas fin de realizar sus actividades respectivas. (Definición de ABC, 2010)

Tabla 41 Equipo de Oficina

MAQUINARIA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	CARACTERISTICA	ILUSTRACION
Telefono	3	\$ 30,00	\$ 90,00	Ayuda a realizar pedidos y atención al	
Grapadora	2	\$ 10,00	\$ 20,00	Grapar facturas y pedido	
Perforadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00	Ayuda archivar papeles	

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por: Diana Tixicuro

4.3.4.6 Muebles y Enceres

Los muebles y enceres son todos los que se encuentran dentro de una determinada oficina y son de uso importante para ejercer diferentes actividades.

TABLA 42. Muebles y Enceres

MAQUINARIA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	CARACTERISTICA	ILUSTRACION
Escritorio	2	\$ 150,00	\$ 300,00	Atencion al cliente y de uso en oficina	
Sillas	6	\$ 20,00	\$ 120,00	Estacion de trabajo	
Silla giratoria	2	\$ 120,00	\$ 240,00	Para el àrea de ventas	
Archivador	1	\$ 40,00	\$ 40,00	Archivar en orden papeles	
Vitrinas	1	\$ 80,00	\$ 80,00	Exhibir los productos	
Mesa de estacion trabajo	3	\$ 100,00	\$ 300,00	Elaborar los productos	
Papelera	1	\$ 20,00	\$ 20,00	Organizador de ordenes y pagos	

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por: Diana Tixicuro

CAPITULO V

5. Estudio Financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad d una empresa para es sustentable, viable y rentable en el tiempo.

Es estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Zonaeconomica , 2014)

5.1 Ingresos operacionales y no operacionales

En una empresa existen dos tipos de ingresos: operacionales y no operacionales. Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa por lo general, toda empresa está dedicada a uno o más actividades económicas principal y los ingresos originados en estas actividades son considerados ingresos operacionales. (gerencia.com , 2010)

5.2 Costos

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio). (Definicion.De, 2016).

5.2.1 Costo Directo

Es todo aquel costo que se puede asociar directamente a la producción de un solo producto, y que por tanto solo debe figurar en la contabilidad de costos de ese producto. (SlideShare , 2012)

TABLA 43 Costo Directo

Costos de Produccion	Unidades Anuales	costo unitario	MP	MO	CIF	C. ANUAL	C.P. MENSUAL	C.P. M.P. MENSUAL
Florero Grande	1703	7,97	\$ 8.208,46	\$ 3.536,73	\$ 1831,38	\$ 13.576,57	\$ 1131,38	\$ 684,04
Florero Mediano	1703	7,68	\$ 7.254,78	\$ 3.536,73	\$ 2.279,40	\$ 13.070,91	\$ 1089,24	\$ 604,57
Osos	1200	6,72	\$ 3.960,00	\$ 2.492,12	\$ 1.606,15	\$ 8.058,27	\$ 671,52	\$ 330,00
Total	4606		\$ 19.423,24	\$ 9.565,57	\$ 5.716,93	\$ 34.705,75	\$ 2.892,15	\$ 1.618,60

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.2.2 Materia Prima Directa

La materia prima directa, son los elementos sobre el cual se ejerce una labor con el objetivo de transformarlo en el producto terminado analizado, son aquellos elementos principales que conforman el producto. (Enciclopediadetareas.net, 2012)

TABLA 44 Materia Prima Florero Grande

Floreros Grande						
M.P D	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Total	Valor Mensual	Valor Anual	
Papel Paca 6 kg	1	\$ 3,60	\$ 3,60	\$ 108,00	\$ 1.296,00	
Botella klg	1	\$ 0,65	\$ 0,65	\$ 19,50	\$ 234,00	
Plato desechable paqt	1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 60,00	\$ 720,00	
Globo paquete	1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 60,00	\$ 720,00	
Cascara de huevo lbs	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 270,00	\$ 3.240,00	
Goma grande	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	
Escarcha	3paqte	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 36,00	\$ 432,00	
Barniz transparente	2	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00	
Total	10	\$ 34,45	\$ 42,45	\$ 1.273,50	\$ 15.282,00	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

TABLA 45 Materia Prima Florero Mediano

Florero Mediano					
M.P D	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Total	Valor Mensual	Valor Anual
Papel 5kg	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Botella klg	1	\$ 3,25	\$ 3,25	\$ 97,50	\$ 1.170,00
Plato desechable pqt	1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Globo paquete	1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Cascara de huevo lbs	2	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Goma grande	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Escarcha difere. Color	3 paqt	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 36,00	\$ 432,00
Barniz transparente	1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Total		\$ 35,45	\$ 37,45	\$ 1.123,50	\$ 13.482,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

TABLA 46 Materia Prima Oso

Osos					
M.P D	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Total	Valor Mensual	Valor Anual
Papel 5 kg	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Pintura temperas caja	3	\$ 2,00	\$ 6,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Ojos pequeños paquet	1	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Total		\$ 6,00	\$ 10,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.2.3 Mano de Obra Directa

La mano de obra directa es el costo de mano de obra directamente atribuible a las unidades de los productos elaborados por la organización. En otras palabras, es el costo de los jornales para los trabajadores responsables de fabricar los productos acabados a partir de materias primas. La mano de obra directa es también conocida como mano de obra de toque porque el empleado toca el producto durante el proceso de fabricación. (ehowenespanol.comcontabilidad , 2015)

TABLA 47 Mano de Obra Directa

ROL PAGOS DE PRODUCCION									
	Cargo	Sueldo	Aporte	Decimo	Decimo	Fondos de	Total	Total Anual	Total
Trabajador 1	Produccion	\$ 366,00	\$ 83,97	\$ 33,08	\$ 14,58	\$ 33,08	\$ 449,97	\$ 5.399,59	
TOTAL SUELDO		366,00	83,97	33,08	14,58	33,08	449,97	5.399,59	\$ 64.795,03

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.2.4 Costos Indirectos Fabricación

Los costos indirectos de fabricación comprenden los bienes naturales, semielaborados o elaborados de carácter complementario, así como servicios personales, públicos y generales y otros insumos indispensables para la terminación adecuada del producto final, actualmente representa un 25 % del costo total de un producto en promedio. (SlideShare , 2012)

