



CARRERA:

ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y PRODUCCIÓN

DESARROLLAR EL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
CREACIÓN DE MUÑECAS PERSONALIZADAS EN EL
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Proyecto de Factibilidad previo la obtención del título de
Tecnólogo en Administración Industrial y de la Producción.

Autora: Nelly Elizabeth Torres Bravo

Tutor: Ing. Ricardo Cevallos

Quito: Octubre - 2014



DECLARATORIA

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

Nelly Elizabeth Torres Bravo

CC 171448290-6

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Nelly Elizabeth Torres Bravo**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Industrial y de la Producción que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo Industrial y de la Producción, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **“DESARROLLAR EL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y CREACIÓN DE MUÑECAS PERSONALIZADAS EN EL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del proyecto realizado descrito en la cláusula anterior a favor

del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.).

Establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del proyecto antes mencionado que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del proyecto a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y



a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 13 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) _____

C.C. N° 171448290-6

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO



CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Nelly Elizabeth Torres Bravo alumna de la Escuela de Administración Industrial y de la Producción, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior “Cordillera”.

CC 171448290-6



AGRADECIMIENTO

Hoy puedo decir que los resultados de un objetivo planteado se logran. Como no estar agradecida con Dios con mi familia en estos momentos de alegría, orgullo y satisfacción por culminar esta linda y dura etapa académica. Agradezco a mi esposo Javier por todo su apoyo, mis hijos Bryan y Brenda por ser testigos fieles y parte de este reto que lo fui viviendo. Gracias mi linda familia los amo mucho. Tengo que dar las gracias a todas aquellas personas que también fueron parte de este proceso como lo fueron mis maestros quienes impartieron sus conocimientos, como lo fue el Ing. Fausto Soria un gran ser humano, mi amiga Gaby que estuvo alimentándome a no decaer, a mi Jefa Mary por ser el pilar de motivación en esta última etapa, a Doña Mónica quien me ha dado todo el soporte con sus guías y consejos en este proyecto, a mi madre, a mis hermanos y sobrinos que me han compartido de cerca estas emociones, a Javier Simbaña quien fue parte fundamental para la culminación de este proyecto, a mi suegra Martha que siempre estuvo al pendiente de mí y mi familia. Y como no dar gracias al ITSCO por la apertura y enseñanza obtenida, que ahora me convierte en una competente profesional en el campo laboral.

Gracias Totales!



DEDICATORIA

Empiezo dedicando este proyecto a Dios por ser mi escudo protector, permitiéndome conseguir este objetivo. Y en especial a mi bella familia a quienes amo con todo mi corazón y son la razón de mi vida. A mi esposo Javier por brindarme su apoyo en esta etapa, por entender, comprender el esfuerzo y empeño que me propuse. A mis hijos Bryan y Brenda, que son mi inspiración mi lucha, constancia y perseverancia, de poder demostrarles que en la vida nada es fácil, todo requiere de un sacrificio y eso ha sido tener que estar en las aulas, llenándome de conocimiento para poder brindarles un mejor estilo de vida el día de mañana. También hago un auto dedicación a mi persona por la valentía de poder conseguir lo que hace tres años me propuse y que ahora lo he logrado!

Todo lo puedo en Cristo, que me fortalece

Nelly Torres



INDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
INDICE GENERAL.....	ix
INDICE DE TABLAS	xvii
INDICE DE FIGURAS.....	xxi
ABSTRACT	xxiii
CAPITULO I.....	1
1.01.INTRODUCCIÓN.....	1
1.01.01.JUSTIFICACIÓN.....	2
1.02. ANTECEDENTES	3
CAPITULO II	6
2.01. ANÁLISIS SITUACIONAL	6
2.01.01. AMBIENTE INTERNO Y EXTERNO.....	6
2. 01.01.01 Factor económico.....	6
2.01.01.02 Inflación	6



2.01.01.03. Tasa de Interés	8
2.01.01.02.01. Tasa Activa	8
2.01.01.02.02. Tasa Pasiva	9
2.01.03. PIB	10
2.01.03.01. LA BALANZA COMERCIAL	11
2. 01.04. Factor social.....	12
2. 01.04.01. Población	12
2.01.05. Factor legal	13
2. 01.05. 01. Cámara Artesanal de Quito.....	13
2. 01.05.02. JUNTA NACIONAL DEL ARTESANO.....	14
2. 01.05. 03. RUC ARTESANAL	16
2. 01.05.04. PATENTE MUNICIPAL	16
2.01.06. Factor tecnológico.....	17
2.02. Entorno Local	18
2.03.01. Clientes	18
2.03.02. Proveedores.....	18
2.02.03. Competidores	19
2.02.03.01. Competencia Directa.....	19
2.02.03.02. Competencia Indirecta	20



