



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

**APOYAR AL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO
DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
PORTA VINOS Y COPAS UBICADA EN EL SECTOR SUR
PARROQUIA LA LIBERTAD DEL DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO AÑO 2018**

**Trabajo de titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera**

Autor: Bryan Alexander Zuleta Apunte

Tutor: Leonardo Antonio Zabala Zumárraga

Quito, Octubre 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 20 de noviembre del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) ZULETA APUNTE BRYAN ALEXANDER, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: APOYAR AL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PORTA VINOS Y COPAS, UBICADA EN EL SECTOR SUR, PARROQUIA LA LIBERTAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ZABALA ZUMARRA LEONARDO ANTONIO
Tutor de Proyectos



HIDALGO YEROVI VICTORIA PAMELA
Lector de Proyectos



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
Delegado Unidad de Titulación
Adm. Bancaria y Financiera



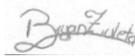
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
BURGA JADAN MARIA FERNANDA
DIRECCIÓN DE CARRERA
Directora de Carrera
Adm. Bancaria y Producción

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBI
Av. de la Prensa N45-288 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Teléfono: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163. y Yacuambi (esq.) Tel: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Tel: 2246036	Yacuambi Oe2-36 y Bracamoros. Tel: 2249994

APOYAR AL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PORTA VINOS Y COPAS UBICADA EN EL SECTOR SUR PARROQUIA LA LIBERTAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

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



Bryan Alexander Zuleta Apunte

C.C: 1717411423

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Bryan Alexander Zuleta Apunte portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1717411423 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “Apoyar al sector artesanal mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa productora y comercializadora de porta vinos y copas ubicada en el sector sur parroquia la libertad del distrito metropolitano de quito año 2018” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Bryan Alexander Zuleta Apunte

C.C: 1717411423

Quito, 26/Octubre/2018

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres Carlos Zuleta y Carmen Apunte quienes fueron el pilar fundamental a lo largo de la carrera universitaria, brindándome apoyo moral como económicamente incondicionalmente día tras día.

A mis hermanos quienes también formaron parte de este proceso tan importante en mi vida y demás familiares que siempre estuvieron para apoyarme en todo este tiempo y a mi tutor Antonio Zabala por guiarme de la mejor manera durante todo este proceso.

DEDICATORIA

Este Proyecto de Grado va dedicado principalmente a mis Padres y Hermanos quienes fueron una gran guía, brindándome consejos, compartiéndome conocimientos a lo largo de mi vida universitaria.

A mi tutor quien fue un pilar sumamente importante durante todo el proceso para que el proyecto de grado se culmine con éxito.

Al Instituto Cordillera por brindarme todo su conocimiento y sabiduría durante todo este tiempo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT	xviii
CAPÍTULO I.....	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. JUSTIFICACIÓN	1
1.2. ANTECEDENTES	2
CAPÍTULO II.....	3
2. ANÁLISIS SITUACIONAL	3
2.1. AMBIENTE EXTERNO	3
2.1.1. FACTOR ECONÓMICO	3
2.1.1.1 PIB	3
2.1.1.1.2 PIB SECTORIAL	4
2.1.1.2 INFLACIÓN.....	5
2.1.1.3 TASAS DE INTERÉS.....	5
2.1.1.3.1 TASA DE INTERÉS ACTIVA	6
2.1.1.3.2 TASA DE INTERÉS PASIVA	6
2.1.1.4 RIESGO PAÍS	7
2.1.2. FACTOR SOCIAL.....	9
2.1.2.1. CRECIMIENTO POBLACIONAL.....	9
2.1.2.2. TASA DE DESEMPLEO	10
2.1.2.3. SUBEMPLEO	11

2.1.2.4. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	12
2.1.3. FACTOR LEGAL	13
2.1.4. FACTOR TECNOLÓGICO	15
2.2. ENTORNO LOCAL.....	15
2.2.1. CLIENTES	15
2.2.2. PROVEEDORES	15
2.2.3. COMPETIDORES	16
2.3. ANÁLISIS INTERNO	17
2.3.1. PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	17
2.3.1.1. MISIÓN.....	17
2.3.1.2. VISIÓN.....	17
2.3.1.3. OBJETIVOS	17
2.3.1.3.1. OBJETIVO GENERAL	17
2.3.1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
2.3.1.4. PRINCIPIOS O VALORES	18
2.3.2. GESTIÓN ADMINISTRATIVA	18
2.3.3. GESTIÓN OPERATIVA	20
2.3.4. GESTIÓN COMERCIAL	21
2.3.4.1. PRODUCTO.....	22
2.3.4.2. PRECIO.....	23
2.3.4.3. PLAZA	23
2.3.4.4. PROMOCIÓN	24
2.4. ANÁLISIS FODA	24
2.4.1. MATRIZ FODA.....	25
CAPÍTULO III	26
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	26

3.1. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	26
3.1.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	26
3.1.1.1. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA Y POBLACIÓN	26
3.1.1.2. POBLACIÓN	27
3.1.1.3. MUESTRA	27
3.1.1.3.1. FORMULA DE LA MUESTRA.....	27
3.1.2. TÉCNICAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN.....	28
3.1.2.1. ENCUESTA	28
3.1.3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA.....	28
3.2. OFERTA.....	36
3.2.1. OFERTA ACTUAL	37
3.2.2. OFERTA PROYECTADA.....	37
3.3. DEMANDA.....	37
3.3.1. DEMANDA HISTORICA	38
3.3.2. DEMANDA ACTUAL	38
3.3.2.1. DEMANDA PROYECTADA.....	38
3.4. PRODUCTO SUSTITUTO.....	39
3.5. BALANCE DE LA OFERTA Y DEMANDA.....	39
3.5.1. BALANCE ACTUAL	39
3.5.2. BALANCE PROYECTADO	39
CAPÍTULO IV	41
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	41
4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	41
4.1.1. CAPACIDAD INSTALADA	41
4.1.2. CAPACIDAD REAL	42
4.2. LOCALIZACIÓN	42

4.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN	42
4.2.2. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA	43
4.2.3. MICRO LOCALIZACIÓN	44
4.3. INGENIERÍA DEL PRODUCTO	44
4.3.1. DEFINICIÓN DE BIEN Y SERVICIO	44
4.3.2. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	44
4.3.3. PROCESO PRODUCTIVO	46
4.3.4. MAQUINARIA Y EQUIPO	47
CAPÍTULO V	48
5. ESTUDIO FINANCIERO	48
5.1. INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	48
5.1.1. INGRESOS OPERACIONALES	48
5.1.1. INGRESOS NO OPERACIONALES	48
5.2. COSTOS	48
5.2.1. COSTO DIRECTO	48
5.2.1.1. MATERIA PRIMA DIRECTA	49
5.2.1.2. MANO DE OBRA DIRECTA	49
5.2.2. COSTOS INDIRECTOS	50
5.2.3. RESUMEN DE COSTOS	50
5.2.4. FIJACIÓN DE PRECIO	50
5.2.5. GASTOS ADMINISTRATIVOS	51
5.2.6. GASTOS DE VENTAS	51
5.2.7. COSTO FINANCIERO	52
5.2.8. COSTOS FIJOS Y VARIABLES	52
5.3. INVERSIÓN	53
5.3.1. INVERSIÓN FIJA	53

5.3.1.1. ACTIVOS FIJOS.....	53
5.3.1.2. ACTIVO NOMINAL DIFERIDOS	53
5.3.2. CAPITAL DE TRABAJO	54
5.3.2.1. INVERSIÓN TOTAL.....	54
5.3.3. FUENTE DE FINANCIAMIENTO	55
5.3.4. AMORTIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO	55
5.3.5. DEPRECIACIONES DE ACTIVOS.....	57
5.3.6. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	58
5.3.7. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	59
5.3.8. FLUJO DE CAJA.....	60
5.3.9. BALANCE GENERAL PROYECTADO	61
5.4. EVALUACIÓN	62
5.4.1. TASA DE DESCUENTO.....	62
5.4.2. VAN	62
5.4.3. TIR.....	62
5.4.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN	63
5.4.5. RELACIÓN COSTO BENEFICIO	63
5.4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	64
5.4.7. ANÁLISIS DE ÍNDICES FINANCIEROS	65
CAPÍTULO VI.....	66
6. ANÁLISIS DE IMPACTO.....	66
6.1. IMPACTO AMBIENTAL.....	66
6.2. IMPACTO ECONÓMICO	67
6.3. IMPACTO PRODUCTIVO	67
6.4. IMPACTO SOCIAL.....	67
CAPÍTULO VII.....	69

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
7.1. CONCLUSIONES.....	69
7.2. RECOMENDACIONES	69
BIBLIOGRAFÍA	71
ANEXOS	75

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 CRECIMIENTO PIB SECTORIAL	4
TABLA 2 INFLACIÓN ANUAL ACUMULADA	5
TABLA 3 TASA DE INTERÉS ACTIVA	6
TABLA 4 TASA DE INTERÉS PASIVA	7
TABLA 5 RIESGO PAÍS	8
TABLA 6 TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	9
TABLA 7 TASA DE DESEMPLEO	10
TABLA 8 TASA DE SUBEMPLEO	11
TABLA 9 SEGMENTACIÓN CLIENTES	15
TABLA 10 MATRIZ DE PROVEEDORES	16
TABLA 11 COMPETIDORES POTENCIALES	17
TABLA 12 FUNCIONES DEL GERENTE GENERAL.....	19
TABLA 13 FUNCIONES DEL AUXILIAR ADMINISTRATIVO.....	20
TABLA 14 FUNCIONES DEL CONTADOR EXTERNO.....	20
TABLA 15 FUNCIONES DEL OPERARIO	21
TABLA 16 FUNCIONES DEL VENDEDOR	21
TABLA 17 MATRIZ FODA	25
TABLA 18 TAMAÑO DEL UNIVERSO	27
TABLA 19 ¿ESTÁ DE ACUERDO USTED CON EL RECICLAJE?	28
TABLA 20 ¿ESTÁ USTED DE ACUERDO CON LA IMPLEMENTACIÓN?	29
TABLA 21 ¿A ESCUCHADO USTED ACERCA DE PORTA VINOS?	30
TABLA 22 ¿LE GUSTARÍA COMPRAR A USTED UN PORTA VINO?	31
TABLA 23 ¿EN QUÉ LUGARES LE GUSTARÍA COMPRAR LOS PORTA VINOS?.....	32
TABLA 24 ¿QUÉ FACTOR INFLUYEN AL MOMENTO DE SU COMPRA?	33
TABLA 25 ¿QUÉ PRECIO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR?.....	34
TABLA 26 ¿POR QUÉ MEDIOS LE GUSTARÍA RECIBIR INFORMACIÓN?	35
TABLA 27 OFERTA ACTUAL.....	37
TABLA 28 OFERTA PROYECTADA	37
TABLA 29 CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL	38
TABLA 30 CALCULO DE DEMANDA PROYECTADA	38
TABLA 31 BALANCE ACTUAL	39
TABLA 32 BALANCE PROYECTADO.....	40

TABLA 33 CAPACIDAD INSTALADA	42
TABLA 34 CAPACIDAD REAL.....	42
TABLA 35 MACRO LOCALIZACIÓN	42
TABLA 36 LOCALIZACIÓN OPTIMA	43
TABLA 37 MAQUINARIA Y EQUIPO.....	47
TABLA 38 MATERIA PRIMA PORTA VINO Y COPA	49
TABLA 39 MANO DE OBRA DIRECTA.....	49
TABLA 40 COSTOS INDIRECTOS	50
TABLA 41 RESUMEN DE COSTOS.....	50
TABLA 42 FIJACIÓN DE PRECIO	51
TABLA 43 GASTO ADMINISTRATIVO PROYECTADO.....	51
TABLA 44 GASTO DE VENTA PROYECTADO.....	52
TABLA 45 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	52
TABLA 46 ACTIVOS FIJOS	53
TABLA 47 GASTOS DE CONSTITUCIÓN	54
TABLA 48 CAPITAL DE TRABAJO	54
TABLA 49 INVERSIÓN TOTAL.....	55
TABLA 50 FUENTE DE FINANCIAMIENTO	55
TABLA 51 TABLA DE AMORTIZACIÓN METODOLOGÍA ALEMANA.....	56
TABLA 52 TABLA DE DEPRECIACIÓN ACTIVOS	58
TABLA 53 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	59
TABLA 54 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO.....	60
TABLA 55 FLUJO DE CAJA	61
TABLA 56 BALANCE GENERAL PROYECTADO	61
TABLA 57 CALCULO DE LA TMR	62
TABLA 58 CALCULO DEL VAN	62
TABLA 59 CALCULO DEL TIR	62
TABLA 60 PAYBACK	63
TABLA 61 RELACIÓN COSTO BENEFICIO	63
TABLA 62 PUNTO DE EQUILIBRIO	64
TABLA 63 ÍNDICES FINANCIEROS	65

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. PIB SECTORIAL	4
FIGURA 2. RIESGO PAÍS	8
FIGURA 3. RIESGO PAÍS	10
FIGURA 4. TASA DE DESEMPLEO	11
FIGURA 5. TASA DE SUBEMPLEO	12
FIGURA 6. P.E.A.....	13
FIGURA 7. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	19
FIGURA 8. LOGO	22
FIGURA 9. PRODUCTO.....	23
FIGURA 10. ¿ESTÁ DE ACUERDO USTED CON EL RECICLAJE?.....	29
FIGURA 11. ¿ESTÁ DE ACUERDO CON LA IMPLEMENTACIÓN?.....	30
FIGURA 12. ¿A ESCUCHADO USTED ACERCA DE PORTA VINOS?.....	31
FIGURA 13. ¿LE GUSTARÍA COMPRAR A USTED UN PORTA VINO?	32
FIGURA 14. ¿EN QUÉ LUGARES LE GUSTARÍA COMPRAR?	33
FIGURA 15. ¿QUÉ FACTOR INFLUYEN AL MOMENTO DE SU COMPRA?	34
FIGURA 16. ¿QUÉ PRECIO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR?	35
FIGURA 17. ¿POR QUÉ MEDIOS LE GUSTARÍA RECIBIR INFORMACIÓN?	36
FIGURA 18 .MICRO LOCALIZACIÓN	44
FIGURA 19. PLANO DE LA PLANTA	45
FIGURA 20. FLUJOGRAMA PROCESO PRODUCTIVO.....	46
FIGURA 21.PUNTO DE EQUILIBRIO.....	64

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS 1.RUC.....	75
ANEXOS 2.PATENTE MUNICIPAL.....	75
ANEXOS 3. CUERPO DE BOMBEROS.....	76
ANEXOS 4. REGISTRO DE ARTESANOS	77
ANEXOS 5. PÁGINA WEB.....	78
ANEXOS 6. REDES SOCIALES	78
ANEXOS 7. ENCUESTA.....	79
ANEXOS 8. MÉTODO FRANCÉS.....	81

RESUMEN EJECUTIVO

Scatola di vino es una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de porta vinos y copas a base de pallets reciclados el mismo que certifica un producto de calidad, innovador y que va de la mano con el cuidado del medio ambiente.

Siguiendo un lineamiento, normas de calidad para brindar un producto de primera a los clientes.

La microempresa se constituirá como persona natural obligada a llevar contabilidad estará ubicada en el sector de “La Libertad” al sur de Quito del Distrito Metropolitano de Quito la misma que ayudará a mejorar la calidad de vida de las personas del sector creando fuentes de empleo.

En el análisis situacional se desarrolló el análisis de factores internos tanto como externos el cual abarca factores económicos, legales, sociales y tecnológicos, los posibles clientes y competidores, el análisis interno se compone de la formación de la microempresa, estructura organizacional, ubicación tanto micro y macro, capacidad optima e instalada, recursos necesarios.

Además, se elaboró una evaluación financiera en donde se determinó costos y gastos del proyecto, mediante la utilización de indicadores financieros con el VAN, TIR, Relación Costo Beneficio, ROA, ROE Y ROI entre otros, se realizó proyecciones de flujos de caja, estados de resultado, entre otros.

ABSTRACT

Scatola di vino is a micro company dedicated to the manufacture and marketing of wine and glasses based on recycled pallets, which certifies a product of quality, innovative and that goes hand in hand with the care of the environment.

Following a guideline, quality standards to provide a first-class product to customers.

The microenterprise will be constituted as a natural person obliged to carry out the accounting located in the "La Libertad" sector south of Quito of the Metropolitan District of Quito that will help improve the quality of life of people in the sector by creating sources of employment.

In the situational analysis, the analysis of the external factors is analyzed, the internal analysis is made up of the microenterprise, the organizational structure, the location, both micro and macro, optimal and installed capacity, necessary resources.

In addition, a financial evaluation was developed in which the costs and expenses of the project were determined, by using financial indicators with the NPV, IRR, Cost Benefit Ratio, ROA, ROE Y ROI among others, cash flow projections were made, income statements, among others.