TABLA 48 Costo Indirecto Fabricación

CIF			
	MES	UNDS DIA	COSTO UNT
ARRIENDO	200	10	\$ 0,92
SERVICIOS BASICOS	90	10	\$ 0,42

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.2.5 Gastos Administrativos

Se denomina gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción. Los salarios de los altos ejecutivos y los costes de los servicios generales (tales como contabilidad, contratación y relaciones laborales) se incluyen en esta rúbrica. (encicloediafinanciera.com, 2012)

TABLA 49 Gastos Administrativos

Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL Mensual	TOTAL Anual
Sueldo Personal Administración	1	400,00	400,00	4.800,00
Suministros de Oficina	1	2,60	2,60	31,20
Arriendos	1	200,00	200,00	2.400,00
Suministros de Limpieza	1	0,00	0,00	0,00
Agua Potable	1	30,00	30,00	360,00
Luz Electrica	1	30,00	30,00	360,00
Teléfono	1	20,00	20,00	240,00
Internet	1	25,00	25,00	300,00
Mantenimiento	1	10,00	10,00	120,00
TOTAL			717,60	8.611,20

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

TABLA 50 Rol de Pagos

ROL DE ADMINISTRACION Y VENTAS							
	SUELDO MENSUA	APORTE PATRONA	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE	VALOR MENSUA	VALOR ANUAL
Administrador	400,00	50	33,33	33,33	33,33	550,00	6.600,00
Vendedor	366,00	45,75	30,50	30,50	30,50	503,25	6.039,00
TOTAL SUELI	766,00	95,75	63,83	63,83	63,83	1.053,25	12.639,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.2.6 Costo de Venta

El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien q se vende. (Gerencie.com, 2010)

Tabla 51. Publicidad

Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL Mensual	TOTAL Anual
Articulos Promocionales	1	25,00	25,00	300,00
Tarjetas de presentación	1	20,00	20,00	240,00
Sueldo	1		366,00	4.392,00
TOTAL			411,00	4.932,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.2.7 Costos Financieros

Es el que integra por los gastos derivados de allegarse fondos de financiamiento por lo cual representa las erogaciones destinadas a cubrir en moneda

nacional o extranjera, los intereses, comisiones y gastos que deriven de un título de crédito o contrato respectivo, donde se define las condiciones específicas y los porcentajes pactados; se calculan sobre el monto del capital y deben ser cubiertos, durante un cierto periodo de tiempo. Incluyen las fluctuaciones cambiarias y el resultado de las posiciones monetarias. (definicion.org, 2013)

5.2.8 Costos Fijos y Variables

Costos Fijos son aquellos que no dependen del nivel de actividad de la empresa, sino que son una cantidad determinada, independiente del volumen de negocio.

Los costos variables son aquellos que evolucionan en paralelo con el volumen de actividad de la compañía. De hecho, si la actividad fuera nula, estos costes serían prácticamente cero. (Aula Facil , 2015)

TABLA 52 Costos Fijos y Variables

Florero Grande	
COSTOS FIJOS	16.721,19
COSTOS VARIABLES	13.576,57
COSTOS VARIABLES UNITARIO	7,97

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

Tabla 53 Costo Fijos y Variables Florero Mediano

Florero Mediano	
COSTOS FIJOS	16.721,19
COSTOS VARIABLES	13.070,91
COSTOS VARIABLES UNITARIO	7,68

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

TABLA 54 Costo Fijos y Variables Oso

Osos	
COSTOS FIJOS	16.721,19
COSTOS VARIABLES	8.058,27
COSTOS VARIABLES UNITARIO	6,72

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.3 Inversiones

Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias. (definicionabceconomia.com, 2014)

5.3.1 Inversión Fija

Este rubro se agrupa en tangible e intangible, diferenciación que va a facilitar el coteo del proyecto en su fase operativa. La estimación de la inversión fija se basa en cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del

proyecto. Forma parte de la infraestructura operativa del negocio, es decir la base para iniciar la producción para el mercado seleccionado. (Vergara, 2011)

5.3.1.1 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 destina a la venta. (debitoor.es, 2011)

5.3.1.1.1 Equipo de Oficina

La oficina es aquel local que se destina a la realización de un determinado trabajo, es un espacio físico que se encuentra organizado de distintas formas y presenta diversas características de acuerdo a la función que se despliega y a la cantidad de trabajadores que en ella se desempeña. (definicionabc.com, 2014)

TABLA 55 Activo Fijo Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Teléfono	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Grapadora	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Perforadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Total Equipos de Oficina			\$ 140,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.3.1.1.2 Equipo de Computación

Registra el costo histórico del equipo de cómputo y comunicación adquiridos por el ente económico para el desarrollo de sus planes o actividades de sistematización y/o comunicación. (definicion.org, 2013)

Tabla 56. Equipo de Computación

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadoras	2	\$ 540,00	\$ 1.080,00
Impresora	1	\$ 120,00	\$ 120,00
TOTAL	3	660,00	1.200,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.3.1.1.3 Maquinaria y Herramientas

Una maquinaria es un conjunto de piezas o elementos móviles y fijos, cuyo funcionamiento posibilita aprovechar, dirigir, regular o transformar energía o realizar un trabajo con un fin determinado. Los elementos que componen una maquinaria son: motor, mecanismo, bastidor y elementos de seguridad; y se clasifica según su motor o fuente de energía, según su mecanismo o movimiento principal y/o según tipo de bastidor. (Ivaan, 2009)

TABLA 57 Maquinaria y Herramientas

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Maquina infladora de globos	2	\$ 93,98	\$ 187,96
tejas grande	3	\$ 2,00	\$ 6,00
estilete	2	\$ 0,80	\$ 1,60
Brocha	2	\$ 2,00	\$ 4,00
rodillo	2	\$ 2,50	\$ 5,00
secadora	3	\$ 80,00	\$ 240,00
recipiente	2	\$ 5,00	\$ 10,00
TOTAL		186,28	454,56

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.3.1.1.4 Muebles y Enceres

Registra el costo histórico del equipo mobiliario, mecánico y electrónico de propiedad del ente económico, utilizado para el desarrollo de sus operaciones.