2.03. ANÁLISIS INTERNO	20
2.03.01. Filosofía Corporativa	21
2.03.01.01. Misión	21
2.03.01.02. Visión.....	21
2.03.01.03. Objetivos	21
2.03.01.03.01. Objetivo General.....	21
2.03.01.03.02. Objetivos Específicos	21
2.03.01.03.03. Principios y Valores	22
2.03.01.03.04. Políticas.....	22
2.03.02. Gestión Administrativa	23
2.03.02.01. PLANEACIÓN.....	23
2.03.02.02. ORGANIZACIÓN.....	24
2.03.02.03. DIRECCIÓN.....	25
2.03.02.04. CONTROL.....	25
2.03.02.05. Gestión Operativa	26
2.03.02.06. Gestión Comercial	26
2.03.02.06.01. Producto	27
2.03.02.06.01.01. Marca	28
2.03.02.06.02. Precio	29



2.03.02.06.03. Plaza.....	29
2.03.02.06.04. Promoción.....	29
2.03.02.06.04.01. Publicidad	30
2.03.02.06.04.01.01. Logotipo.....	31
2.04. ANÁLISIS FODA	33
2.04.01. FORTALEZAS	33
❖ Producto innovador, no realizado por la competencia	33
❖ Personal profesional	33
❖ Gran conocimiento en producción	33
❖ Solo se necesita del vellón para todo tipo de diseño	33
❖ Conocimiento administrativo, operativo y financiero.....	33
❖ Creatividad y habilidad para realizar los diseños.....	34
2.04.02. DEBILIDADES	34
2.04.03. AMENAZAS	34
2.04.04. OPORTUNIDADES	34
CAPITULO III	35
3.01. ANÁLISIS DE CONSUMIDOR.....	35
3.01.01. Determinación de la población y muestra.....	35
3.01.01.01. Población	35



3.01.01.02. Muestra:	36
3.01.02. Técnicas de obtención de la información	36
3.01.03. Análisis de la Información	38
3.01.03. 01.Resultados de la encuesta	38
3.02. DEMANDA.....	52
3.03.01. Demanda histórica	53
3.03.02. Demanda Actual y Demanda Proyectada	53
3.04. OFERTA	53
3.02.01. Oferta histórica	54
3.02.02. Oferta actual y Oferta Proyectada.....	54
3.04. BALANCE OFERTA DEMANDA ACTUAL Y PROYECTADO	54
CAPITULO IV:.....	55
4.01. ESTUDIO TÉCNICO.....	55
4.01.01. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	55
4.01.01.01. Capacidad instalada	55
4.01.02. Capacidad Optima.....	56
4.02.02. LOCALIZACIÓN.....	56
4.02.02.01. Macro localización.....	56
4.02.02. 02. Micro localización y localización óptima.....	57



4.03 Distribución de la planta.....	58
4.03.01. Proceso productivo.	58
4.03.02. Simbología del diagrama de flujo	59
4.03.04. Maquinaria y Equipos	60
CAPITULO V:	61
5.01. ESTUDIO FINANCIERO	61
5.01.01. INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	61
5.01.01. Ingresos Operacionales	62
5.01.01.01. Materia Prima Directa.....	62
5.01.01.02. Mano de Obra Directa.....	62
5.01.01.03. Costos Indirectos de Fabricación	62
5.01.01.04. Ingresos	63
5.01.01.04. Ingresos Proyectados	63
5.01.02. INGRESOS NO OPERACIONALES	63
5.02.01. COSTOS	64
5.02.01. Costos Directos	64
5.02.01. 01. Costos Directos de Fabricación	64
5.02.02. Costos Indirectos.....	64
5.02.03. Gastos Administrativos.....	65



5.02.04. Costos de Ventas.....	66
5.02.05. Costos Financieros.....	67
La siguiente tabla muestra la tasa de interés, plazos y pagos a realizarse.	67
5.02.06. Costos Fijos y variables	68
5.02.06.01. Costos Fijos.....	68
5.02.06.02. Costo variable	68
5.0.3. INVERSIONES	69
5.03.01 Inversión fija.....	69
5.03.01.01 Activos fijos.....	69
5.03.02. Capital de trabajo	71
5.03.02. 01. Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos	71
5.03.03. Amortización de financiamiento (tabla de amortización).....	72
5.03.03.01. Depreciaciones (tabla de depreciaciones).....	72
5.03.04. Estado de situación inicial	73
5.03.04.01. Estado de resultados proyectado a cinco años	74
5.03.04.02. Flujo de caja.....	74
5.03.05. EVALUACIÓN	75
5.03.05.01. (TMAR) Tasa de Descuento	75
5.03.05.01.01. Tasa de descuento	76