CAPÍTULO I

1. Introducción

1.1. Justificación

El presente proyecto se centra en un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa productora y comercializadora de porta vinos artesanales a base de materiales reciclados cuyo perfecto acabado lo convierte en un producto agradable a la vista y fácil de transportar con la finalidad de incentivar a las nuevas generaciones a reciclar y conservar el medio ambiente.

Mediante el presente proyecto se pretende evaluar los distintos factores que permitan determinar tanto el análisis interno como externo, evaluación financiera, rendimiento y los distintos impactos que el mismo presentara.

Con el presente proyecto se pretende generar fuentes de empleo a los pobladores del sector Sur en la ciudad de Quito.

Además de fomentar a los pobladores las 3R: reducir, reciclar y reutilizar además de ser emprendedores generando ideas nuevas basadas en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021 objetivo 4 que hace referencia a fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

El desarrollo de este proyecto aportará a mejorar económicamente y socialmente al País además de contribuir a la matriz productiva, ayudar a terceras personas quienes formarán parte de la microempresa y dar a conocer el producto a nivel Nacional.

Para el desarrollo del proyecto se realizará una investigación teórica y de campo que permitan cumplir los objetivos del estudio con éxito.

1.2. Antecedentes

Actualmente es muy difícil identificar si existe algún registro de portas vinos ya que las grandes fábricas de vinos a nivel mundial comercializan su producto de manera simple sin ningún complemento.

“Situaremos la cuna de la viticultura en los territorios que rodean el Monte Ararat desde aquí la vid se extendió primero por el Mediterráneo y más tarde, por todo el mundo”. (Catadelvino,2016)

“Desde Transcaucasia, las vides viníferas llegaron a Mesopotamia, Fenicia y Egipto: Tres regiones donde encontramos claros testimonios de la cultura del vino desde el año 2.500 a C”. (Catadelvino,2016)

En esa época mítica del vino no se poseía aún el secreto de la buena elaboración de ahí que las ánforas de todas las formas y capacidades sirvieran para conservar y transportar el vino a pesar de no reunir las virtudes óptimas, fueran utilizadas hasta que la técnica del vidrio alcanzó el desarrollo suficiente para sustituirlas. (Catadelvino,2016)

Algunos de aquellos clásicos vinos mediterráneos conservaban la joven burbuja del anhídrido carbónico (formada dicha burbuja durante la fermentación), por eso los romanos colocaban sus ánforas sobre un plato inclinado, de forma que el vino pudiese correr cuando los recipientes se abrían bajo la presión del anhídrido carbónico. (Catadelvino,2016)

CAPÍTULO II

2. Análisis situacional

El análisis situacional permite ver el contexto actual de la empresa, ya que proporciona datos del pasado, presente y futuro aportando una base para seguir.

2.1. Ambiente externo

El ambiente externo es aquel que permite estudiar la demanda de los clientes y la oferta de los proveedores con la finalidad de establecer las oportunidades y amenazas que se pueden presentar en el presente proyecto.

2.1.1. Factor Económico

El factor económico son todas las actividades que permiten aumentar la capacidad de producir bienes y servicios en una economía la cual tiene como finalidad satisfacer las necesidades.

Siendo este un pilar importante que permitirá estar al tanto del contexto actual del país y evitar riesgos innecesarios.

Para el presente proyecto se analizarán los siguientes indicadores:

2.1.1.1 PIB

El PIB (Producto Interno Bruto) no es más que la suma total de todos bienes y servicios que produce un país (medidos en dólares \$USD), producidos por empresas nacionales y extranjeras, dentro del territorio nacional de dicho país, que se registran dentro de un determinado período de tiempo, generalmente un año. (Tejera,2011)

2.1.1.1.2 PIB Sectorial

“Valor agregado que se genera a medida que se transforma el bien o el servicio en los diferentes sectores de la economía o ramas de la actividad económica”. (Botero, 2010)

Tabla 1
Crecimiento PIB Sectorial

PIB Sectorial	Crecimiento (2017-Julio 2018)
Comercio	0,03%
Manufactura	0,10%
Agropecuario	0,07%
Alimentos y Bebidas	0,06%
Pesca	0,03%
Construcción	0,10%
Transporte	0,04%
Refinación de Petróleo	0,04%
Servicios Financieros	0,03%
Correo y Comunicación	0,03%
Otros Servicios	0,02%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

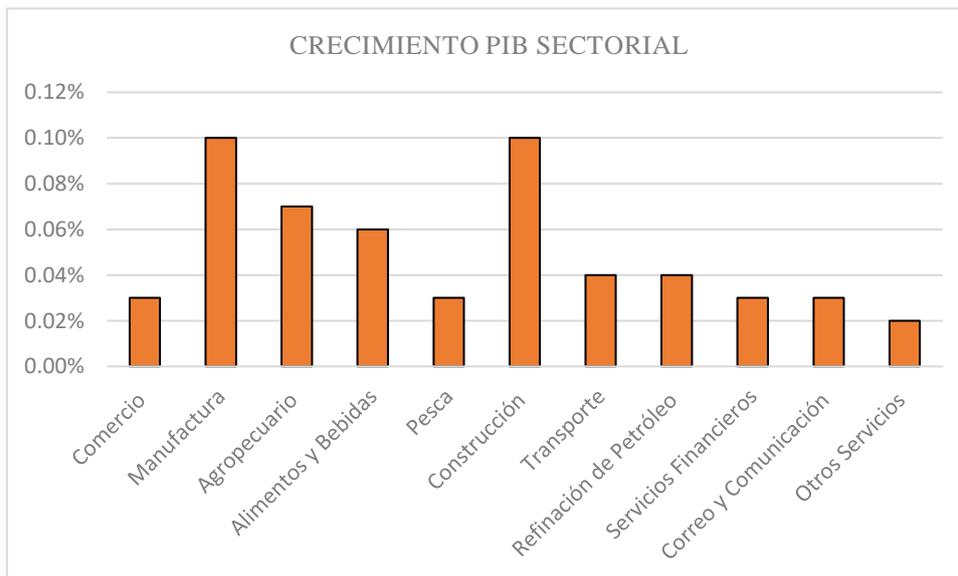


Figura 1. PIB Sectorial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

En lo que respecta al sector manufacturero y de construcción son los de mayor

relevancia para el crecimiento del País representando ambos el porcentaje más alto

APOYAR AL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PORTA VINOS Y COPAS UBICADA EN EL SECTOR SUR PARROQUIA LA LIBERTAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

respectivamente con el 0,10%, siguiéndoles de muy cerca el sector agropecuario y alimentos y bebidas con un porcentaje que ronda el 0,07% siendo estos los que mayores ingresos presentaron en el periodo del 2017 a la fecha actual.

2.1.1.2 Inflación

“La inflación es un aumento generalizado en los precios de los bienes y servicios de una economía durante un periodo de tiempo”. (Sevilla,2015)

Tabla 2
Inflación anual acumulada

Año	Porcentaje
2013	3,03%
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	-0,20%
Marzo 2018	-0,21%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

La inflación anual acumulada permite observar la variación que se produjo de año a año permitiendo analizar que en el 2013 al 2015 se mantuvo en un promedio de 3% indicando que no hubo una variación representativa, en lo que respecta al año 2016 a marzo del 2018 bajo de 1% a -0,21% lo que significa que actualmente el país tiene una inflación negativa la misma que indica que la economía del país se encuentra estancada debido a una disminución de precios.

2.1.1.3 Tasas de Interés

La tasa de interés es aquella que corresponde al porcentaje de una operación de dinero que se realiza.

2.1.1.3.1 Tasa de Interés Activa

“La tasa de interés activa se refiere a la tasa de interés que cobran los bancos por el dinero que prestan a sus clientes”. (Nunes, 2015)

Tabla 3
Tasa de interés activa

Tasa activa efectiva referencial para el segmento	% anual	Tasa activa efectiva máxima para el segmento	% anual
Productivo corporativo	7.85	Productivo corporativo	9.33
Productivo empresarial	9.72	Productivo empresarial	10.21
Productivo PYMES	9.80	Productivo PYMES	11.83
Comercial ordinario	7.99	Comercial ordinario	11.83
Comercial prioritario corporativo	7.48	Comercial prioritario corporativo	9.33
Comercial prioritario empresarial	9.69	Comercial prioritario empresarial	10.21
Comercial prioritario PYMES	10.40	Comercial prioritario PYMES	11.83
Consumo ordinario	16.63	Consumo ordinario	17.30
Consumo prioritario	16.60	Consumo prioritario	17.30
Educativo	9.47	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.33	Inmobiliario	11.33
Vivienda de interés publico	4.90	Vivienda de interés publico	4.99
Inversión publica	8.46	Inversión publica	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

La tasa de interés es un indicador de suma importancia para el presente proyecto ya que esta muestra si la tasa de interés es alta representa que los intereses a pagar por el crédito serán más altos y si la tasa de interés es baja los intereses pagados por el crédito serán menores, lo cual puede afectar o beneficiar a la microempresa al momento de solicitar un crédito a una entidad financiera.

2.1.1.3.2 Tasa de Interés Pasiva

La Tasa de Interés Pasiva es el tipo de interés que los bancos pagan por los préstamos que obtienen en el mercado, que puede ser representado por depósitos a la vista, depósitos a plazo, bonos, créditos de otras entidades de crédito u otros

productos de similares características. Se conoce como pasiva porque se centra en las cuentas del pasivo de los bancos. (Nunes, 2015)

Tabla 4
Tasa de interés pasiva

Tasas de interés pasivas efectivas promedio por instrumento			
	%		%
Tasas referenciales	anual	Tasas referenciales	anual
Depósitos a plazo	5.14	Depósitos de ahorro	1.03
Depósitos monetarios	0.49	Depósitos de tarjeta	
Operaciones de reporto	0.10	habientes	1.16
Tasas de interés pasivas efectivas referenciales por plazo			
	%		%
Tasa referencial	anual	Tasas referenciales	anual
Plazo	3.68	Plazo	5.01
Plazo	3.64	Plazo	5.78
Plazo	4.98	Plazo	7.43

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

La tasa de interés pasiva es de suma importancia para el presente proyecto se encuentra regulada por el Banco Central del Ecuador el cual se encarga de estabilizar el costo del crédito lo que ayuda a incentivar a los emprendedores a solicitar un préstamo idóneo en este caso se analizará la tasa referencial de plazo 361 y más el cual es de 7,43% el mismo que beneficiara al proyecto.

2.1.1.4 Riesgo País

“El Riesgo País (RP) es un indicador que mide la probabilidad de pérdida que puede sufrir un inversionista al invertir en deuda emitida por un país en los mercados internacionales de capital”. (Serrano, 2016)

Tabla 5
Riesgo País

Fecha	Valor	Variación
31/01/2017	590	1,20%
28/02/2017	572	-0,69%
31/03/2017	666	1,22%
28/04/2017	667	-3,19%
31/05/2017	694	2,81%
30/06/2017	706	0,14%
31/07/2017	673	-0,30%
31/08/2017	643	0,47%
29/09/2017	606	-0,82%
31/10/2017	563	-1,57%
30/11/2017	507	0,00%
29/12/2017	459	0,66%
31/01/2018	442	-2,43%
28/02/2018	490	4,48%
29/03/2018	544	-3,55%
30/04/2018	667	2,62%
31/05/2018	671	3,39%
29/06/2018	761	-0,52%
16/07/2018	665	1,84%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

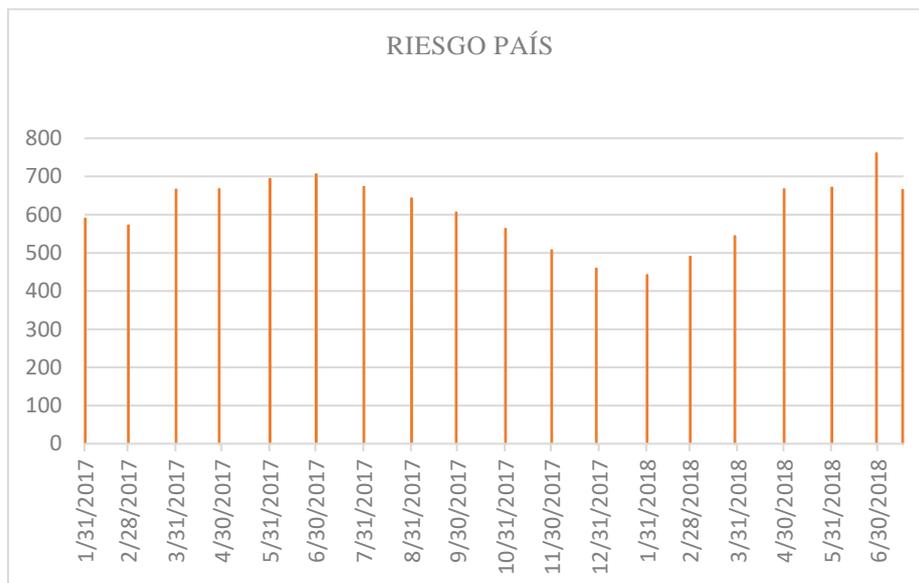


Figura 2. Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Mediante el análisis del riesgo país se puede determinar si es conveniente invertir capital o dinero en un determinado territorio o país para lo cual el inversionista

se basará en lo siguiente si la tasa es alta es negativo, pero en caso de que la tasa se baja será positivo para invertir en dicho proyecto.

2.1.2. Factor Social

El factor social es aquel que se enfoca en el modelo de aprovechar el potencial, capacidades del ser humano conectado directamente con el Plan del buen vivir para lo cual se procederá para el presente proyecto los siguientes indicadores.

2.1.2.1. Crecimiento Poblacional

“El crecimiento poblacional se refiere al aumento en el número de personas establecidas en una zona por unidad de tiempo para su cálculo”. (Pacheco, 2016)

Tabla 6
Tasa de Crecimiento Poblacional

Crecimiento Poblacional de Quito			
Año	Quito Urbano	Sub Urbano	Total
2017	2.000.675	841.000	2.841.675
2018	2.000.000	901.350	2.901.350
2019	2.000.278	962.000	2.962.278
2020	2.150.150	987.85	3.088.000
2021	2.055.010	1.097.838	3.152.848

Fuente: Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

La tasa de crecimiento poblacional de Quito da a conocer la proyección del crecimiento de habitantes que va en aumentando año tras año en la ciudad dando un enfoque importante en el aumento mayoritario de la clase media, media baja y baja en la ciudad.

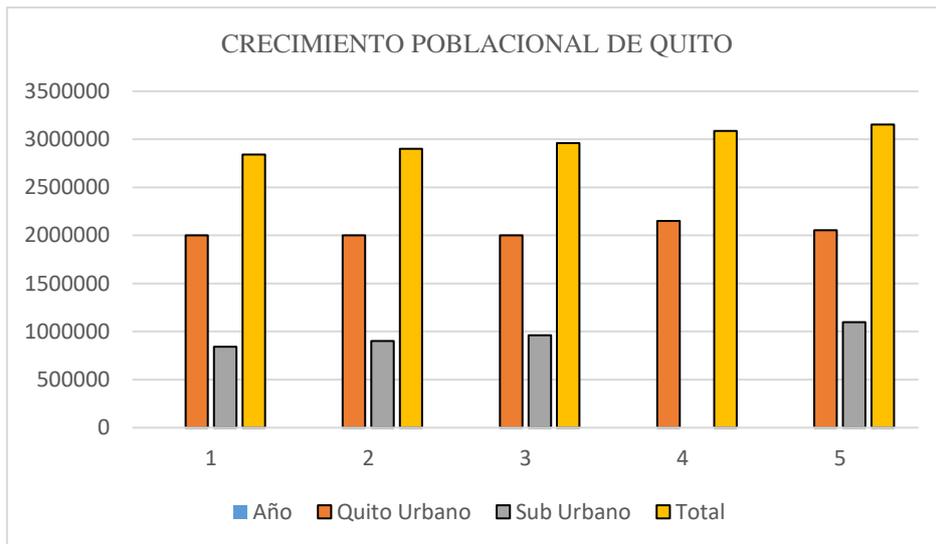


Figura 3. Riesgo País
Fuente: Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

2.1.2.2. Tasa de Desempleo

“Las personas desocupadas, en el período de referencia, no tienen un empleo ni han trabajado al menos una hora en actividades económicas (actividades dentro de la frontera de producción)”. (Glejberman, 2012, pág. 4)

Tabla 7
Tasa de Desempleo

Año/Mes	% Tasa de Desempleo
2013/ Marzo	4,11%
2014/ Marzo	4,30%
2015/ Marzo	4,39%
2016/ Marzo	7,82%
2017/ Marzo	9,11%
2018/ Marzo	4,4%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

El desempleo en el año 2013,2014,2015 se mantuvo en entre el 4% correspondientemente años en los que la tasa de desempleo se mantenía en porcentajes

bajos en lo que respecta a los años 2016 y 2017 en donde el porcentaje se mantuvo entre el 7% y 9% debido a que el Ecuador no se encontraba económicamente estable.