(debitoor.es, 2011)

Tabla 58. Muebles y encerres

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Sillas	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Silla giratoria	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Archivador	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Vitrinas	2	\$ 80,00	\$ 80,00
Mesa de estación de trabajo	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Papelera	1	\$ 20,00	20,00
TOTAL	17	530,00	1.100,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.3.1.2 Activos Nominales Diferidos

Los activos nominales o activos diferidos llamados así porque se toman en cuenta el valor nominal de los mismos. (Pillaher, 2007)

5.3.2 Capital de Trabajo

Se define capital de trabajo a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Este puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo. (definicion.org, 2013)

TABLA 59 Capital de Trabajo

Descripcion	1 Mes	2 Meses	3 Meses	TOTAL
Materia Prima	1.618,60	1.618,60	1.618,60	4.855,81
Mano de Obra	449,97	449,97	449,97	1.349,90
Arriendos	200,00	200,00	200,00	600,00
Servicios Basicos	105,00	105,00	105,00	315,00
Mantenimiento	40,00			40,00
Gasto Administrativo	412,60	412,60	412,60	1.237,80
Gasto Ventas	411,00			411,00
TOTAL	2.826,17	2.786,17	2.786,17	8.809,51

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.3.3 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Es la manera de como una entidad puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso. (RVA, 2011)

Tabla 60. Fuentes de financiamiento

CUADRO DE INVERSIONES			
Concepto	Uso de fondos	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria y Equipo	\$ 1.000,00	\$ 695,00	\$ 305,00
Muebles y Enseres	\$ 2.200,00	\$ 775,00	\$ 1.425,00
Equipo de Computación	\$ 2.500,00	\$ 1.200,00	\$ 1.300,00
Equipo de Oficina	\$ 200,00	\$ 200,00	
Total de Activos Fijos	\$ 5.900,00	\$ 2.870,00	\$ 3.030,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	\$ 200,00	\$ 200,00	
Estudio de Factibilidad	\$ 100,00	\$ 100,00	
Total de Activos Diferidos	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 0,00
Capital de trabajo			
Materia Prima	\$ 4.855,81	\$ 2.000,00	\$ 2.855,81
Mano de Obra	\$ 1.349,90	\$ 1.349,90	
Arriendos	\$ 600,00	\$ 600,00	
Servicios Basicos	\$ 315,00	\$ 315,00	
Mantenimiento			
Gasto Administrativo	\$ 2.152,80	\$ 2.152,80	
Gasto Ventas	\$ 1.233,00	\$ 1.233,00	
Total capital de trabajo	\$ 10.506,51	\$ 7.650,70	\$ 2.855,81
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 16.706,51	\$ 10.820,70	\$ 5.885,81
PARTICIPACIÓN	\$ 1,00	\$ 0,65	\$ 0,35
PARTICIPACIÓN	100%	65%	35%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.3.4 Amortización de Financiamiento

Tabla 61. Amortización y Financiamiento

TABLA DE AMORTIZACIÓN			
Inversion	:	16.706,51	
Cap. Propio	:	10.820,70	
Financiamiento	:	5.885,81	
Plazo	:	24	MESES
Interes	:	15%	0,62%
Pagos	:	MENSUAL	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

TABLA 62 Período de Recuperación

Periodo	Saldo	Interes	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	5.885,81	0,00	0,00	0,00	5.885,81
1	5.885,81	36,74	264,83	228,10	5.657,71
2	5.657,71	35,31	264,83	229,52	5.428,20
3	5.428,20	33,88	264,83	230,95	5.197,24
4	5.197,24	32,44	264,83	232,39	4.964,85
5	4.964,85	30,99	264,83	233,84	4.731,01
6	4.731,01	29,53	264,83	235,30	4.495,71
7	4.495,71	28,06	264,83	236,77	4.258,93
8	4.258,93	26,58	264,83	238,25	4.020,68
9	4.020,68	25,10	264,83	239,74	3.780,95
10	3.780,95	23,60	264,83	241,23	3.539,72
11	3.539,72	22,09	264,83	242,74	3.296,98
12	3.296,98	20,58	264,83	244,25	3.052,72
13	3.052,72	19,05	264,83	245,78	2.806,95
14	2.806,95	17,52	264,83	247,31	2.559,63
15	2.559,63	15,98	264,83	248,86	2.310,78
16	2.310,78	14,42	264,83	250,41	2.060,37
17	2.060,37	12,86	264,83	251,97	1.808,40
18	1.808,40	11,29	264,83	253,54	1.554,85
19	1.554,85	9,70	264,83	255,13	1.299,72
20	1.299,72	8,11	264,83	256,72	1.043,00
21	1.043,00	6,51	264,83	258,32	784,68
22	784,68	4,90	264,83	259,93	524,75
23	524,75	3,28	264,83	261,56	263,19
24	263,19	1,64	264,83	263,19	0,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.3.5 Depreciaciones

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que al final lo lleva a ser inutilizable. El ingreso generado por el activo usado, se le debe incorporar el gasto correspondiente al desgaste que ese activo ha sufrido para poder generar el ingreso, puesto

que como según señala un elemental principio económico, no puede haber ingreso sin haber incurrido un gasto, y el desgaste de un activo por su uso, es uno de los gastos que al final permite generar un determinado ingreso. (Gerencie.com, 2010)

Tabla 63. Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
Descripción	Año 0	Vida Util	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de Oficina	\$ 320,00	10	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00
Equipos de Computacion	\$ 1.600,00	3	533,33	533,33	533,33	533,33	533,33
Muebles y Enseres	\$ 1.350,00	10	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00
Maquinaria y Herramienta	\$ 850,00	10	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00
TOTAL	4.120,00		785,33	785,33	785,33	785,33	785,33

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Con este índice podemos ver la vida útil de cada uno de los activos que contiene la empresa y su valor anual que representa cada uno de ellos.

5.3.6 Estado de Situación Inicial

TABLA 64 Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL		
ACTIVOS		
Activo Corriente		10.506,51
Bancos	10.506,51	
Activo no Corriente		6.200,00
Maquinaria y Equipo	1.000,00	
Muebles y Enseres	2.200,00	
Equipo de Computación	2.500,00	
Equipo de Oficina	200,00	
Gasto de Constitución	200,00	
Estudio de Factibilidad	100,00	
TOTAL ACTIVOS		16.706,51
PASIVOS		
Pasivos no Corrientes		5.885,81
Prestamo Bancario por pagar	5.885,81	
PATRIMONIO		10.820,70
Capital	10.820,70	
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO		16.706,51

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.3.7 Estado de Resultados Projectado

Es el resultado final de los ingresos y costos operativos como las ventas, costos de ventas, costos de operación, costos financieros, etc. se resumen el estado de resultados. (SoloContabilidad , 203)

Tabla 65. Estado de Resultados Projectado

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO						
PIB SECTORIAL		3,68%				
PORCENTAJE DE INFLACION		3,67%				
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
VENTAS	59.713,21	61.910,66	64.188,97	66.551,13	69.000,21	
(-) Costo de Ventas	34.705,75	35.979,45	37.299,89	38.668,80	40.087,95	
(=) Utilidad Bruta en Ventas	25.007,47	25.931,21	26.889,08	27.882,33	28.912,26	
(-) Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos	8.611,20	8.897,95	9.194,25	9.500,42	9.816,79	
Gastos de Ventas	4.932,00	5.096,24	5.265,94	5.441,30	5.622,49	
Gastos Financieras	3.177,99	3.177,99	0,00	0,00	0,00	
(=) Utilidad Operacional	8.286,28	8.759,04	12.428,88	12.940,61	13.472,98	
(+) 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 A.P.E.I.	8.286,28	8.759,04	12.428,88	12.940,61	13.472,98	
(-) 15 % Participacion Laboral	1.242,94	1.313,86	1.864,33	1.941,09	2.020,95	
(=) Utilidad Antes de I.R.	7.043,34	7.445,18	10.564,55	10.999,52	11.452,04	
(-) Impuesto a la Renta PNOC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) Utilidad Neta	7.043,34	7.445,18	10.564,55	10.999,52	11.452,04	
(+) Depreciaciones	785,33	785,33	785,33	785,33	785,33	
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	7.828,67	8.230,51	11.349,88	11.784,85	12.237,37	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.3.8 Flujo de Caja

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por, lo tanto. Constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa, el flujo de caja se analiza a través del estado de flujo de caja.

(definicionabceconomia.com, 2014)

TABLA 66 Flujos Netos de Efectivo

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	-16.706,51			-1.200,00		1.247,28
Excedente Operacional		7.828,67	8.230,51	11.349,88	11.784,85	12.237,37
FLUJOS DE EFECTIVO	-16.706,51	7.828,67	8.230,51	10.149,88	11.784,85	13.484,65

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.4 Evaluación

La evaluación financiera de proyectos es el proceso mediante el cual una vez defina la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto. (gestopolis.com, 2009)

5.4.1 Tasa de Descuento

La tasa de descuento empleada en la actualización de los flujos de caja de un proyecto es una de las variables que más influyen en el resultado de la evaluación del mismo, la utilización de una tasa de descuento inapropiada puede llevar a un resultado equivocado de la evaluación. (ecolink.com, 2014)

TABLA 67 TMAR

TASA DE DESCUENTO			
TMAR =	$i + f + (i \times f)$		
i = inflación			
f = costo de oportunidad			
Inflación =	3,67 %	0,0367	
Costo de Oportunidad =	8,75 %	0,0875	
TMAR =	$0,0333 + 0,05 + (0,0333 \times 0,05)$		
TMAR =	$0,1058 + (0,00241425)$		
TMAR =	0,1274		
TMAR =	12,74%		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Con este indicador se puede observar a que tasa esta las microempresas para mirar la utilidad que la genera con estos porcentajes.

5.4.2 VAN

Es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizando en su valor absoluto, es decir expresada la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. (Eapansion , 2013)

TABLA 68 VAN

VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	-16.706,51	+	$\frac{7.828,67}{1,12741125}$	+	$\frac{8.230,51}{1,27105613}$	+	$\frac{10.149,88}{1,43300298}$	+	$\frac{11.784,85}{1,61558368}$	+	$\frac{13.484,65}{1,82142721}$
VAN =	-16.706,51	+	6.943,93	+	6.475,33	+	7.082,95	+	7.294,48	+	7.403,34
VAN =	-16.706,51	+	35.200,04								
VAN =	18.493,53										

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Con el VAN se puede ver el valor actual neto de cada año que tiene la empresa esto ayuda a ver si la empresa está por buen camino si está creciendo o bajando.

5.4.3 TIR

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuestó de capital para medir y comprar la rentabilidad de las inversiones. La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retornó o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivo como negativo) de una determinada inversión igual a cero.

(Enciclopedia Financiera, 2013)

La fórmula que se utiliza para la (TIR) es la misma que se utiliza para el (VAN) solo que en este caso se reemplaza a la (TMAR) por la (TIR) que es un porcentaje que hace que el (VAN) se vuelva cero.

TABLA 69 TIR

VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	-16.706,51	+	7.828,67	+	8.230,51	+	10.149,88	+	11.784,85	+	13.484,65
			1,12741125		1,27105613		1,43300298		1,61558368		1,82142721
VAN =	-16.706,51	+	6.943,93	+	6.475,33	+	7.082,95	+	7.294,48	+	7.403,34
VAN =	-16.706,51	+	35.200,04								
VAN =	18.493,53										
TIR =	47,39%										

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

5.4.4 PRI (Periodo de Recuperación del Capital)

El periodo de recuperación de capital es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. El PRC se define como el primer periodo en el cual el flujo de caja acumulado se hace positivo.