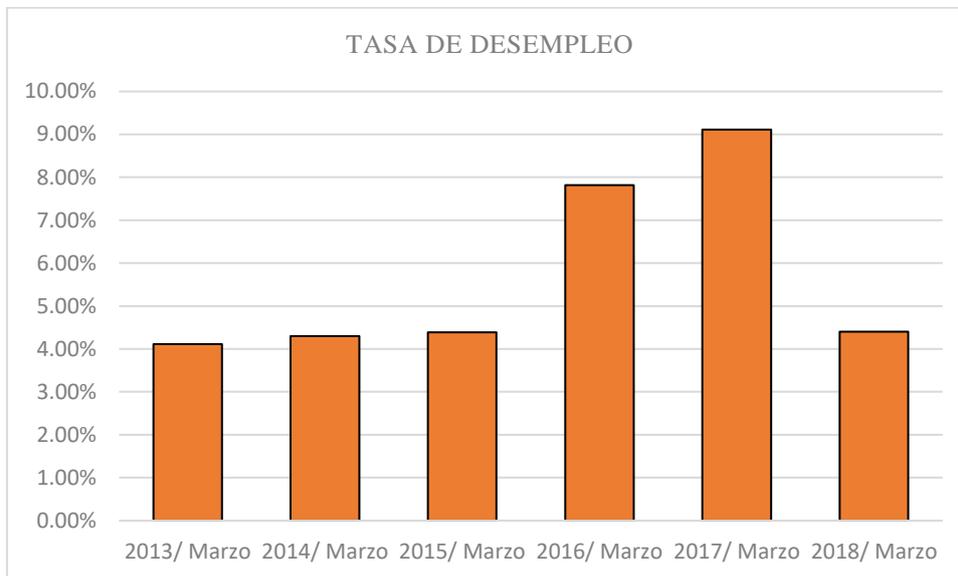


Figura 4. Tasa de Desempleo
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

2.1.2.3. Subempleo

“Es la situación que se produce cuando una persona capacitada para una determinada ocupación, cargo de trabajo no está ocupada plenamente, sino que toma trabajos menores en los que generalmente se gana poco”. (Velásquez, 2013, pág. 6)

Tabla 8
Tasa de Subempleo

Años	Subempleo
2013	11,64%
2014	12,87%
2015	14,01%
2016	17,01%
2017	21,04%
Marzo 2018	18,03%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

El subempleo permite conocer acerca del porcentaje de personas que se encontraron desempleadas en el Ecuador siendo respectivamente los años 2016, 2017 y

APOYAR AL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PORTA VINOS Y COPAS UBICADA EN EL SECTOR SUR PARROQUIA LA LIBERTAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

a marzo del presente año los más altos debido a los problemas financieros por los que pasaba el país y afectaba a las empresas, microempresas que se ven obligados a recortar el personal.

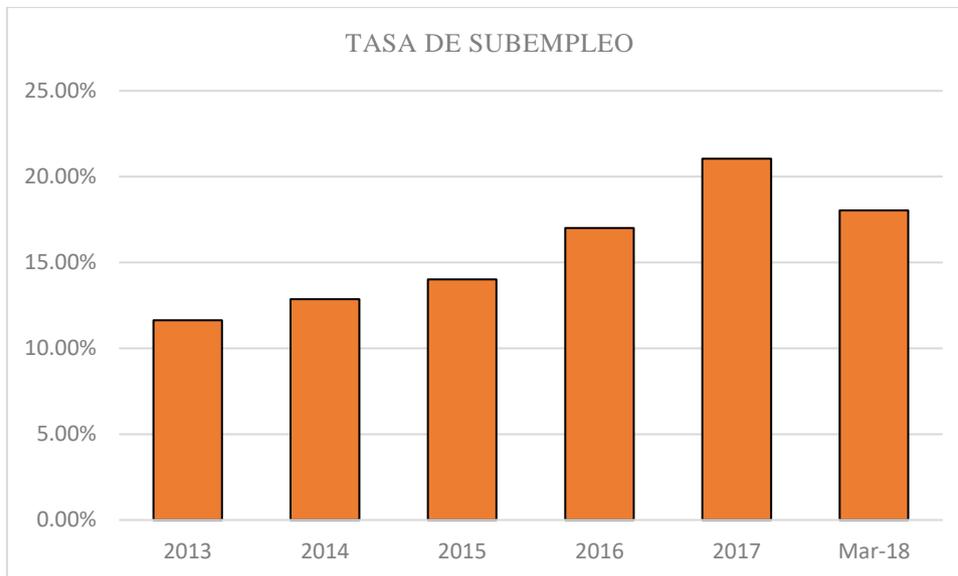


Figura 5. Tasa de Subempleo
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

2.1.2.4. Población Económicamente Activa

La población económicamente activa abarca todas las personas de uno u otro género que aportan su trabajo para producir bienes y servicios económicos comprendidos dentro de la frontera de producción, según la definición de los mismos contenida en la última versión del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), durante un período de referencia especificado. (Glejberman, 2012, Pág. 5)

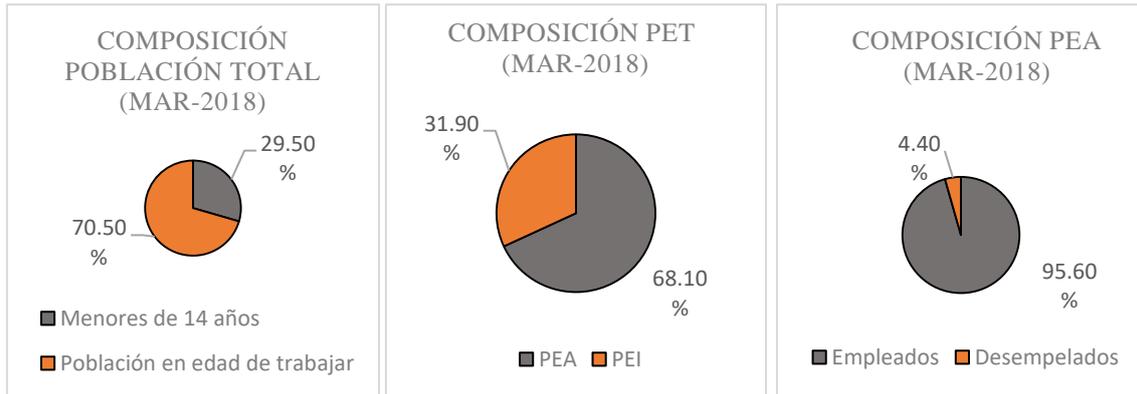


Figura 6. P.E.A

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Durante marzo del 2018 se tiene que del total de la población el 70,5% se encuentra en edad de trabajar, el 68,1% se encuentran económicamente activos y el 95,6% de las personas económicamente activas tienen un empleo.

2.1.3. Factor legal

“Estos contratos permitirán exigir derechos en cualquier evento de incumplimiento y además es usual que contengan cláusulas de arbitramento en el extranjero para empresas pequeñas, lo cual permite una manera ágil de reparación”. (Sin Autor)

Análisis:

Los factores legales son de suma importancia para el presente proyecto ya que permitirá poner en marcha el proyecto sin problemas e inconvenientes con las distintas entidades encargadas de la regulación, inspección de los requisitos para funcionar correctamente.

A continuación, se detallará los documentos necesarios para poner en marcha el proyecto:

RUC o Registro Único de Contribuyente Requisitos Anexo 1

- Papeleta de votación
- Cedula de Identidad
- Planilla de servicios básicos

Patente Municipal Requisitos Anexo 2

- Formulario de inscripción
- Copia del RUC
- Correo electrónico

Cuerpo de Bomberos Requisitos Anexo 3

- Copia de la patente municipal
- Copia del RUC
- Informe del inspector

Certificado de Salud Requisitos

- Cédula de Identidad
- Papeleta de votación

Registro Sanitario:

- Registro de Representante Legal

Registro artesanal Anexo 4

- Solicitud de certificación de Artesano Calificado que se obtiene en la JNDA o en las Juntas Provinciales y Cantonales
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación

- Copia de la última calificación

2.1.4. Factor Tecnológico

“Son los derivados de los avances científicos y son estimulados por las consecuencias económicas favorables del empleo de la tecnología como instrumento para competir”. (Sin Autor, 2014)

Para el presente proyecto no se precisará de instrumentos tecnológicos debido a que el producto es netamente artesanal el cual no conlleva un trabajo con algún tipo de maquina industrial pero no se descarta la opción de implementar maquinaria e implementos tecnológicos en un futuro.

2.2. Entorno Local

2.2.1. Clientes

“Se considera cliente a un consumidor fiel a una marca o producto”. (Fernández, 2010, pág.226)

Se procederá a realizar una segmentación de clientes la cual permitirá determinar las diferentes variables de nuestros posibles clientes.

Tabla 9
Segmentación clientes

Variable	
Edad	18 años en adelante
Genero	Masculino/Femenino
Establecimiento	Habitantes del sector “La Libertad”
Nivel Social	Alto, Medio alto y Medio

Fuente: Investigacion Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

2.2.2. Proveedores

“Son capaces de suministrar la materia prima que les permite avanzar en el mercado a través de sus innovaciones”. (Sabater, 2010, pág.50)

Tabla 10
Matriz de Proveedores

Proveedor	Dirección	Teléfono	Producto
Nayru furniture	av. Napo y Alpahuasi e5-196	2987-234	Pallets
Importador Trujillo S.A	Panamericana Sur S59 S/N PB E2C Matilde Álvarez	3006164	Sierra
Mega Kywi	Av. Pedro Vicente Maldonado S11 - 122	3005472	Lijas & Clavos
Demaco S.A	Av. Mariscal Sucre N50107 y Manuel Valdivieso	2438737	Cinta Métrica

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Los proveedores personas jurídicas y naturales serán quien proveerán de los insumos y materia prima necesarios para la elaboración del producto principalmente son escogidos por la calidad, garantía de sus productos, precios accesibles que benefician a la microempresa con los cuales se establecerá estrategias y formas de pago para laborar en conjunto.

2.2.3. Competidores

“La competencia económica significa rivalidad entre empresas que participan en un mercado aplicando sus mejores estrategias de manera que pueden minimizar sus costos, maximizar sus ganancias y así mantenerse activas e innovadoras frente a otras empresas rivales”. (Girondella, 2016)

Análisis:

El estudio de los competidores permite determinar a nuestra posible competencia potencial los cuales ofrecen un producto similar al que la microempresa para a desarrollar, y de esta manera tener en cuenta a estas empresas consideradas como amenazas.

Tabla 11

Competidores Potenciales

Competidores Potenciales
Tizux S.A
Diarca
Artenea

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

2.3. Análisis Interno**2.3.1. Propuesta Estratégica**

“La propuesta estratégica ayuda al desarrollo de una empresa y la visión de cada trabajador esto va de la mano con la planeación ya que nos da a descubrir lo que queremos y hacia donde queremos llegar”. (Lopez, 2013)

La propuesta estratégica es aquella que ayudará a cumplir con las metas propuestas por la microempresa la cual está totalmente unida con la misión, visión, objetivos, principios y valores de la misma.

2.3.1.1. Misión

Ser un producto de la más alta calidad, contribuir con el medio ambiente con la finalidad de brindar al cliente un producto eficiente, cómodo, elegante y con un precio accesible.

2.3.1.2. Visión

Consolidar la marca y el producto en los mercados nacionales e internacionales para el año 2023.

2.3.1.3. Objetivos**2.3.1.3.1. Objetivo General**

Ser una marca líder en el mercado con la finalidad de generar mayores utilidades, tener una mejor rentabilidad y crecer en el mercado local.

APOYAR AL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PORTA VINOS Y COPAS UBICADA EN EL SECTOR SUR PARROQUIA LA LIBERTAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

2.3.1.3.2. Objetivos Específicos

- Indagar a la competencia para estar siempre un paso adelante.
- Investigar la posible demanda que tendrá el producto.
- Efectuar nuevos canales de comercialización para dar a conocer el producto.

2.3.1.4. Principios o valores

La microempresa se basará en los siguientes principios y valores:

Principios:

- Calidad
- Precio
- Servicio
- Innovación

Valores

- Honestidad
- Responsabilidad
- Creatividad

2.3.2. Gestión Administrativa

“Las funciones administrativas coordinan y sincronizan las demás funciones de la empresa, siempre encima de ellas”. (Arcia, 2011)

La gestión administrativa es de suma importancia la cual permite tener una organización y sincronización de las funciones de las personas que se encargaran de los distintos cargos que la microempresa requiere.

2.3.2.1. Organigrama Estructural

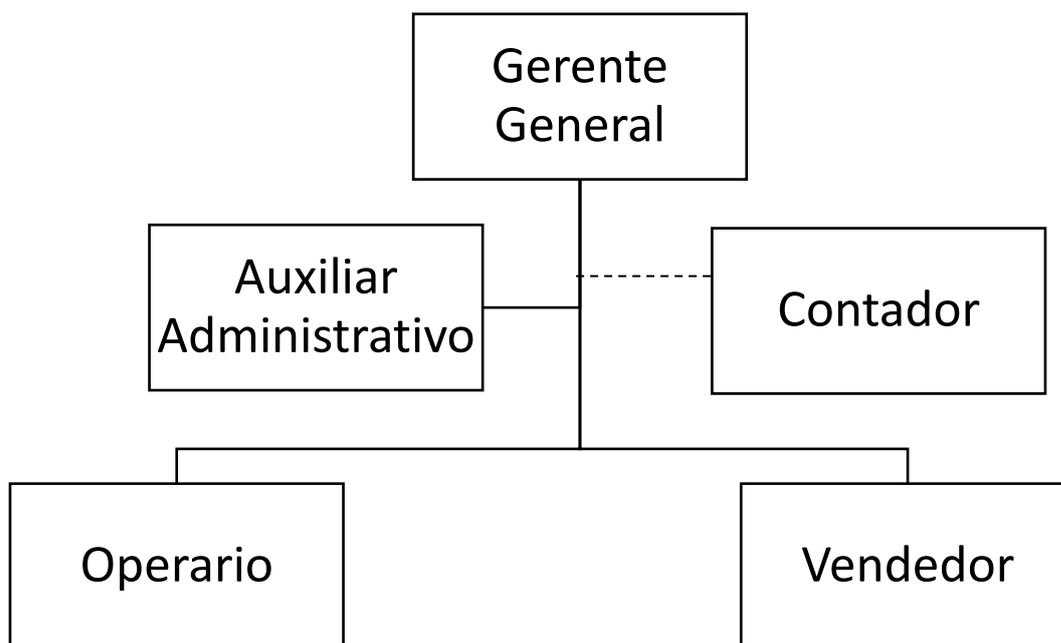


Figura 7. Organigrama Estructural
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Funciones de la gestión administrativa:

Tabla 12
Funciones del Gerente General

Gerente General	
Descripción del cargo	Representante legal de la empresa, encargado de establecer las políticas de la microempresa
Número de personas	1
Sueldo	400
Requisitos	Graduado en administración
Funciones	Planificar, coordinar las actividades de la microempresa Dirigir todas las áreas de la microempresa Planear metas a largo y corto plazo Repartir la carga a los empleados en las distintas áreas Regular y garantizar el correcto uso de los recursos económicos

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Tabla 13

Funciones del Auxiliar Administrativo

Auxiliar Administrativo	
Descripción del cargo	Recepción de documentos, atender llamadas telefónicas
Número de personas	1
Sueldo	386
Requisitos	Tecnólogo en administración
Funciones	Archivar documentos Atender llamadas Informar al gerente general novedades Asignar citas Brindar apoyo en la logística Organizar reuniones Realizar cualquier tipo de tarea asignada por la gerencia

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Tabla 14

Funciones del Contador Externo

Contador Externo	
Descripción del cargo	Procesar y contabilizar los diferentes tipos de comprobantes y registros que emita o emitan a la microempresa
Número de personas	1
Sueldo	175
Requisitos	Graduado en contabilidad y Auditoría
Funciones	Llevar los libros contables Elaborar y emitir cheques Verificar las diferentes facturas Llevar el control de los estados financieros mensualmente Llevar el registro de los proveedores

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

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 mejora de las organizaciones internas, con el fin de aumentar su capacidad para conseguir los propósitos de sus políticas y sus diferentes objetivos operativos”. (Sevillano, 2017)

La gestión operativa es de suma importancia para el presente proyecto la misma que tiene una valiosa influencia al momento al de seleccionar el personal, asignar las

funciones y el rol que desempeñara cada trabajador que tendra la microempresa, ademas esta permite introducir tecnicas novedosas y estrategias acorde al proyecto en curso.