(webyempresas.com, 2016)

TABLA 70 Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACION					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-16.706,51	-16.706,51	1,00	-16.706,51	-16.706,51
1	7.828,67	-8.877,84	0,89	6.943,93	-9.762,57
2	8.230,51	-647,32	0,79	6.475,33	-3.287,24
3	10.149,88	9.502,56	0,70	7.082,95	3.795,71
4	11.784,85	21.287,41	0,62	7.294,48	11.090,19
5	13.484,65	34.772,06	0,55	7.403,34	18.493,53

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

TABLA 71 Periodo de Recuperación en Valores Constantes

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CONSTANTES		
AÑO 1	Ingresos	Inversión a Recuperar
	7.828,67	-8.877,84
1 mes	652,39	-8.225,45
2 mes	652,39	-7.573,06
3 mes	652,39	-6.920,67
4 mes	652,39	-6.268,28
5 mes	652,39	-5.615,89
6 mes	652,39	-4.963,50
7 mes	652,39	-4.311,11
8 mes	652,39	-3.658,72
9 mes	652,39	-3.006,33
10 mes	652,39	-2.353,94
11 mes	652,39	-1.701,56
12 mes	652,39	-1.049,17

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

TABLA 72 Periodo de Recuperación en Valores Actuales

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS		
Año 1	Ingresos	Inversión a Recuperar
	6.943,93	-9.762,57
1 mes	578,66	-9.183,91
2 mes	578,66	-8.605,25
3 mes	578,66	-8.026,59
4 mes	578,66	-7.447,93
5 mes	578,66	-6.869,27
6 mes	578,66	-6.290,60
7 mes	578,66	-5.711,94
8 mes	578,66	-5.133,28
9 mes	578,66	-4.554,62
10 mes	578,66	-3.975,96
11 mes	578,66	-3.397,30
12 mes	578,66	-2.818,64

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑOS 1 MES	PRVC
PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑOS 1 MES	PRVA

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Como podemos observar que a partir de los cálculos anteriores podemos determinar un periodo de recuperación del capital que se lo hará en 2 años, 1 mes, del monto inicial que se invierta en el periodo de 5 años.

5.4.5 RCB (Relación Costo Beneficio)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados, para determinar cuáles con los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. (Gerencie.com, 2010)

TABLA 73 Relación Costo Beneficio

INVERSIÓN				
2014	-16.706,51	1,00	-16.706,51	
2015	7.828,67	0,87	6.819,99	
2016	8.230,51	0,76	6.246,24	
2017	10.149,88	0,66	6.710,41	
2018	11.784,85	0,58	6.787,47	
2019	13.484,65	0,50	6.765,80	
VAN			16.623,41	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Como podemos ver que por cada dólar invertido tendremos 0,76 ctvo. la cual representa una utilidad para la empresa.

5.4.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta o creación de un producto. Es decir es, aquel punto de actividad en el cual no existe utilidad, ni pérdida. (ingenieriaindustrialonline.com, 2012)

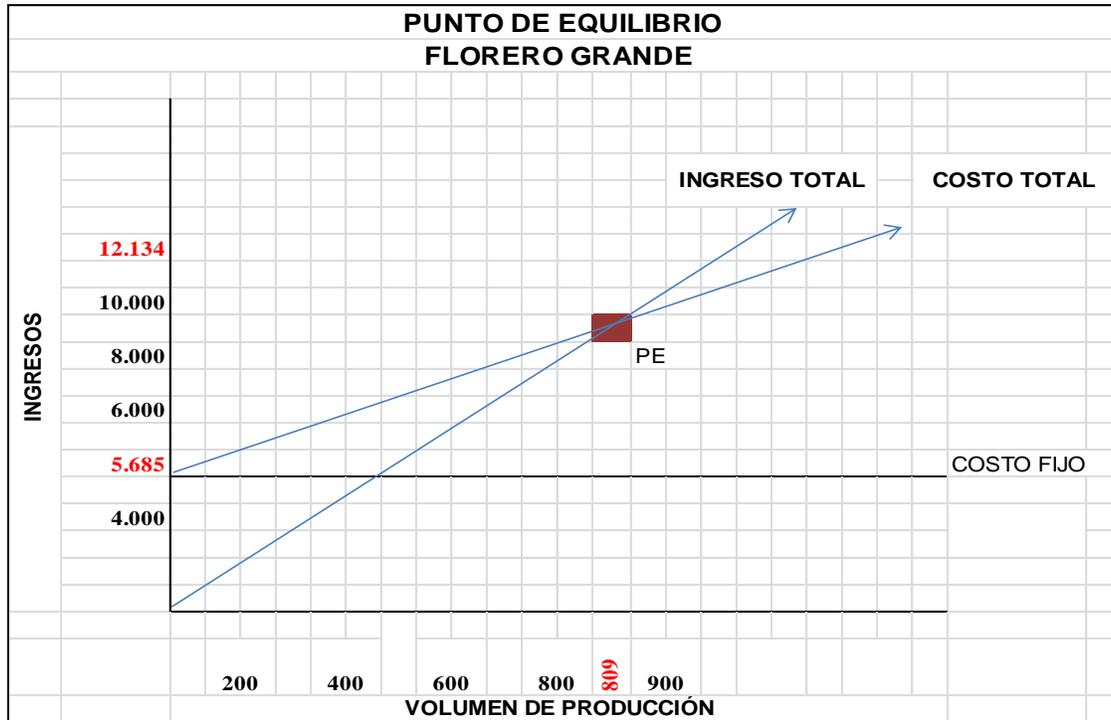
Tabla 74 Punto de Equilibrio del Florero Grande

PUNTO DE EQUILIBRIO FIORERO GRANDE				
P.E. = $\frac{CF}{p - Cvu}$				
PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN 34,00%				
Costos Fijos:				
Gastos Administrativos	8.611,20		2.927,81	
Gastos de Ventas	4.932,00		1.676,88	
Gasto Financiero	3.177,99		1.080,52	
TOTAL COSTO FIJO	16.721,19		5.685,20	
Precio de Venta unitario	15			
Costo Variable Unitario	7,97			
P.E. =	$\frac{CF}{p - Cvu}$	=	$\frac{5.685,20}{7,03}$	= 809 Unidades
P.E. =	809	X	15,00	= 12.134,30 Ventas
ESTADO DE RESULTADOS				
VENTAS	12.134,30			
Costo de Producción	6.449,10			
Margen de Contribución	5.685,20			
Costos Fijos	5.685,20			
Utilidad / Pérdida	-			

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

Grafico 1 Punto de Equilibrio Florero Grande



Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

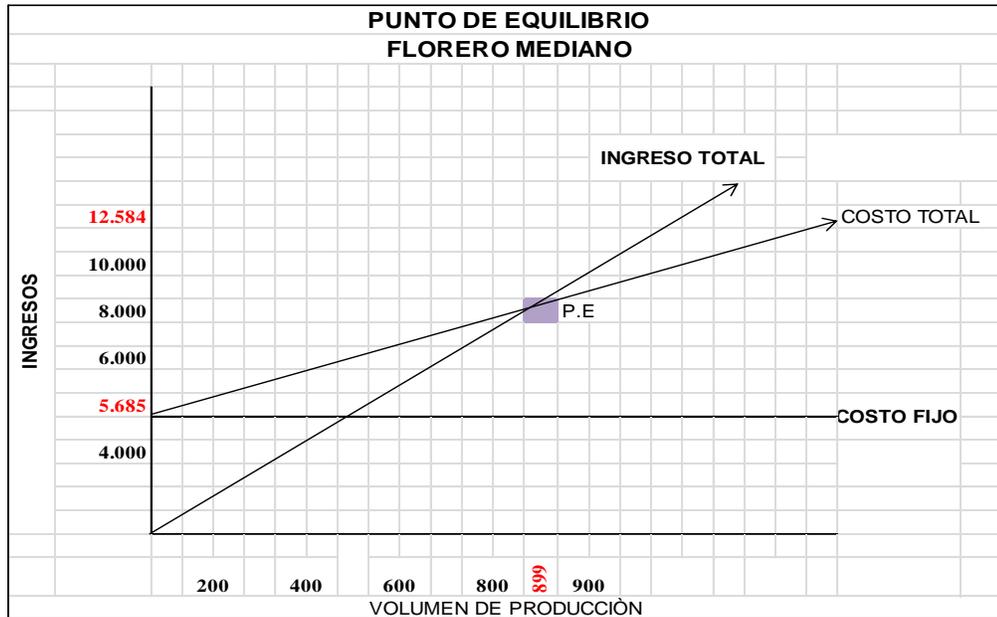
Tabla 75 Punto de Equilibrio Florero Mediano

PUNTO DE EQUILIBRIO FLORERO MEDIANO			
$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$			
PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN		33,00%	
Costos Fijos:			
Gastos Administrativos	8.611,20	2.927,81	
Gastos de Ventas	4.932,00	1.676,88	
Gasto Financiero	3.177,99	1.080,52	
TOTAL COSTO FIJO	16.721,19	5.685,20	
Precio de Venta unitario	14		
Costo Variable Unitario	7,68		
P.E. =	$\frac{CF}{p - Cvu}$	= $\frac{5.685,20}{6,32}$	= 899 Unidades
P.E. =	899	X 14,00	= 12.584,30 Ventas
ESTADO DE RESULTADOS			
VENTAS	12.584,30		
Costo de Producción	6.899,09		
Margen de Contribución	5.685,20		
Costos Fijos	5.685,20		
Utilidad / Pérdida	-		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

Grafico 2 Grafico del Punto de Equilibrio Florero Mediano



Fuente: Diana Tixicuro

Elaborado por: Diana Tixicuro

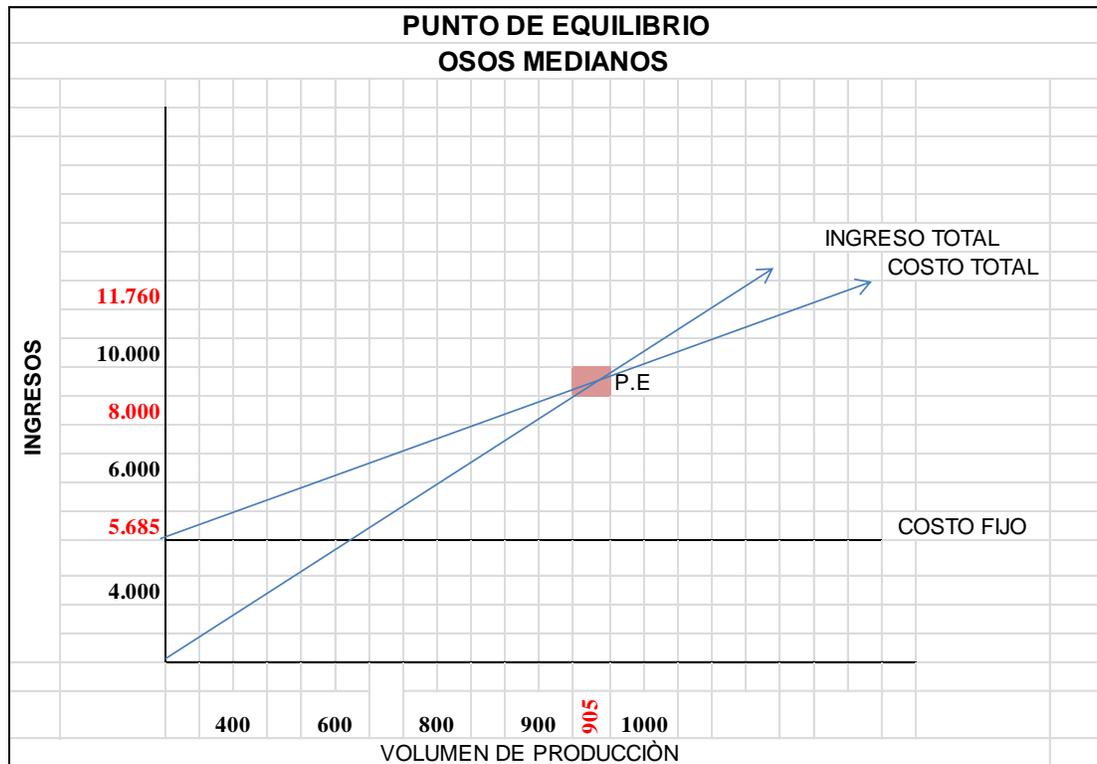
Tabla 76 Punto de Equilibrio Osos Medianos