Funciones de la gestión operativa:

Tabla 15
Funciones del Operario

Operario	
Descripción del cargo	Recepción de lotes de materia prima, Identificación de productos
Número de personas	1
Sueldo	386
Requisitos	Bachiller que tenga conocimientos en producción
Funciones	Receptar materia prima a proveedores Identificar productos con fallas Identificar materia prima defectuosa Llevar el control del proceso del producto Llevar registro de los lotes de materia prima

Fuente: Investigacion Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

2.3.4. Gestión Comercial

“La gestión comercial es un término usado para describir las disciplinas de negocios no técnicos de una empresa u organización, en particular la administración de los ingresos y gastos para generar un retorno financiero”. (Verón, 2012)

Funciones de la gestión comercial:

Tabla 16
Funciones del vendedor

Vendedor	
Descripción del cargo	Establecer nexos entre la microempresa y la clientela
Número de personas	1
Sueldo	386
Requisitos	Bachiller que tenga conocimientos en ventas
Funciones	Ofrecer el producto Dar detalles acerca del producto Llevar redes sociales Llevar el control del pedidos del producto Mantener a los clientes constantemente informados

Fuente: Investigacion Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

2.3.4.1. Producto

“Un producto es un bien, servicio o idea consistente en un conjunto de atributos tangibles e intangibles que el consumidor cree que posee un determinado bien para satisfacer sus necesidades”. (Martin, 2015)

Introducción de la microempresa

Scatola di vino es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de porta vinos elaborados mediante la utilización de pallets reciclados brindando un producto elegante para decorar el hogar, la habitación y oficinas, que a la vez va de la mano con el cuidado al medio ambiente.



Figura 8. Logo
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

El logo escogido para la microempresa simboliza sencillez, practicidad, calidad y elegancia, logo que impone presencia y a la vez es llamativo ante los ojos del cliente.

Características del producto:

- Producto de alta calidad y resistencia
- Esta elaborado a base de pallets reciclados

- Practico y cómodo de llevar
- Elegante
- Sencillo
- Regalo perfecto para cualquier ocasión



Figura 9. Producto

Fuente: Floristeriasbogota.net

Elaborado por: Floristeriasbogota.net

2.3.4.2. Precio

“El precio es una variable controlable que se diferencia de los otros tres elementos de la mezcla o mix de mercadotecnia (producto, plaza y promoción) en que produce ingresos”. (Armstrong, 2012, pág. 62)

El precio se determinará mediante el total del costo de la materia prima, mano de obra y los gastos establecidos en el margen de utilidad.

2.3.4.3. Plaza

Lugar físico donde el producto se establecerá mediante alianzas estratégicas u otras.

El lugar idóneo escogido para poner en marcha el presente proyecto será la ciudad de Quito en el Distrito Metropolitano de Quito, Sector Sur, parroquia La

Libertad debido a la gran afluencia y tránsito de personal por el sector lo cual beneficiará a la misma.

2.3.4.4. Promoción

“Incentivos a corto plazo que fomentan la compra y venta de un producto.”

(Armstrong, 2012, pág. 470)

La misma que permitirá desarrollar diferentes alianzas y estrategias para dar a conocer y distribuir el producto.

Utilizaremos las siguientes estrategias para dar a conocer el producto:

- **Página Web**

La misma que contendrá información acerca del producto, historia, misión, visión, objetivos, características del mismo entre otros. Anexo 5

- **Redes Sociales**

Las mismas que se utilizarán con el fin de promover el producto mediante las redes sociales más grandes como Facebook, Instagram y Twitter. Anexo 6

- **Trípticos**

Los mismos que contendrán información relativa acerca del producto, características y serán llamativos para llamar la atención del cliente.

2.4. Análisis FODA

La matriz de análisis dafo o foda, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del

acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. (Espinosa, 2013)

Análisis:

La matriz FODA permitirá analizar tanto e identificar tanto las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta nuestra microempresa, tomando como referencia para el presente proyecto analizar únicamente las fortalezas y debilidades que son internas y tienen mayor impacto en la misma dejando de momento a un lado a las oportunidades y amenazas que son externas y actualmente no existe en el mercado un producto igual al que ofrece la microempresa.

2.4.1. Matriz FODA

Tabla 17
Matriz FODA

I N T E R N O	Creacion de microempresa productora y comercializadora de porta vinos y copas artesanales	Fortalezas
		Debilidades

Fuente: Investigacion Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

CAPÍTULO III

3. Estudio de mercado

“Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta)) ante un producto o servicio”. (Rico, 2017)

El estudio de mercado es una herramienta que permite analizar, conocer la respuesta del mercado, oferta, demanda, proveedores, así como los canales de distribución y los respectivos precios.

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”. (Artur, 2013)

3.1.1. *Objetivo del estudio de mercado*

Identificar el sector en donde va a estar ubicada la microempresa el perfil de los distintos consumidores sus ventajas y desventajas.

3.1.1.1. *Determinación de la muestra y población*

Para el desarrollo del presente proyecto se escogió la Parroquia de “La Libertad” ubicada en el sector sur de la ciudad de Quito debido a la gran afluencia de personas que transitan en el lugar donde estará ubicada la microempresa.

3.1.1.2. Población

“Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado, donde se desarrollará la investigación”. (Tamayo, 2012, pág. 180)

Tabla 18
Tamaño del Universo

Universo	N
Población de Ecuador	16 936 613 Población Actual
Población de Pichincha	2 576.287 Habitantes
Población de Quito	2 644 145 Habitantes
Población de La Libertad	26 827 Habitantes

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

3.1.1.3. Muestra

“Es la parte de la población que efectivamente se mide, con el objeto de obtener información acerca de toda la población”. (Galbiati, 2012, pág. 3)

3.1.1.3.1. Formula de la muestra

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

Nomenclatura y datos

- **n**= Tamaño de la muestra
- **N**= Población de La Libertad o Universo (26 827)
- **ϑ** = desviación estándar aceptada por default se toma (0,5)
- **e²** = Margen de error (5%)
- **z²**= Nivel de confianza 95% (1.96)

Desarrollo de la muestra

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 26827 \cdot (0.5)}{(0.05)^2(26827 - 1) + (1.96)^2 (0.5)}$$

$$n = 371$$

El número de encuestas que se van a realizar en el sector de “La Libertad” para el presente proyecto es de 371 encuestas en total.

3.1.2. Técnicas de Obtención de Información

El método seleccionado con idóneo para el presente proyecto será la encuesta debido a que esta permite tener conocimiento más exacto de la necesidad, gustos y preferencias de los posibles clientes.

3.1.2.1. Encuesta

“Las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado, dicho cuestionario está diseñado para obtener información específica”. (Malhotra, 2013)

El modelo de encuesta se especifica en el Anexo 7

3.1.3. Análisis de la Información Obtenida

1.- ¿Está de acuerdo usted con el reciclaje?

Tabla 19
¿Está de acuerdo usted con el reciclaje?

Si	306
No	65
Total	371

Fuente: Resultados
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

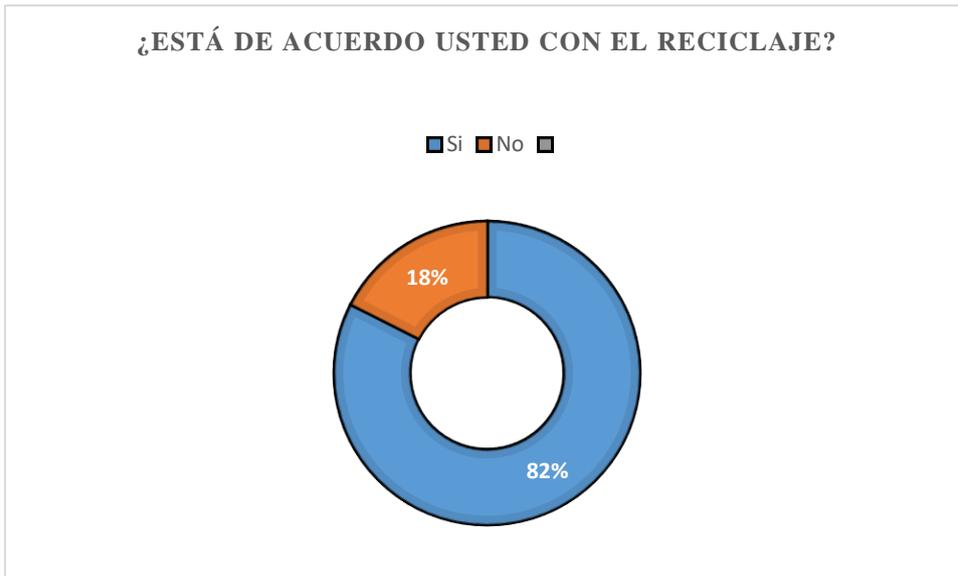


Figura 10. ¿Está de acuerdo usted con el reciclaje?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Los datos obtenidos arrojan que el 82% de las personas encuestadas si están de acuerdo con el reciclaje y el 18% no lo cual da como conclusión que la mayoría si está de acuerdo con que se recicle el material para volver a reutilizarlo y producir el producto.

2.- ¿Está usted de acuerdo con la implementación de la microempresa de Porta

Vinos artesanal “Scatola di vino”?

Tabla 20

¿Está usted de acuerdo con la implementación de la microempresa de Porta Vinos artesanal?

Si	315
No	56
Total	371

Fuente: Resultados

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

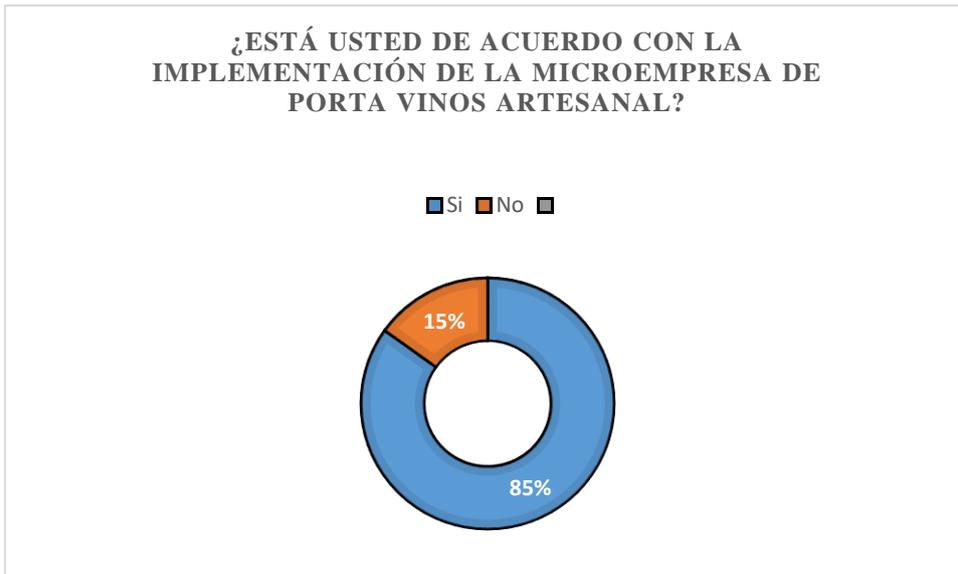


Figura 11. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de la microempresa de Porta Vinos artesanal?
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Mediante la realización de esta pregunta se puede conocer la aceptación de los pobladores a implementar la microempresa en el sector de la libertad teniendo un porcentaje de aceptación del 85% frente al 15% que no está conforme con que se implemente la misma lo cual nos da una gran referencia para poner en marcha el proyecto.

3. ¿A escuchado usted acerca de porta vinos elaborados a base de material reciclado?

Tabla 21

¿A escuchado usted acerca de porta vinos elaborados a base de material reciclado?

Si	121
No	250
Total	371

Fuente: Resultados

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

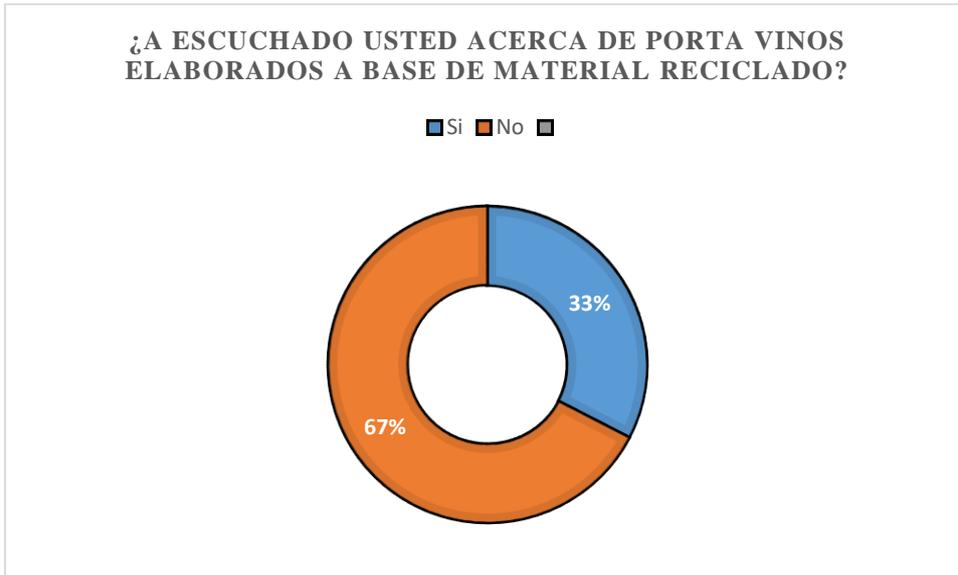


Figura 12. ¿A escuchado usted acerca de porta vinos elaborados a base de material reciclado?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Esta pregunta da a conocer que la mayoría de personas no han escuchado o no tienen conocimiento alguno acerca del producto artesanal siendo el 67% de personas encuestadas no conocer porta vinos elaborados a base de material reciclado y el 33% si ha llegado a escuchar algo referente a porta vinos lo cual da como referencia que el producto para la mayoría de las personas es un producto novedoso lo cual es muy beneficioso para la microempresa.

4.- ¿Le gustaría comprar a usted un Porta Vino?

Tabla 22

¿Le gustaría comprar a usted un Porta Vino?

Si	295
No	76
Total	371

Fuente: Resultados

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

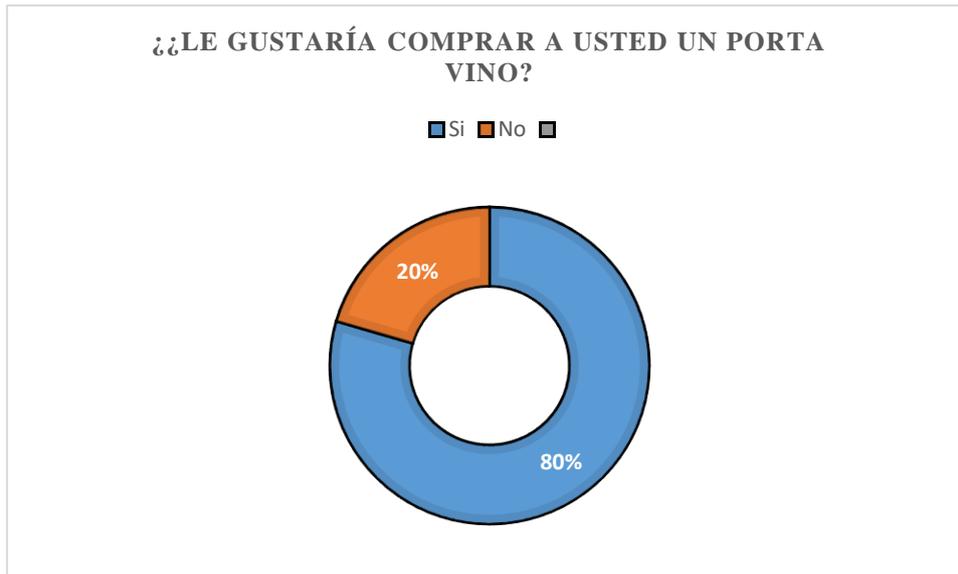


Figura 13. ¿Le gustaría comprar a usted un Porta Vino?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Esta pregunta es la más importante de la encuesta ya que esta refleja la aceptación del producto dando a conocer que el 80% de las personas encuestadas están de acuerdo que compraría el producto y el 20% no.

5.- ¿En qué lugares le gustaría comprar los Porta Vinos?

Tabla 23

¿En qué lugares le gustaría comprar los Porta Vinos?

Centros Comerciales	60
Basares	31
Tiendas	228
Supermercados	52
Total	371

Fuente: Resultados

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

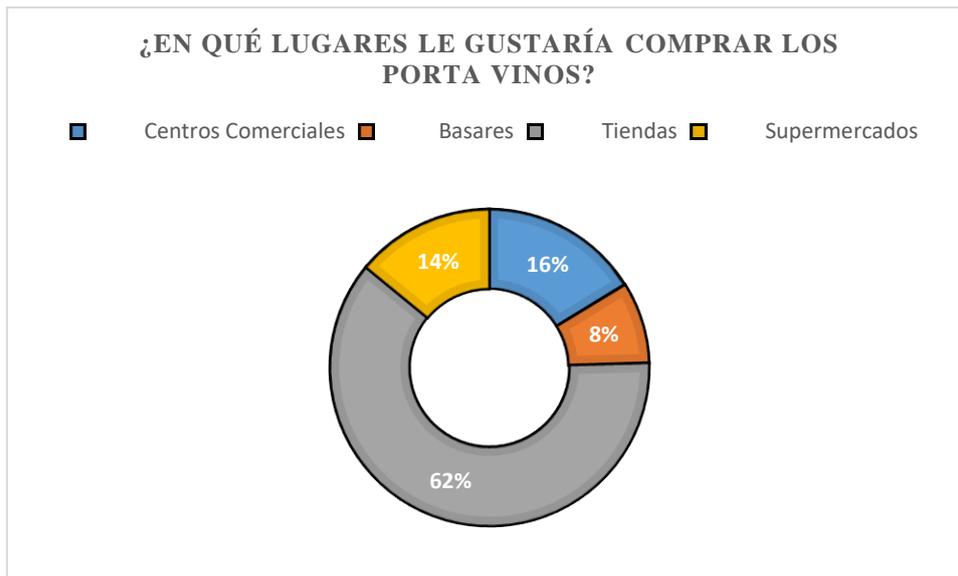


Figura 14. ¿En qué lugares le gustaría comprar los Porta Vinos?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Esta pregunta permite determinar cuál es el lugar idóneo para vender el producto siendo el 62% con mayor aceptación por las personas encuestadas en tiendas, seguido por el 16% de aceptación en centros comerciales, el 14% siendo en supermercados y el 8% con menor aceptación en basares.

6.- ¿Qué factor influyen al momento de su compra?

Tabla 24

¿Qué factor influyen al momento de su compra?

Calidad	50
Precio	120
Presentación	186
Otros	15
Total	371

Fuente: Resultados

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

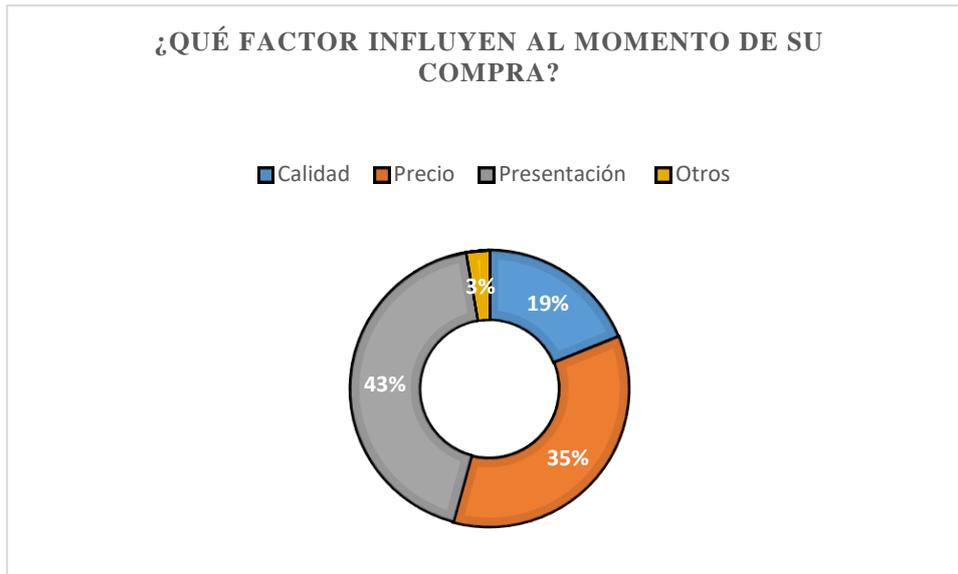


Figura 15. ¿Qué factor influyen al momento de su compra?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Gracias a esta pregunta se puede conocer cuáles son las preferencias de los consumidores al momento de comprar un producto dando los resultados siguientes con un 43% de mayor aceptación es la presentación seguido casi a la par con un 35% el precio, y siendo la presentación con un 19% y otros con 3% los más bajos.

7.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?

Tabla 25

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?

3.00 a 6.00	85
6.00 a 9.00	51
9.00 a 12.00	185
12.00 a 15.00	50
Total	371

Fuente: Resultados

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

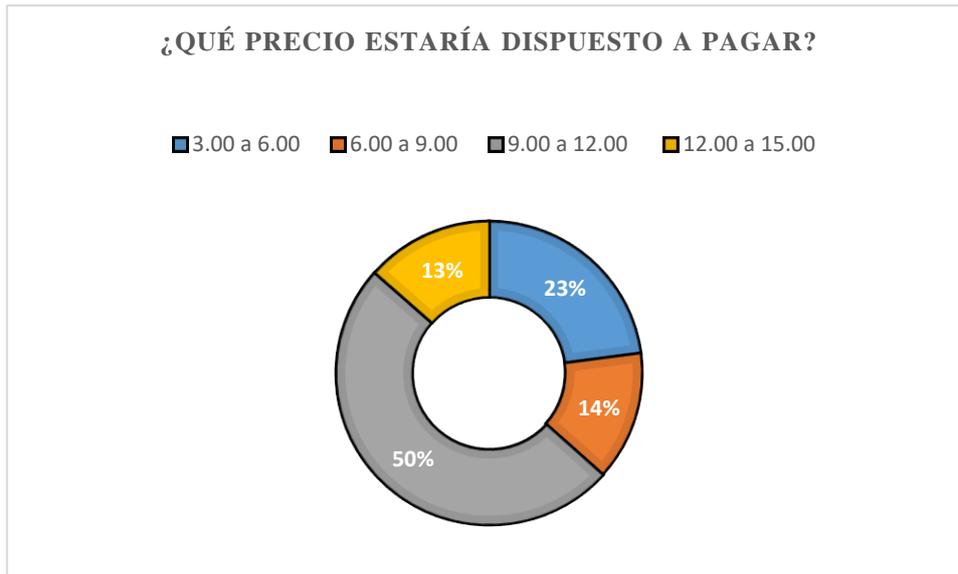


Figura 16. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Esta es la pregunta más importante realizada en la encuesta ya que esta nos da a conocer el precio que los posibles clientes están dispuestos a pagar dándonos como conclusión que la mayor aceptación fue la del rango de \$9.00 a \$12.00 con un porcentaje del 50% seguido de un 23% que es el rango de \$3.00 a \$6.00, y siendo los porcentajes más bajos de \$6.00 a \$9.00 y \$12.00 a \$15.00 con un porcentaje de 14% y 13% respectivamente.

8.- ¿Por qué medios le gustaría recibir información acerca del producto?

Tabla 26

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

Anuncios	135
Redes Sociales	200
Periódico	25
Revistas	11
Total	371

Fuente: Resultados

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

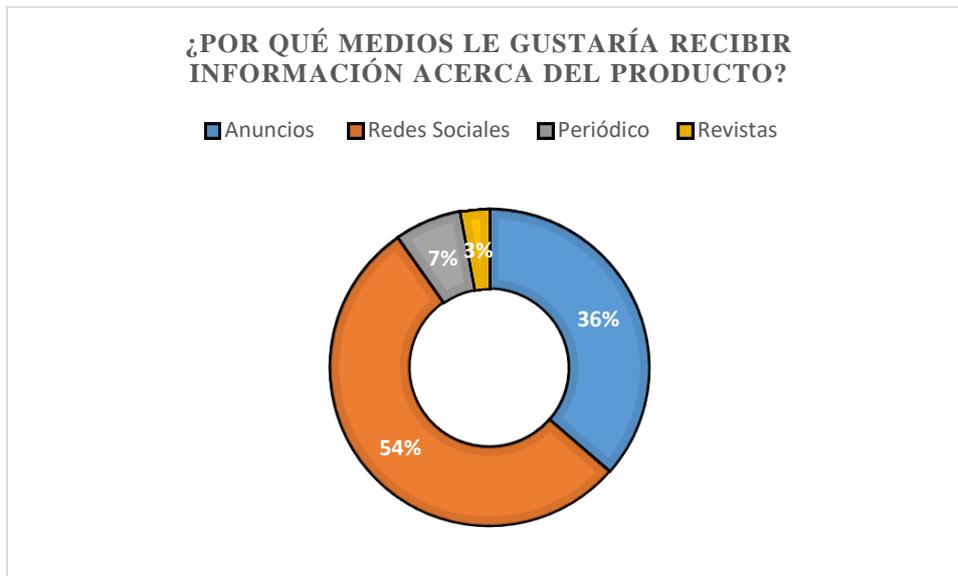


Figura 17. ¿Por qué medios le gustaría recibir información acerca del producto?
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Mediante la obtención de información de esta pregunta podemos sacar como conclusión el medio de información de mayor preferencia de los clientes siendo la de mayor aceptación con 54% las redes sociales medio que actualmente es muy fundamental para dar a conocer el producto, seguido de un 36% los anuncios, y con una aceptación menor con un 7% y 3% el periódico y las revistas.

3.2. Oferta

“La oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía”. (Pedrosa, 2015)

3.2.1. Oferta Actual

“Consiste en estudiar las características de la competencia que hay en la actualidad, tanto en las cantidades ofrecidas como en las condiciones en que se realiza dicha oferta”. (Córdova, 2013, pág. 146)

Tabla 27
Oferta Actual

Demanda actual	854641
Porcentaje aceptación competencia	0.54
Oferta actual	458657

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Para la realización de la oferta actual y proyectada se tomó como referencia el porcentaje de aceptación de la competencia el cual es de 54% obtenido mediante el respectivo estudio de mercado, La proyección de la oferta se proyectó a cinco años siendo desde el año 2019 a 2023.

3.2.2. Oferta Proyectada

Tabla 28
Oferta Proyectada

Periodo	Demanda actual	Aceptación	Oferta proyectada
2019	848659	0.54	455447
2020	842718	0.54	452259
2021	836819	0.54	449093
2022	830961	0.54	445949
2023	825145	0.54	442828

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

3.3. Demanda

“Según Laura Fisher, autora del libro "Mercadotecnia", la demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado". (Enriquez, 2013, pág. 22)

3.3.1. Demanda Historica

La demanda histórica es conocer el consumo, la conducta del producto, bien o servicio de años anteriores.

Debido a que el producto es nuevo y novedoso para el mercado ecuatoriano por lo tanto no existe una demanda histórica de dicho producto en el país por lo que se recurrirá a utilizar los datos obtenidos en la encuesta para obtener la demanda actual y demanda futura.

3.3.2. Demanda Actual

“La demanda es la solicitud para adquirir algo. En economía, la demanda de es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir”. (Peiro, 2015)

Tabla 29

Calculo de la demanda actual

Población total	26827
Muestra según fórmula apropiada	371
Porcentaje de aceptación producto	0.93
Aceptación del proyecto	25029

Fuente: Investigacion Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

3.3.2.1. Demanda Proyectada

Tabla 30

Calculo de demanda proyectada

Periodo	Demanda actual	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda proyectada
2019	842718	0,9930	836819
2020	836819	0,9930	830961
2021	830961	0,9930	825145
2022	825145	0,9930	819369
2023	819369	0,9930	813633

Fuente: Investigacion Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Mediante la realización del cálculo de la demanda actual proyectada a cinco años con la tasa de crecimiento del sector de la Libertad y como resultado obtenemos que la demanda año tras año ha ido bajando.

3.4. Producto Sustituto

Bien o servicio que se oferta en el mercado con igual o parecida similitud.

Para el presente proyecto se realizó la investigación correspondiente dando como conclusión los siguientes productos sustitutos.

- Caja porta relojes e vinos
- Licorera
- Canastilla Porta vinos

3.5. Balance de la Oferta y Demanda

Es la diferencia que se obtiene entre la demanda actual y la oferta actual.

3.5.1. Balance Actual

Tabla 31
Balance Actual

Periodo	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha actual
2018	854641	458657	395984

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

3.5.2. Balance Proyectado

Mediante los cálculos realizados se demuestra que en la demanda insatisfecha existe una oportunidad en el mercado para el producto la cual se va a buscar cubrir en los cinco años siguientes.

Tabla 32
Balance Proyectado

Periodo	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
1	848659	455447	393212
2	842718	452259	390459
3	836819	449093	387726
4	830961	445949	385012
5	825145	442828	382317

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción, el tiempo ya sea diaria, semanal, quincenal o mensual, instalación y de operación durante un tiempo determinado, siendo el mismo el principal factor que ayudara a la recuperación de la inversión.

Objetivos del estudio técnico

- Se determina la localización óptima del proyecto.
- Se determinará los aspectos macro y micro localización
- Se determinará la instalación y la distribución de las áreas de la microempresa
- Se determinará los activos iniciales con lo que se cuenta para poner en marcha el proyecto

4.1.1. Capacidad Instalada

“La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura que permite a una empresa (unidad, departamento o sección) producir determinados niveles de bienes o servicios en un periodo determinado”. (Dillon, 2013, pág. 7)

La capacidad instalada se calculó mediante la siguiente formula:

(Tasa de producción estándar por hora) x (tasa de rendimiento) x (tasa de eficiencia) x (8 horas por turno)

Siendo nuestra capacidad de producción = $4 \times 0,90 \times 0,90 \times 8 = 25$ unidades por turno

Tabla 33

Capacidad Instalada

Producción diaria a toda capacidad	25
Producción semanal a toda capacidad	125
Producción mensual a toda capacidad	500
Producción anual a toda capacidad	6000

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

4.1.2. Capacidad Real

“La capacidad que espera conseguir una empresa teniendo en cuenta sus actuales limitaciones operativas”. (Nunes, 2015)

Tabla 34

Capacidad Real

Producción diaria real	21
Producción semanal real	105
Producción mensual real	420
Producción anual real	5040

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

4.2. Localización

Hace referencia al lugar en donde se implantará la microempresa

4.2.1. Macro Localización

La microempresa “Scatola di vino” estará ubicada en Ecuador, Provincia de Pichincha en el Distrito Metropolitano de Quito en la Parroquia de “La Libertad” sector Sur.

Tabla 35

Macro Localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Parroquia	La Libertad

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

4.2.2. Localización Óptima

“Según el estudio de localización comprende la definición de criterios y requisitos para ubicar el lugar donde se instalará el proyecto, la enumeración de las posibles alternativas de ubicación, y la selección de la opción más ventajosa posible para las características específicas del mismo”. (Araujo Arévalo, 2013)

Para el desarrollo de la localización óptima se utilizó el método de ponderación de factores el mismo que permite determinar 3 alternativas en donde se implantara la microempresa.

- Av. Paya y Pintag
- Av. Zaruma y Puyarte
- Av. Mariscal Sucre y O’Leary S8-59

Tabla 36
Localización Óptima

Factor	Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3	Ponderación
Visibilidad	1	2	3	15%
Garantías	1	1	3	20%
Arriendo	2	3	5	50%
Seguridad	5	3	4	15%
Total	2,1	2,4	4,1	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

La puntuación total de cada alternativa se calculó de la siguiente manera las puntuaciones por cada factor ponderado.

Dando como conclusión de la localización óptima a la alternativa 3 dando como resultados favorables a está entregando un lugar de condiciones, fácil acceso, seguridad y de gran tránsito de personas por el mismo.

4.2.3. Micro Localización

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



Figura 18 .Micro Localización
Fuente: Google Maps

4.3. Ingeniería del producto

4.3.1. Definición de Bien y Servicio

“Los bienes están representados en objetos materiales, cuya utilidad nos permite satisfacer una necesidad de un modo directo o indirecto”. (Abril, 2011)

4.3.2. Distribución de planta

La distribución de la planta está distribuida de la siguiente manera la planta es de 75 m², la recepción tiene una capacidad de 16.6 m², el área de gerencia y contabilidad 16.6 m², el baño es de 5.5 m², el corredor central 2.4 m², el área de producción 17.2 m² y el área de ventas 17.2 m² el mismo que se presenta en el siguiente plano.