PUNTO DE EQUILIBRIO OSOS MEDIANOS					
$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$					
PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN 33%					
Costos Fijos:					
Gastos Administrativos	8.611,20		2.927,81		
Gastos de Ventas	4.932,00		1.676,88		
Gasto Financiero	3.177,99		1.080,52		
TOTAL COSTO FIJO	16.721,19		5.685,20		
Precio de Venta unitario	13				
Costo Variable Unitario	6,72				
$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu} = \frac{5.685,20}{13 - 6,28} = 905 \text{ Unidades}$					
$P.E. = 905 \times 13,00 = 11.759,79 \text{ Ventas}$					
ESTADO DE RESULTADOS					
VENTAS	11.759,79				
Costo de Producción	6.074,59				
Margen de Contribución	5.685,20				
Costos Fijos	5.685,20				
Utilidad / Pérdida	-				

Fuente: Diana Tixicuro

Elaborado por: Diana Tixicuro

Gráfico 3 Punto de Equilibrio Osos Medianos



Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

AMPLIAR EL MERCADO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ADORNOS PARA EL HOGAR A BASE DE MATERIAL RECICLADO UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN EL SECTOR EL EJIDO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

5.4.7 Análisis de Índices Financieros

El análisis financiero es una técnica o herramienta que, mide el empleo de métodos de estudios, permite entender y comprender el comportamiento del pasado financiero de una entidad y conocer su capacidad de financiamiento de inversión propia. (Andrango, 2005)

5.4.7.1 Rentabilidad Sobre el Patrimonio

Tabla 77 ROE

RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO			
R.O.E =	Utilidad Neta		
	Patrimonio		
R.O.E =	7.043,34		
	10.820,70		
R.O.E =	0,65		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Con esto podemos ver que cada dólar tiene un rendimiento de 0,65 % para la empresa y podemos ver la utilidad que tiene la microempresa.

5.4.7.2 Rentabilidad Sobre el Activo

TABLA 78 ROA

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	
R.O.A =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$
R.O.A =	$\frac{7.043,34}{16.706,51}$
R.O.A =	0,42

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

El 0,42 % representa que por cada dólar invertido en la empresa genera una utilidad para la misma.

5.4.7.3 Razón de Endeudamiento Total

TABLA 79 R.E.T

INDICE DE ENDEUDAMIENTO			
ENDEUDAMIENTO =	Pasivo Total	x	100%
	Activo Total		
ENDEUDAMIENTO =	5885,81	x	100%
	16.706,51		
ENDEUDAMIENTO =	35,23		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Mediante este índice podemos ver que el 35,23 % de los activos es de capital propio.

5.4.7.4 Índice de Liquidez

Tabla 80 R.L

INDICE DE LIQUIDEZ	
R.L.=	Ingresos
	Costo de ventas
R. L. =	59.713,21
	34.705,75
R. L. =	1,72

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Tixicuro

Análisis:

Mediante este índice financiero se determina que los ingresos son altos a lo que son los costos de ventas obteniendo un 1,72% esto nos indica que la microempresa va por un buen camino.

CAPITULO VI

6.1 Análisis de Impactos

El análisis de impacto es una herramienta de diferentes factores en la cual en esta influyen la estabilidad de un país ya esta puede ser ambiental, social, económico, tecnológico, y político como también legal los cuales intervienen directamente con la ejecución de las diferentes actividades.

6.1. Impacto Ambiental

El Impacto Ambiental se refiere al efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos, en términos más técnicos, podríamos decir que el impacto ambiental es aquella alteración de la línea de base como consecuencia de la acción antrópica o de eventos de tipo natural. (Definición de ABC, 2010)

La microempresa tiene por objetivo minimizar lo que es el impacto ambiental para todos los que habitan en el entorno y demás seres vivos por la cual esta se podrá reducir reutilizando los desechos que a diario se consume como es el papel y las botellas que se botan sin saber que estas tienen una utilidad y que se puede realizar ciertos manualidades con ellos mismo al realizar los adornos para el hogar los materiales a utilizar no pierden sus propiedades, ni su calidad solo estos van a dar forma a diferentes adornos para el hogar sin causar ningún daño.

La microempresa al realizar estos adornos está ayudando a la campaña de las tres RRR ya que esta va encaminada hacia el mismo objetivo como es reciclar todo aquellos desechos que se los pueda volver a dar uso y valor a ellos mismo así como también reutilizar aquellos materiales con los que se pueda trabajar para elaborar ciertos adornos y que a su vez estos no causan ningún daño al medio ambiente si se lo vuelve a utilizar correctamente y sin dejar que estos pierdan su valor y por ultimo lo que es reducir la contaminación con lo que se vive a diario por aquellos desechos que contaminan el ambiente la microempresa tiene por objetivo ayudar a eliminar estos desechos dándoles uso por segunda vez como es creando adornos para el hogar.

6.2 Impacto Económico

Sabremos la cantidad económica que se necesitara para la investigación así como afectara a los que participan en la investigación, así mismo saber si las investigaciones van hacer los suficientemente factibles para realizar el gasto que se planea comprobación de beneficios y costos totales resultantes del proyecto. (Caviedes, 2014)

Eco-adornos es una microempresa que se dedica a la elaboración de adornos de material reciclado ayudando a generar fuentes de empleo y a la eliminación de la contaminación con la implementación de la microempresa estamos ayudando a la economía del país ya que en el ecuador depende mucho de las pequeñas empresas que son creadas gracias al emprendimiento que existe de parte de los propietarios como lo es la microempresa Eco-adornos que se dedica a elaborar adornos de material reciclado.

En conclusión se puede decir que Eco-adornos atribuirá a un gran logro económico para el país y pueda tener posibilidad de ampliar el mercado a diferentes países.

6.3 Impacto Productivo

El impacto productivo es la consecuencia que existe cuando se elabora variados productos y artículos los cuales pueden generar un impacto positivo o un impacto negativo.

Eco-adornos es una microempresa que será productiva elaborando ciertos adornos hechos de material reciclado los cuales son únicos y originales elaborados para todo gustos de los clientes con precios cómodos para que el cliente pueda adquirirlos, la matriz productiva del país depende del desarrollo industrial y empresarial que pueda generarse ya sea utilizando ciertos recursos o materiales de nuestros medios que no han sido aprovechados correctamente para darles uso por segunda vez y así transformarlos en producto terminado.

6.4 Impacto Social

El impacto social se puede definir como el conjunto de beneficios que recibe un usuario y su locatario ya sea directa e indirectamente. (B. Tareas, 2012)

Con la creación de la microempresa genera nuevas fuentes de empleo para ciertas personas que no tienen un lugar de trabajo fijo, así como por otra parte también los trabajadores tienen la oportunidad de desarrollarse en una rama innovadora produciendo adornos con material reciclado.