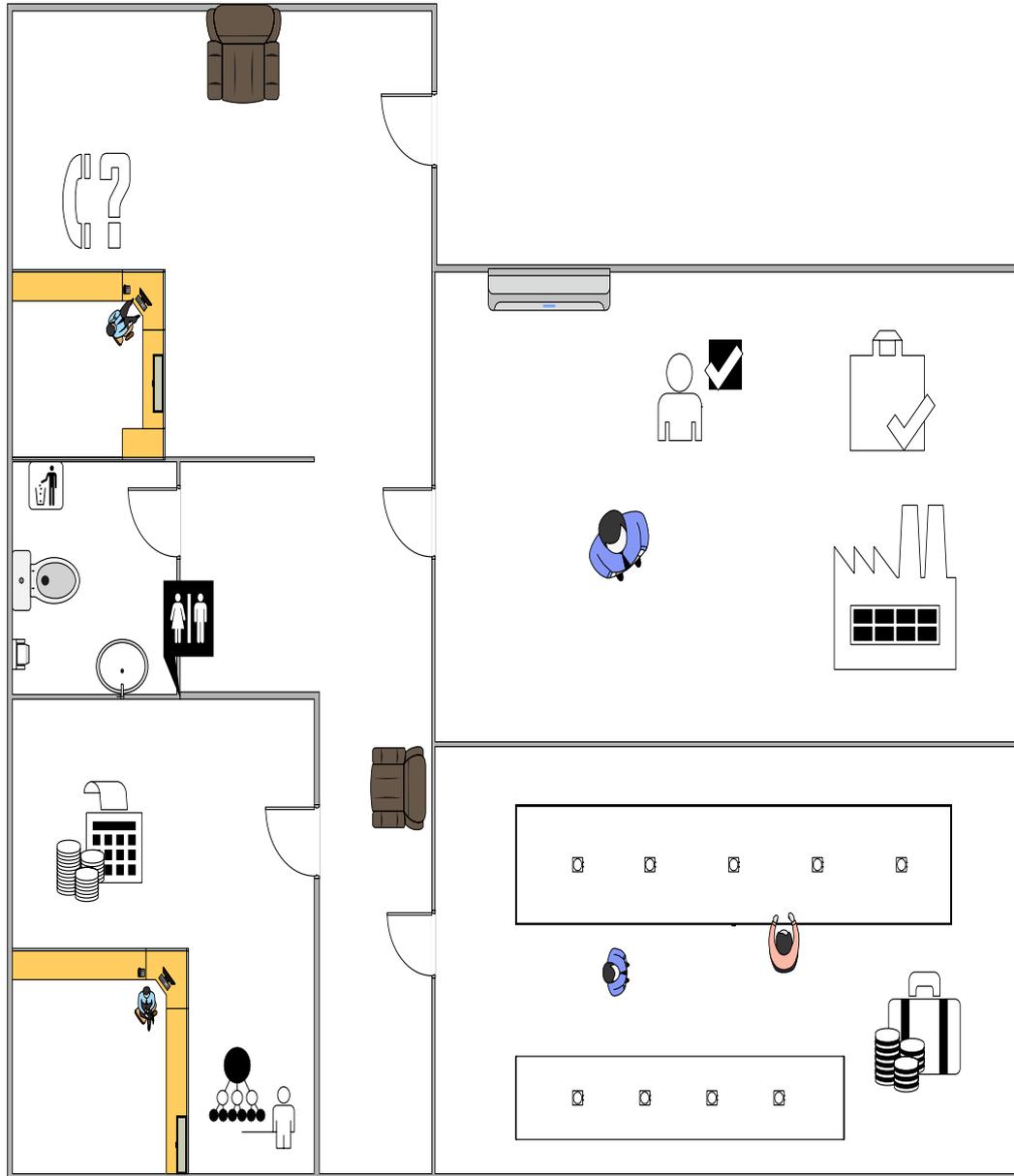


Figura 19. Plano de la Planta
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

4.3.3. Proceso Productivo

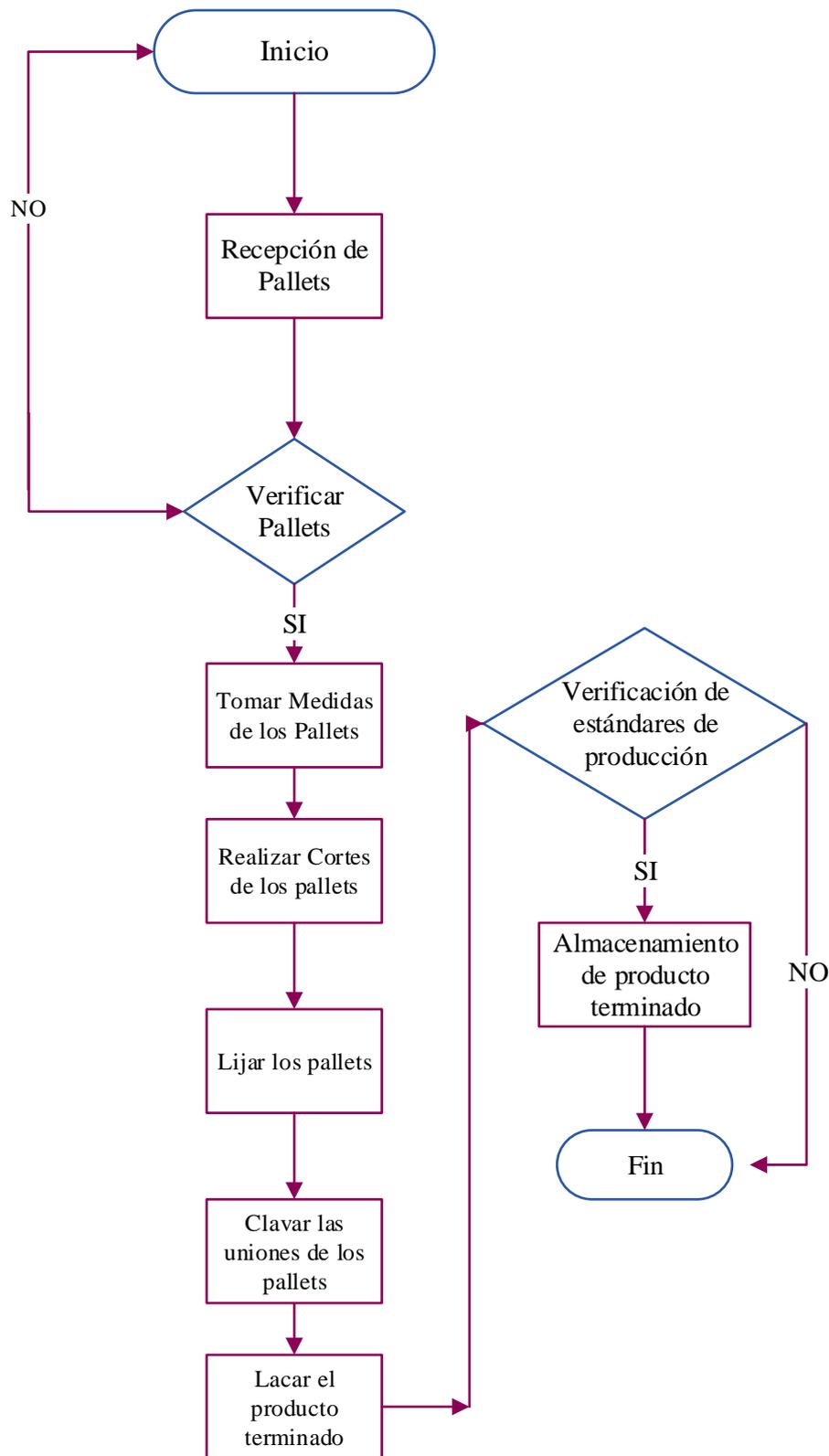


Figura 20. Flujograma Proceso Productivo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

4.3.4. Maquinaria y Equipo

Tabla 37
Maquinaria y Equipo

Ítem	Cantidad
Cierra	2
Martillo	2
Cinta Métrica	1
Computador	2
Sillas	5
Estantería	2
Mesa	3
Archivador	3
Caja Registradora	1
Teléfono	2
Basurero	4
Impresora	2
Escritorio	3

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Es un método que permite analizar los resultados financieros de las decisiones de que tomen para el negocio o emprendimiento.

5.1. Ingresos operacionales y no operacionales

5.1.1. *Ingresos Operacionales*

“Los ingresos operacionales son aquellos ingresos fruto de la actividad económica primordial de la empresa”. (Parra, 2015)

5.1.1. *Ingresos no operacionales*

“Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal”. (Parra, 2015)

Siendo fundamental identificar los 3 costos principales para la realización de los ingresos operacionales.

1. Materia Prima Directa
2. Mano de Obra Directa
3. Costos Indirectos de fabricación

5.2. Costos

“Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa”. (Altamirano, 2016)

5.2.1. *Costo directo*

“Son aquellos que la gerencia es capaz de asociar con los artículos o áreas específicos. Los materiales y la mano de obra directa son los ejemplos más claros”.

(Altamirano, 2016)

5.2.1.1. *Materia Prima Directa*

La materia prima es el material que se utilizara para la transformación del producto terminado.

Tabla 38
Materia Prima Porta Vino y Copa

Materia prima	Unidad medida	Costo unitario
Pallets	mt x mt	1,25
Cordón	mm	0,07
Laca	Litros	4,50
Clavos	Unidades	0,02
Total		5,83

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

En la tabla se determina el costo total que cuesta producir un porta vino.

5.2.1.2. *Mano de obra directa*

Es el esfuerzo físico utilizado para la fabricación de un producto.

Tabla 39
Mano de Obra Directa

Sueldo anual	6113
Producción anual real	5040
Mo valor unitario	1,21

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Para el cálculo de la mano de obra directa se estableció el sueldo del operario y se consideró todos los beneficios de la ley, décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones, y el aporte patronal.

5.2.2. Costos indirectos

“Representan el tercer elemento del costo de producción, no identificándose su monto en forma precisa en un artículo producido, en una orden de producción, o en un proceso productivo”. (Salas, 2014)

Tabla 40
Costos indirectos

Servicio	Costo mensual	Costo anual
Luz	30	360
Teléfono	15	180

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Lo que representa que aun formando parte del costo de producción no se puede conocerse con exactitud qué cantidad a intervenido en la producción del producto.

5.2.3. Resumen de Costos

En el resumen de costos se detalla el valor que cuesta producir únicamente un porta vino y copa.

Tabla 41
Resumen de Costos

Materia prima	5,83
Mano de obra	1,21
Costo indirectos de fabricación	0,07
Total	7,12

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

5.2.4. Fijación de Precio

Tabla 42
Fijación de Precio

Precio	11,86	100%
Costo	7,12	60%
Utilidad bruta	x	40%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

5.2.5. Gastos Administrativos

“Los gastos administrativos son de esos conceptos que deberían estar en permanente revisión”. (Cano, 2015)

Tabla 43
Gasto Administrativo Proyectado

Gasto administrativo	2019	2020	2021	2022	2023
Gasto sueldo	6297	6896	7104	7318	7538
Gasto arriendo	3000	3000	3600	3600	4200
Gasto suministros oficina	300	309	318	328	338
Sueldo contador	3000	3000	3000	3000	3000
Gasto servicios básicos	600	600	600	600	600
Total gasto administrativo	13197	13805	14622	14846	15676

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Mediante la realización de la tabla de los gastos administrativos se pudo determinar la proyección a 5 años de la misma la cual se calculó mediante el total de los gastos del año 1 para poder sacar la de los siguientes años.

5.2.6. Gastos de Ventas

“Son los costos vinculados con las ventas de tu negocio, lo cual incluiría el pago de salario a tu personal de ventas, ejecutivos de publicidad, traslados por motivos de esas ventas, es decir, todo aquello que se invierte en producir una venta, excluyendo los gastos financieros, los impuestos sobre las ganancias y los generados por estudios y análisis previos”. (Rodríguez, 2018)

Tabla 44
Gasto de Venta Proyectado

Gasto de ventas	2019	2020	2021	2022	2023
Gasto sueldo	6297	6896	7104	7318	7538
Gasto publicidad	460	340	340	340	340
Total gasto de ventas	6757	7236	7444	7658	7878

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Mediante la realización de la tabla de los gastos de venta se pudo determinar la proyección a 5 años de la misma la cual se calculó mediante el total de los gastos de sueldos y publicidad del año 1 para poder sacar la de los siguientes años.

5.2.7. Costo Financiero

Tabla 45
Fuentes de Financiamiento

Fuentes de Financiamiento	%
Cooperativa Cooprogreso	21%
Cooperativa Andalucía	23%
Cooperativa de Ahorro y Crédito	22%
Cooperativa JEP	21%
Cooperativa Coopad	20%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Como conclusión se llegó a que la fuente de financiamiento será la de la cooperativa Coopad.

5.2.8. Costos Fijos y variables

“Costo fijo como aquel que no varía cuando existen variaciones en el nivel de producción y Costo variable es aquel que varía, ante cambios en el volumen de producción”. (Cantalapiedra, 2011)

5.3. Inversión

5.3.1. Inversión Fija

“Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades”. (Hernández, 2011)

5.3.1.1. Activos Fijos

Son bienes tangibles e intangibles con los que cuenta la microempresa generalmente se los utiliza para dar funcionamiento a la misma.

Tabla 46
Activos Fijos

Activo	Cantidad	Costo	Costo total
Sierra caladora	1	50	50
Martillo	2	7,5	15
Cinta métrica	1	5	5
Computador	2	900	1800
Sillas	5	45	225
Estantería	2	300	600
Mesa	3	245	735
Archivador	3	150	450
Caja registradora	1	250	250
Teléfono	2	70	140
Basurero	4	5	20
Impresora	2	220	440
Escritorio	3	250	750
Total		2497	5480

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

5.3.1.2. Activo Nominal diferidos

“Corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto”. (Garzón, 2017)

Tabla 47

Gastos de Constitución

Documentación	30
Asesorías	50
Viáticos	20
Total gasto constitución	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Para los gastos de constitución se tomó en cuenta el gasto total que se generó en los tramites de documentación para el funcionamiento de la misma, en asesorías y en transporte.

5.3.2. Capital de Trabajo

“El capital de trabajo neto se define como la diferencia entre los activos corrientes de la empresa y sus pasivos corrientes”. (Zutter, 2012, pág. 544)

Tabla 48

Capital de Trabajo

Gasto administrativo	13197
Gasto de ventas	6757
Costo de producción	35865
Total capital de trabajo	55820
Días del año	360
Días de desfase	30
Capital de trabajo	4652

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Para el cálculo del capital de trabajo se utilizó el método de días de desfase.

5.3.2.1. Inversión Total

Tabla 49

Inversión Total

Activos fijos	5480
Capital de trabajo	4652
Gastos constitución	100
Total inversiones	10232

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

La inversión que requiere la microempresa es de \$10232 de los cuales \$5480 están destinados a activos fijos, \$4652 en capital de trabajo y \$100 en gastos de constitución.

5.3.3. Fuente de Financiamiento

“Las fuentes de financiación serán las vías que utilice la empresa para conseguir fondos. Para que la empresa pueda mantener una estructura económica, es decir, sus bienes y derechos, serán necesario unos recursos financieros”. (Cabia, 2015)

Tabla 50

Fuente de Financiamiento

Recursos propios	7232	70%
Deuda	3000	30%
Total	10232	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

La inversión total que requiere la microempresa es de \$10232 de los cuales el 70% son recursos propios \$7232 y la deuda será del 30% \$3000 los mismo que se recurrirán a solicitar un préstamo en la cooperativa seleccionada en la tabla fuente de financiamiento.

5.3.4. Amortización del Financiamiento

“La amortización financiera es el reintegro de un capital propio o ajeno, habitualmente distribuyendo pagos en el tiempo. Suele ser el producto de una prestación

única, que genera una contraprestación múltiple con vencimiento posterior”. (Martínez, 2015)

Para el financiamiento del préstamo se utilizó la metodología alemana, además también se realizó como comparación el método francés Anexo 8.

Tabla 51
Tabla de Amortización Método Alemán

Periodo	Saldo	Interés	Cuota	Amortización	Saldo final
0	0	0	0	0	3000
1	3000	50	100	50	2950
2	2950	49	99	50	2900
3	2900	48	98	50	2850
4	2850	47	97	50	2800
5	2800	47	97	50	2750
6	2750	46	96	50	2700
7	2700	45	95	50	2650
8	2650	44	94	50	2600
9	2600	43	93	50	2550
10	2550	42	92	50	2500
11	2500	42	92	50	2450
12	2450	41	91	50	2400
13	2400	40	90	50	2350
14	2350	39	89	50	2300
15	2300	38	88	50	2250
16	2250	37	87	50	2200
17	2200	37	87	50	2150
18	2150	36	86	50	2100
19	2100	35	85	50	2050
20	2050	34	84	50	2000
21	2000	33	83	50	1950
22	1950	32	82	50	1900
23	1900	32	82	50	1850
24	1850	31	81	50	1800
25	1800	30	80	50	1750
26	1750	29	79	50	1700
27	1700	28	78	50	1650
28	1650	27	77	50	1600
29	1600	27	77	50	1550
30	1550	26	76	50	1500
31	1500	25	75	50	1450
32	1450	24	74	50	1400

33	1400	23	73	50	1350
34	1350	22	72	50	1300
35	1300	22	72	50	1250
36	1250	21	71	50	1200
37	1200	20	70	50	1150
38	1150	19	69	50	1100
39	1100	18	68	50	1050
40	1050	17	67	50	1000
41	1000	17	67	50	950
42	950	16	66	50	900
43	900	15	65	50	850
44	850	14	64	50	800
45	800	13	63	50	750
46	750	12	62	50	700
47	700	12	62	50	650
48	650	11	61	50	600
49	600	10	60	50	550
50	550	9	59	50	500
51	500	8	58	50	450
52	450	7	57	50	400
53	400	7	57	50	350
54	350	6	56	50	300
55	300	5	55	50	250
56	250	4	54	50	200
57	200	3	53	50	150
58	150	2	52	50	100
59	100	2	52	50	50
60	50	1	51	50	0

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

5.3.5. Depreciaciones de Activos

“La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo, la depreciación permite aproximar y ajustar el valor del bien a su valor real en cualquier momento en el tiempo”. (Burguillo, 2016)

Tabla 52
Tabla de Depreciación Activos

Activo	Cantidad	Costo	Total	Vida útil	2019	2020	2021	2022	2023
Sierra	1	50	50	10	5	5	5	5	5
Martillo	2	7,5	15	10	1,50	1,50	0,75	0,75	0,75
Cinta métrica	1	5	5	10	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Computador	2	900	1800	3	600	600	600	0	0
Sillas	5	45	225	10	22,	22	22	22	22
Estantería	2	300	600	10	60	60	60	60	60
Mesa	3	245	735	10	73	73	73	73	73
Archivador	3	150	450	10	45	45	45	45	45
C registradora	1	250	250	10	25	25	25	25	25
Teléfono	2	70	140	10	14	14	14	14	14
Basurero	4	5	20	10	2	2	2	2	2
Impresora	2	220	440	3	146	146	146	0	0
Escritorio	3	250	750	10	75	75	75	75	75
Total		2497	5480		1070	1070	1069	323	323

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

5.3.6. Estado de situación inicial

“Es la demostración contable que se presenta al iniciar las actividades mercantiles de un comerciante o empresario. Se caracteriza por ser extra contable y comprende los Activos, Pasivo y Capital”. (Zambrano, 2015)

El estado de Situación Inicial es aquel que refleja tanto los activos, pasivos y patrimonio con el que cuenta la microempresa el mismo que permite determinar cuáles son los derechos y pertenencias “activos” con los que se cuenta, así como sus obligaciones y deudas “pasivos” y por ultimo indica el patrimonio siendo estos el capital propio y la fuente de financiación o capital socios, beneficios acumulados y reservas.

Tabla 53
Estado de Situación Inicial

Scatola di vino Estado de situación inicial Al 31 de diciembre del 2018	
Activos	
Activos corrientes	
Caja	4652
Total activo corriente	
4652	
Activos no Corrientes	
Maquinaria y equipo	3240
Depreciación acumulada maquinaria y equipo	0
Equipos de computación	2240
Depreciación acumulada equipos de computación	0
Total activo fijo	
5480	
Otros activos	
Gastos de constitución	100
Amortización acumulada	0
Total activos diferidos	
100	
Total activos	
10232	
Pasivos	
Pasivos corriente	
Deuda bancaria	3000
Total pasivos	
3000	
Capital	
7232	
Utilidad retenida	0
Patrimonio	
7232	
Total pasivo + total patrimonio	
10232	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

5.3.7. Estado de Resultados Proyectado

“Es un informe financiero básico productos de todos los sistemas contables y consiste en la presentación ordenada y de acuerdo con el plan de cuentas de los ingresos percibidos y ganados y los gastos efectuados y el resultado final del periodo determinado”. (Mayorga, 2011, pág. 26)

El estado de resultado o pérdidas y ganancias tiene como finalidad medir el desempeño de la microempresa al determinar los ingresos generados con los gastos en que se incide.

Tabla 54
Estado de Resultado Proyectado

Estado de Resultado Proyectado	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	59775	62744	65861	69132	72566
Costo producción	35865	36547	37241	37948	38669
Utilidad bruta	23910	26198	28620	31184	33897
Gastos administrativos	13197	13805	14622	14846	15676
Gastos de ventas	6757	7236	7444	7658	7878
Depreciaciones	1071	1071	1070	323	323
Amortizaciones	20	20	20	20	20
Utilidad operacional	2864	4065	5464	8337	9999
Gasto interés	545	425	305	185	65
Utilidad antes de impuestos	2319	3640	5159	8152	9934
Impuestos 15%	348	546	774	1223	1490
Utilidad neta	1972	3094	4385	6929	8444

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

El estado de resultado se obtiene de los datos obtenidos del balance general y el estado de flujo de efectivo siendo que al momento de evaluar el estado de resultados se prodrá:

- Realizar una evaluación para determinar la rentabilidad de la microempresa.
- Permitira conocer la manera en que se puede optimizar los recursos los mismos que ayudaran a maximar las utilidades de la misma.
- Conocer cual es su capacidad para generar utilidades.

5.3.8. Flujo de Caja

“El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado”. (Kiziryan, 2015)

- Los Flujo de caja permite conocer la capacidad de la microempresa para pagar sus deudas.
- Permite medir el nivel de liquidez de la microempresa.

Tabla 55
Flujo de Caja

Flujo de Caja	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad operacional	0	2864	4065	5464	8337	9999
Depreciaciones y amortizaciones	0	1091	1091	1090	343	343
Impuestos	0	348	546	774	1223	1490
Flujo de efectivo de las operaciones	0	3607	4610	5780	7457	8853
Inversión activos fijos	-5480					
Utilidad en venta de activos fijos						
Total gastos de capital	-5480	0	0	0	0	0
Capital de trabajo	-4652					
Variación de capital de trabajo						
Recuperación de capital de trabajo						4652
Capital de trabajo neto	-4652	0	0	0	0	4652
Flujo de caja del proyecto	-10232	3607	4610	5780	7457	13504

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

5.3.9. Balance General Proyectado

Tabla 56
Balance General Proyectado

Balance General Proyectado	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Caja	4652	7114	10699	15574	22246	35085
Total activo corriente	4652	7114	10699	15574	22246	35085
Activos no Corrientes						
Maquinaria y equipo	3240	3240	3240	3240	3240	3240
Depreciación acumulada maquinaria y equipo	0	324	648	972	1296	1620
Equipos de computación	2240	2240	2240	2240	0	0
Depreciación acumulada equipos de computación	0	747	1493	2240	0	0
Total activo fijo	5480	4409	3339	2262	1940	1617
Otros activos						
Gastos de constitución	100	100	100	100	100	100
Amortización acumulada	0	20	40	60	80	100
Total activos diferidos	100	80	60	40	20	0
Total activos	10232	11603	14098	17875	24206	36703
Pasivos						
Pasivos corriente						
Deuda bancaria L/P	3000	2400	1800	1200	600	0
Total pasivos	3000	2400	1800	1200	600	0
Capital	7232	7232	7232	7232	7232	11884
Utilidad retenida	0	1972	5066	9451	16380	24824
Patrimonio	7232	9204	12298	16683	23612	36708
Total pasivo + total patrimonio	10232	11603	14098	17875	24206	36703

Fuente: Investigación Propia

Elaborador por: Bryan Zuleta Apunte

5.4. Evaluación

5.4.1. Tasa de Descuento

“La tasa de descuento es el coste de capital que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro”. (Vázquez, 2014)

Tabla 57

Calculo de la TMAR

TMAR= Tasa de inflación + Riesgo de la inversión

TMAR= 3% + 6%

TMAR= 9%

Fuente: Investigación Propia

Elaborador por: Bryan Zuleta Apunte

5.4.2. VAN

“El Valor Actual Neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión”. (Velayos, 2017)

Tabla 58

Calculo del VAN

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

$$VAN = -10232 + \frac{3607}{1,09} + \frac{4610}{1,18} + \frac{5780}{1,30} + \frac{7457}{1,41} + \frac{13504}{1,53}$$

$$VAN = -10232 + 3309 + 3906 + 4446 + 5288 + 8826$$

$$VAN = -10232 + 25556$$

$$VAN = 15325$$

Fuente: Investigación Propia

Elaborador por: Bryan Zuleta Apunte

5.4.3. TIR

Tabla 59

Calculo del TIR

$$VAN = -P + FNE1 + FNE2 + FNE3 + FNE4 + FNE5$$

$$TIR = 45\%$$

Fuente: Investigación Propia

Elaborador por: Bryan Zuleta Apunte

5.4.4. Periodo de Recuperación de Inversión

“Es la tasa donde el VAN es igual a cero, donde el negocio no tiene perdidas ni ganancias, o es donde el proyecto se encuentra en su punto de equilibrio”. (Brieva, 2014, pág. 11)

Tabla 60
PayBack

$$\text{Payback} = \frac{\text{año de la última caja negativa} + \text{último valor negativo}}{\text{primera caja positiva} \times \text{número total de meses}}$$

$$\text{Payback} = 2 + 3062 / 4440 \times 5$$

$$\text{Payback} = 3 \text{ años } 8 \text{ meses } 8 \text{ días}$$

Fuente: Investigación Propia
Elaborador por: Bryan Zuleta Apunte

5.4.5. Relación Costo Beneficio

“Es una metodología para evaluar de forma exhaustiva los costes y beneficios de un proyecto (programa, intervención o medida de política), con el objetivo de determinar si el proyecto es deseable desde el punto de vista del bienestar social y, si lo es, en qué medida”. (Aguaza, 2012, pág. 147)

Tabla 61
Relación Costo Beneficio

Periodo	Flujo	Descontado
0	-10232	-10232
1	3607	3304
2	4610	3866
3	5780	4440
4	7457	5246
5	13504	8700
	SUMA	25556
Índice de Rentabilidad		2

Fuente: Investigación Propia
Elaborador por: Bryan Zuleta Apunte

5.4.6. Punto de Equilibrio

“Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al Costo Total y por ende no hay utilidad ni pérdida”. (Jumbo, 2012)

Tabla 62
Punto de Equilibrio

Producto	Porta vino
Cantidad a vender	5040
Participación	100%
Precio	11,86
Costo unitario	7,12
Costos fijos	21046
Margen de contribución	4,74
Punto de equilibrio general	4436
Punto de equilibrio en \$	52614

Fuente: Investigación Propia

Elaborador por: Bryan Zuleta Apunte

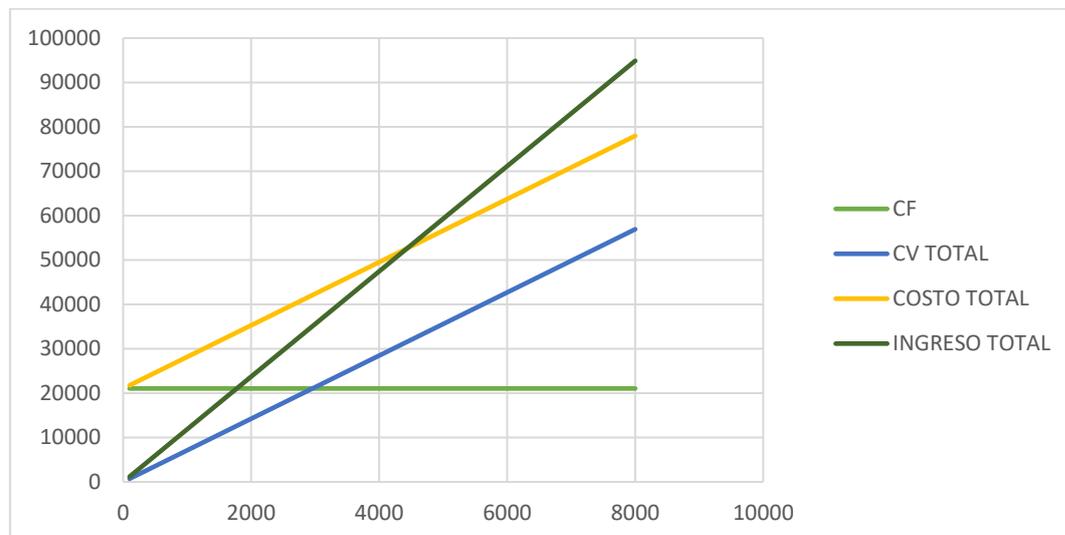


Figura 21. Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Permite conocer la cantidad de ventas que se necesita para que la microempresa opere sin ganancias ni pérdidas el mismo que indica que debe estar 4436.

5.4.7. Análisis de Índices Financieros

Tabla 63
Índices Financieros

Índices Financieros	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
Margen bruto	0,40	0,42	0,43	0,45	0,47	0,43
Margen neto	0,03	0,05	0,07	0,10	0,12	0,07
ROE	0,21	0,25	0,26	0,29	0,23	0,25
ROA y ROI	0,17	0,22	0,25	0,29	0,23	0,23

Fuente: Investigación Propia

Elaborador por: Bryan Zuleta Apunte

Análisis:

Respecto al margen bruto también hubo un incremento de 040 ctvs. A 0,47 ctvs.

Dando un promedio de 0,43 ctvs. por cada dólar que la empresa vende queda una utilidad bruta 43 centavos.

Y en lo que corresponde al ROE, ROA Y ROI

- ROE la rentabilidad sobre el capital es de 0,25 ctvs. por cada dólar generado.
- ROA la rentabilidad del activo que se genera en el presente proyecto es de 0,23 ctvs. Por cada dólar que se tiene en los activos.
- ROI la rentabilidad de la inversión que se genera en el presente proyecto es de 0,23 ctvs. Por cada dólar que se tiene en los activos.

CAPÍTULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTO

“Es otro elemento utilizado para estimar la afectación que podría padecer una organización como resultado de la ocurrencia de algún incidente o un desastre”.

(Mendoza, 2014)

6.1. Impacto Ambiental

El impacto ambiental es la alteración del ambiente causada por el trabajo del hombre o la naturaleza.

La microempresa Scatola di vino a pesar de que su producto artesanal elaborado a base de pallets reciclados lo cual aporta de manera positiva al medio ambiente, también utiliza productos como lacas y equipos eléctricos que si tienen cierto impacto negativo en el medio ambiente siendo este una de las principales medidas que se buscara reducir.

Para esto se tomarán diversas técnicas y recomendaciones.

- Se buscará concientizar al empleado de producción el uso adecuado de los equipos que utilicen electricidad el mismo que ayudar al medio ambiente.
- Hacer conciencia en los empleados en el uso correcto del agua potable ya que este es un recurso que no puede ser desperdiciado.
- Fomentar mayor iniciativa al reciclaje y cuidado del medio ambiente en la presentación del producto.
- Incentivar a los empleados de la microempresa a usar de manera adecuada los basureros y desechos.

6.2. Impacto Económico

Es la realización del plan de negocios que va a aportar al crecimiento económico local e internacional.

El impacto económico que tendrá la microempresa será positivo debido a que se generaran nuevas fuentes de empleo además que aportara con la matriz productiva del país.

- Brindará oportunidades de empleo para los habitantes del sector.
- Contribuirá a un mejor desarrollo económico a largo y mediano plazo.
- Incentiva al crecimiento económico del sector y del país.
- Las utilidades que genere la microempresa estarán destinadas a la reinversión la misma que ayudara al crecimiento de la microempresa y poder contratar más personal.

6.3. Impacto Productivo

El impacto productivo de la microempresa será positiva debido a que se refleja el empeño y esfuerzo de todos los empleados para poder sobresalir en el mercado.

- El impacto productivo principal de la microempresa es que la materia prima es netamente ecuatoriana.
- La microempresa aportara conocimientos beneficios tanto a nivel personal como colectivo.

6.4. Impacto Social

El impacto social que tendrá la microempresa será positiva debido a que aportará al crecimiento socioeconómico de los pobladores del sector de la Libertad.

- Aportará a que disminuya el desempleo en el país.
- Dara oportunidades a jóvenes y adultos de tener un empleo fijo.
- Incentivara al crecimiento tanto socioeconómico.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- A lo largo de la investigación se pudo determinar que la microempresa será rentable a largo y corto plazo obteniendo sus mejores ganancias a partir del 5 año de funcionamiento de la misma.
- Gracias a las técnicas utilizadas en el estudio de mercado se logró conocer la aceptación del producto, oferta, demanda del mismo.
- Con la implementación de la microempresa se llegó a concluir que será fuente de empleo, para los pobladores del sector de la Libertad además de que portará a la matriz productiva del país.
- El estudio técnico ayudo a determinar la capacidad óptima, instalada, localización adecuada y la cantidad de equipos que se necesitan para poner en marcha el proyecto.
- El estudio financiero permitió determinar que el proyecto es rentable y viable dando como resultados un VAN, TIR, RBC beneficioso para el funcionamiento óptimo de la microempresa.