Así también para los trabajadores tendrán todos los beneficios de la ley y que trabajen con toda la confianza y se sientan seguros en la microempresa para que puedan

trabajar en un ambiente agradable en la que pueda demostrar sus habilidades y se sientan amparados por las leyes vigentes constitucionales.

CAPITULO VII

7.1 Conclusiones

- ✓ El estudio de factibilidad se ha realizado con el fin de crear una microempresa dedicada a la producción y comercialización de adornos elaborados con material reciclado los mismos que ayuden a eliminar la contaminación del medio ambiente y dar uso a ciertos materiales por segunda vez los cuales no han perdido su valor a su vez ayuda a la economía del país y a innovar la matriz productiva.
- ✓ Mediante datos recolectados se puede definir que el proyecto es de gran acogida ya que los adornos están elaborados por material reciclado esto ayuda a que las personas puedan concientizar acerca de la contaminación que se produce a diario por diferentes desechos.

- ✓ En el estudio de mercado mediante la aplicación de técnicas como es la encuesta se pudo determinar que el 45% de las personas encuestadas están en la edad de 25- 36 años y el 44% está en la edad de 15 -25 años en el cual se puede determinar que los clientes potenciales se encuentran entre los 15 a 36 años de edad.
- ✓ El 99% de las personas encuestadas desean que su florero y su oso sea personalizado que se lo diseñe a su gusto así como el 5% no lo desea tanto y desea que se le diseñe ciertos dibujos de su preferencia o su gusto.

7.2 Recomendaciones

- Se debe aplicar estrategias que garantice las ventas de la microempresa para que pueda seguir creciendo.
- En el lugar ubicado la microempresa se debe estudiar para obtener información acerca de la competencia y sus precios en el mercado.
- Por el porcentaje alto que se ha obtenido se debe ir innovando cada uno de los adornos y que estos a su vez sean de calidad.
- Se deberá tener una buena relación tanto con el cliente como con el proveedor de la materia prima.

Bibliografía

<http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-comerciante/item/ecuador-lidera-reciclaje-de-botellas.html>

<http://reutiliz.blogspot.com/2012/11/la-historia-del-reciclaje.html>

<http://definicion.de/inflacion/>

http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm

<http://www.definicionabc.com/economia/balanza-comercial.php>

http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Empleo/ficemp_T01.htm

<http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=14&idiom=1>

<http://significado.de/competidor>

<http://www.definicionabc.com/general/cliente.php>

<https://debitoor.es/glosario/definicion-proveedor>

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>

<http://www.matrizfoda.com/>

http://enciclopedia.rodinias.com/index.php?option=com_content&view=article&id=59:las-famosas-q4pq-del-marketing&catid=53:desarrollar-un-mercado&Itemid=73

<http://www.definicionabc.com/economia/precio.php>

<http://definicion.de/promocion/>

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>

<http://www.definicionabc.com/comunicacion/publicidad.php>

<http://diario-byron.weebly.com/aporte-no1.html>

<http://definicion.de/poblacion/>

<http://www.definicionabc.com/general/observacion.php>

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

<http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>

<https://es.scribd.com/doc/50859402/LOCALIZACION-OPTIMA-DEL->

PROYECTO

<http://www.definicionabc.com/economia/proceso-productivo.php>

<http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>

<http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>

<http://www.encyclopediafinanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>

https://prezi.com/r3wz87jy_nhz/tmar/

<http://darioezequieldiaz.blogspot.com/>

<http://tallermartin1.blogspot.com/2009/04/impacto-social-economico-ambiental-y.html>

ANEXOS

Proformas de Activos

Factura: Materiales

FACTURA DE COMPRA					
Señores:	Eco-adornos	C.I:	C.I: 1724550411001		
Dirección:	Jorge Washintong		Telefono:	988502908	
Fecha:	23/04/2015	Forma Pago:	Efectivo	Ciudad:	Quito
Cant.	Descripción	Codigo	vta. Unitario	vta. Total	
2	tigueras	003e	1.00	2.00	
2	estilete	004t	1.10	2.20	
			sub total	2.40	
			total	2.40	

AMPLIAR EL MERCADO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ADORNOS PARA EL HOGAR A BASE DE MATERIAL RECICLADO UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN EL SECTOR EL EJIDO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Equipo de Computación:

FACTURA DE COMPRA				
Señores: Eco-adornos C.I:		C.I: 1724550411001		
Direccion: Jorge Washintong		Telefono: 988502908		
Fecha: 23/04/2015		Froma Pago: Efectivo	Ciudad: Quito	
Cant.	Descripción	Codigo	vta. Unitario	vta. Total
1	computadora de mesa	004r5	540	540
1	impresora fax	0045gt	150	150
			sub total	690
			total	690

Equipos de Oficina

FACTURA DE COMPRA				
Señores: Eco-adornos C.I:		C.I: 1724550411001		
Direccion: Jorge Washintong		Telefono: 988502908		
Fecha: 23/04/2015		Froma Pago: Efectivo	Ciudad: Quito	
Cant.	Descripción	Codigo	vta. Unitario	vta. Total
3	sillas	004r5	20.00	60.00
3	escritorio de trabajo	0045gt	60.00	180.00
3	mesas	005vg	30.00	90.00
1	archivador	006cd	40.00	40.00
1	papelera	120dl	20.00	20.00
2	vitrina	098d7	95.00	190.00
			total	580.00

Registro y Control Sanitario

AMPLIAR EL MERCADO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ADORNOS PARA EL HOGAR A BASE DE MATERIAL RECICLADO UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN EL SECTOR EL EJIDO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.



Patente de Funcionamiento



Ficha de inscripción de la feria Textil & Colores

AMPLIAR EL MERCADO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ADORNOS PARA EL HOGAR A BASE DE MATERIAL RECICLADO UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN EL SECTOR EL EJIDO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.



AMPLIAR EL MERCADO ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ADORNOS PARA EL HOGAR A BASE DE MATERIAL RECICLADO UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN EL SECTOR EL EJIDO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.