7.2. Recomendaciones

- Buscar nuevas estrategias para el área de producción y ventas para obtener resultados beneficiosos.
- Incursionar con otras empresas del país para poder trabajar de la mano y beneficiarse mutuamente.

- Estar al tanto del cambio del mercado para poder estar al nivel del mismo.
- Realizar capacitaciones al personal para estar un paso adelante.
- Innovar el producto constantemente para que se mantenga en el mercado.
- Realizar un nuevo estudio para determinar la oferta y demanda actual.

BIBLIOGRAFÍA

- Abril. (22 de mayo de 2011). Economía. Obtenido de economía:
<http://economyacbtis.blogspot.com/2011/05/concepto-de-bienes-y-servicios.html>
- Arcia, i. (30 de marzo de 2011). Gestion administrativa. Obtenido de gestion administrativa: <http://gestion-admtiva.blogspot.com/>
- Armstrong. (2012). Marketing. En armstrong, marketing (pág. 62). Prentice hall. Obtenido de promonegocios.
- Artur. (13 de noviembre de 2013). Crece negocios. Obtenido de crece negocios: <https://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>
- Córdova, s. O. (2013). Guia del estudio de mercado para la evaluacion de proyectos. Santiago de chile.
- Enriquez, p. (2013). Demanda. Mexico.
- Espinosa, r. (29 de julio de 2013). Welcome to the new marketing. Obtenido de welcome to the new marketing:
<https://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Girondella, l. (14 de diciembre de 2016). Contrapeso.info. Obtenido de contrapeso.info: <https://contrapeso.info/2016/que-es-competencia-economica/>
- Lopez, y. (5 de agosto de 2013). Gestionpolis. Obtenido de gestionpolis: <https://www.gestiopolis.com/filosofia-organizacional-y-su-importancia/>
- Malhotra, n. (2013). Investigación de mercados. Mexico: pearson educacion.
- Martin, a. (2015). Filosofía de marketing orientación al mercado. Dspc.

- Pedrosa, j. (2015). Economipedia. Obtenido de economipedia:
<http://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Peiro, a. (2015). Economipedia. Obtenido de economipedia:
<http://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Rico, v. (2017). Estudio de mercado.org. Obtenido de estudio de mercado.org:
https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html
- Sevillano, m. (23 de enero de 2017). Isotools. Obtenido de isotools:
<http://info.isotools.org/contactar>
- Tamayo, m. (2012). El proceso de investigacion cientifica . Mexico: noriega editores.
- Verón, i. (5 de septiembre de 2012). Guiaempresaxxi. Obtenido de guiaempresaxxi: <http://www.guiaempresaxxi.com/gestion/docs-definicion-de-gestion-comercial.html>
- Aguaza, B. O. (2012). Coste-Beneficio. eXtoikos.
- Altamirano, J. A. (2016). Apuntes de Contabilidad de Costos. Quinta Edición Contabilidad de Costos.
- Brieva, F. J. (2014). La TIR, una Herramienta De Cuidado. Chile: Index.
- Burguillo, R. V. (8 de Agosto de 2016). Economipedia. Obtenido de Economipedia:
<http://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html>
- Cabia, D. L. (2015). Economipedia. Obtenido de Economipedia:
<http://economipedia.com/definiciones/fuente-de-financiacion.html>
- Cano, F. M. (9 de Octubre de 2015). Choice Grupo. Obtenido de Choice Grupo: <https://blog.choice.es/2015/10/gastos-administrativos-y-su-optimizacion/>

- Cantalapiedra, M. (12 de Diciembre de 2011). Academia MAT. Obtenido de Academia MAT: <http://www.academiamat.com/descarga/65.pdf>
- Garzón, A. (10 de Febrero de 2017). Academia. Recuperado el 05 de Julio de 2017, de Academia.edu:
http://www.academia.edu/6967011/TIPOS_DE_INVERSI%C3%93N_EN_PROYECTOS_DE_INVERSI%C3%93N
- Hernández, I. B. (1 de Julio de 2011). www.uaeh.edu.mx. Obtenido de www.uaeh.edu.mx:
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones.pdf
- Jumbo, A. (13 de Octubre de 2012). Lacontabilidaddecostosenlavirtualidad. Obtenido de Lacontabilidaddecostosenlavirtualidad:
<http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com/2012/10/el-punto-de-equilibrio.html>
- Kiziryan, M. (17 de Junio de 2015). Economipedia. Obtenido de Economipedia: <http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>
- Martínez, L. (2015). Expansion.com. Obtenido de Expansion.com:
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/amortizacion-financiera.html>
- Mayorga, D. C. (2011). Contabilidad básica. Ambato: facultad de ciencias humanas, carrera turismo y hotelería.
- Mendoza, M. Á. (6 de Noviembre de 2014). welivesecurity. Obtenido de welivesecurity: <https://www.welivesecurity.com/la-es/2014/11/06/business-impact-analysis-bia/>

- Parra, B. (7 de Noviembre de 2015). Prezi. Obtenido de Prezi:
<https://prezi.com/qtnbje9aw1wg/gastos-e-ingresos-operacionales-y-no-operacinales/>
- Rodriguez, A. (20 de Junio de 2018). ie Business School. Obtenido de ie Business School: <https://www.cuidatudinero.com/13122539/gastos-de-venta-vs-gastos-administrativos>
- Salas. (7 de Julio de 2014). www.uv.mx. Obtenido de www.uv.mx:
<https://www.uv.mx/personal/alsalas/files/2014/09/gastos-indirectos-de-produccion.pdf>
- Vázquez, R. (23 de Octubre de 2014). Economipedia. Obtenido de Economipedia: <http://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>
- Velayos, V. (12 de Julio de 2017). Economipedia. Obtenido de Economipedia: <http://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Zambrano, Y. (1 de Julio de 2015). Prezi. Obtenido de Prezi:
<https://prezi.com/aqv-5eoaiqlg/estado-de-situacion-inicial/>
- Zutter, G. &. (2012). Principios de Administracion Financiera. Ciudad Juarez : Pearson Education, Inc.

ANEXOS

Anexos 1.RUC

1716537341 001

Cédula de ciudadanía

RUC

Anexos 2.Patente Municipal

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Formulario de Inscripción y Actualización del Registro Actividades Económicas Tributarias
RAET - PERSONAS NATURALES



Fecha:

A. IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE				
APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS:				
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:				
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:				
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL:				
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS:				
B. DATOS UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE				
DOMICILIO TRIBUTARIO				
PARROQUIA:				
BARRIO:				
CALLE PRINCIPAL:				
No. CASA:				
INTERSECCIÓN:				
CORREO ELECTRÓNICO:				
TELÉFONO 1:	TELÉFONO 2:	TELÉFONO 3:		
POSEE ESTABLECIMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:	SI	NO	No. DE ESTABLECIMIENTOS QUE POSEE:	
No. PREDIO (S) DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:				
C. EN CASO DE ARTESANOS				
No. DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:				
FECHA DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:				
FECHA DE CADUCIDAD DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:				
D. EN CASO DE DE PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES				
No. DE CARNÉ CONADIS:				
FECHA DE CALIFICACIÓN:				
PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD:				



Firma del Contribuyente

APOYAR AL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PORTA VINOS Y COPAS UBICADA EN EL SECTOR SUR PARROQUIA LA LIBERTAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

Anexos 4. Registro de Artesanos

Formulario de Registro de Artesanos



1 Introducción 2 **Generales** 3 Talleres 4 Locales 5 Capacitación 6 Archivos

Datos Generales

Opción de Registro:

Datos Generales

Apellido paterno: <input type="text" value="Apellido paterno"/>	Apellido materno: <input type="text" value="Apellido materno"/>	Nombres: <input type="text" value="Nombres"/>	Fecha nacimiento: <input type="text" value="Formato: DD-MM-AAAA"/>
Tipo identificación: <input type="text" value="CEDULA"/>	Identificación: <input type="text" value="Identificación"/>	Tipo visa: <input type="text" value="NO APLICA"/>	Nacionalidad: <input type="text" value="ECUADOR"/>
Lugar nacimiento: <input type="text" value="Lugar nacimiento"/>	Grupo sanguíneo: <input type="text" value="A+"/>	Estado civil: <input type="text" value="CASADO(A)"/>	Género: <input type="text" value="FEMENINO"/>
Tipo instrucción: <input type="text" value="PRIMARIA COMPLETA"/>	Auto-definición Etnica: <input type="text" value="NO APLICA"/>	Detalle Auto-definición Etnica: <input type="text" value="NO APLICA"/>	

Dirección de Domicilio

Provincia: <input type="text" value="....."/>	Cantón: <input type="text" value="....."/>	Parroquia: <input type="text" value="....."/>	Calle: <input type="text" value="Calle"/>
No. casa: <input type="text" value="No. casa"/>	Intersección: <input type="text" value="Intersección"/>	Edificio: <input type="text" value="Edificio"/>	Piso: <input type="text" value="Piso"/>

Discapacidad

Tipo discapacidad: <input type="text" value="NO APLICA"/>	Porcentaje discapacidad: <input type="text" value="Porcentaje discapacidad"/>	Carnet discapacidad: <input type="text" value="Carnet discapacidad"/>
--------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------

Hijos y dependientes

Hijos hombres: <input type="text" value="0"/>	Hijos mujeres: <input type="text" value="0"/>
--------------------------------------------------	--------------------------------------------------

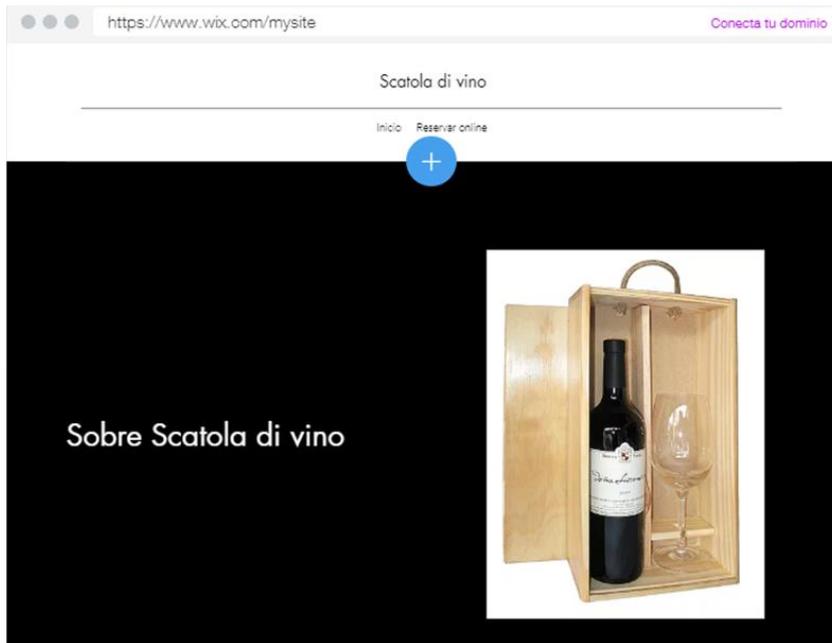
Datos de Contacto

Email: <input type="text" value="Email"/>	Teléfono convencional: <input type="text" value="Teléfono convencional"/>	Teléfono celular: <input type="text" value="Teléfono celular"/>	Operadora celular: <input type="text" value="CLARO"/>
Tipo movilidad: <input type="text" value="TRANSPORTE PRIVADO"/>	Rama artesanal: <input type="text" value="390904 - ADORNOS PARA EL HOGAR"/>	Tiene título artesanal: <input type="checkbox"/>	

Gremio

Agregado: <input type="checkbox"/>	Nombre del Gremio: <input type="text" value="Nombre del Gremio"/>
Cantidad integrantes Gremio: <input type="text" value="Cantidad"/>	Fecha ingreso Gremio: <input type="text" value="Fecha: DD-MM-AAAA"/>
Clasificación Gremio: <input type="text" value="NO APLICA"/>	Carácter Gremio: <input type="text" value="NO APLICA"/>

Anexos 5. Página Web



Anexos 6. Redes Sociales



Anexos 7. Encuesta



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA

PROYECTO PORTA VINOS



Encuesta

Con la presente encuesta se pretende conocer el grado de aceptación en el mercado del producto “Porta Vinos Scatola di vino” a base de material reciclado Indicar con una X la respuesta.

1.- ¿Está de acuerdo usted con el reciclaje?

Si

No

2.- ¿Está usted de acuerdo con la implementación de la microempresa de Porta Vinos artesanal “Scatola di vino”?

Si

No

3. ¿A escuchado usted acerca de porta vinos elaborados a base de material reciclado?

Si

No

4.- ¿Le gustaría comprar a usted un Porta Vino?

Si

No

5.- ¿En qué lugares le gustaría comprar los Porta Vinos?

Centros Comerciales

Basares

Tiendas

Supermercados

6.- ¿Qué factor influyen al momento de su compra?

Calidad

Precio

Presentación

Otros

7.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?

3.00 a 6.00

6.00 a 9.00

9.00 a 12.00

12.00 a 15.00

8.- ¿Por qué medios le gustaría recibir información acerca del producto?

Anuncios

Redes Sociales

Periódico

Revistas

Muchas Gracias por su colaboración

Anexos 8. Método Francés

Periodo	Saldo inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo final
0	0	0	0	0	3000
1	3000	50	79	29	2970
2	2970	50	79	30	2940
3	2940	49	79	30	2910
4	2910	48	79	31	2879
5	2879	48	79	31	2847
6	2847	47	79	32	2815
7	2815	47	79	33	2783
8	2783	46	79	33	2750
9	2750	46	79	34	2716
10	2716	45	79	34	2682
11	2682	45	79	35	2647
12	2647	44	79	35	2612
13	2612	44	79	36	2576
14	2576	43	79	37	2539
15	2539	42	79	37	2502
16	2502	42	79	38	2464
17	2464	41	79	38	2426
18	2426	40	79	39	2387
19	2387	40	79	40	2347
20	2347	39	79	40	2307
21	2307	38	79	41	2266
22	2266	38	79	42	2224
23	2224	37	79	42	2182
24	2182	36	79	43	2138
25	2138	36	79	44	2095
26	2095	35	79	45	2050
27	2050	34	79	45	2005
28	2005	33	79	46	1959
29	1959	33	79	47	1912
30	1912	32	79	48	1864
31	1864	31	79	48	1816
32	1816	30	79	49	1767
33	1767	29	79	50	1717
34	1717	29	79	51	1666
35	1666	28	79	52	1614
36	1614	27	79	53	1561
37	1561	26	79	53	1508
38	1508	25	79	54	1454
39	1454	24	79	55	1398
40	1398	23	79	56	1342
41	1342	22	79	57	1285

APOYAR AL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PORTA VINOS Y COPAS UBICADA EN EL SECTOR SUR PARROQUIA LA LIBERTAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018

42	1285	21	79	58	1227
43	1227	20	79	59	1168
44	1168	19	79	60	1108
45	1108	18	79	61	1047
46	1047	17	79	62	985
47	985	16	79	63	922
48	922	15	79	64	858
49	858	14	79	65	793
50	793	13	79	66	726
51	726	12	79	67	659
52	659	11	79	68	591
53	591	10	79	70	521
54	521	9	79	71	450
55	450	8	79	72	378
56	378	6	79	73	305
57	305	5	79	74	231
58	231	4	79	76	155
59	155	3	79	77	78
60	78	1	79	78	0

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Bryan Alexander Zuleta.pdf (D43249087)
Submitted: 10/30/2018 3:11:00 AM
Submitted By: alexxzuleta10@gmail.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

Guido Efraín Pilco Buñay.pdf (D30298396)
<http://gestion-admtiva.blogspot.com/>
<https://www.crecenegocios.com/el-analisis-del->
<https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo->
<http://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
<http://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html>
<http://economipedia.com/definiciones/fuente-de-financiacion.html>
<https://blog.choice.es/2015/10/gastos-administrativos-y-su->
<http://www.academiamat.com/descarga/65.pdf>
http://www.academia.edu/6967011/TIPOS_DE_INVERSI%C3%93
<https://prezi.com/aqv-5eoaiqlg/estado-de-situacion-inicial/>

Instances where selected sources appear:

34



ANTONIO ZABALA Z.
TUTOR

30-OCTUBRE-2018

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **ZULETA APUNTE BRYAN ALEXANDER**, portador de la cédula de identidad N° 1717411423, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 31 de octubre del 2018



14 NOV 2018
Marela

Sra. Mariela Balseca
CAJA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Francisco Salas Ms
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN
Admin. Bancaria y Financiera



BIBLIOTECA

Ing. William Parra
BIBLIOTECA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

14 NOV 2018

9.65
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"



Ing. María Fernanda Burga
DIRECTOR DE CARRERA
Admin. Bancaria y Financiera



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA

Sra. Cristina Chuqui
SECRETARÍA ACADÉMICA