5.03.05.02. VAN.....	76
5.03.05.03. TIR	77
5.03.05.04. PRI (periodo de recuperación de la inversión)	77
5.03.05.05. RBC (relación costo beneficio).....	78
5.03.05.06. Punto de equilibrio.....	79
5.03.05.07. Análisis financieros.....	80
CAPITULO VI: ANÁLISIS DE IMPACTOS	81
CAPITULO VII:	83
7.01. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	83
Bibliography.....	84



INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tasa de Inflación.....	7
Tabla 2 Tasa Activa	8
Tabla 3 Tasa Pasiva.....	9
Tabla 4 Proveedores	19
Tabla 5 Competencia Directa.....	19
Tabla 6 Competencia Indirecta	20
Tabla 7 Cronograma Administrativo	23
Tabla 8 Producto al cliente.....	28
Tabla 9 Fortalezas vs Amenazas	33
Tabla 10 Oportunidades vs Amenazas.....	33
Tabla 11 Datos de la Población.....	35
Tabla 12 Fórmula para la Muestra	36
Tabla 13 Resultado de la Muestra.....	36
Tabla 14 Preguntas Encuesta	37
Tabla 15 Resultado edad	39
Tabla 16 Resultado Género.....	39
Tabla 17 Resultado Estado Civil.....	40
Tabla 18 Resultado Lugar de Residencia.....	40
Tabla 19 Resultado Ocupación	41
Tabla 20 Primera Pregunta de la Encuesta.....	42
Tabla 21 Segunda Pregunta de la Encuesta.....	43



Tabla 22 Tercera Pregunta de la Encuesta	44
Tabla 23 Cuarta Pregunta de la Encuesta.....	45
Tabla 24 Quinta Pregunta de la Encuesta	46
Tabla 25 Sexta Pregunta de la Encuesta	47
Tabla 26 Séptima Pregunta de la Encuesta	48
Tabla 27 Octava Pregunta de la Encuesta	49
Tabla 28 Novena Pregunta de la Encuesta.....	50
Tabla 29 Décima Pregunta de la Encuesta.....	51
Tabla 30 Datos totales de la encuesta	52
Tabla 31 Demanda Actual Demanda Proyectada.....	53
Tabla 32 Oferta proyectada.....	54
Tabla 33 Demanda Insatisfecha	54
Tabla 34 Diseño de procesos.....	55
Tabla 35 Capacidad Instalada	56
Tabla 36 Capacidad óptima.....	56
Tabla 37 Macro localización.....	56
Tabla 38 Simbología de diagrama de flujo	59
Tabla 39 Materia Prima Directa.....	62
Tabla 40 Mano de Obra Directa.....	62
Tabla 41 Costos Indirectos de Fabricación	62
Tabla 42 Ingresos del Proyecto	63
Tabla 43 Ingresos Proyectados.....	63



Tabla 44 Costos Directos	64
Tabla 45 Total Costos Indirectos	65
Tabla 46 Gastos Administrativos	66
Tabla 47 Otros Gastos Administrativos	66
Tabla 48 Gastos proyectados	66
Tabla 49 Gastos Ventas.....	67
Tabla 50 Gastos Ventas Proyectados	67
Tabla 51 Tasa de interés bancaria	67
Tabla 52 Costo Fijo.....	68
Tabla 53 Costo Variable.....	68
Tabla 54 Determinación del financiamiento	70
Tabla 55 Diferidos o Nominales Aspecto Legal.....	71
Tabla 56 Capital de Trabajo.....	71
Tabla 57 Usos de Fondos	71
Tabla 58 Financiamiento.....	72
Tabla 59 Depreciaciones	73
Tabla 60 Estado de Situación Inicial.....	73
Tabla 61 Estado de Resultados	74
Tabla 62 Flujo de Caja	75
Tabla 63 TASA %.....	76
Tabla 64 Van	76
Tabla 65 TIR	77



Tabla 66 Porcentaje del TIR	77
Tabla 67 PRI	77
Tabla 68 Relación Costo Beneficio	78
Tabla 69 Punto de Equilibrio Mensual	79
Tabla 70 Datos para Punto de Equilibrio	79

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Tipos de Inflación	7
Figura 2 Inflación Anual	7
Figura 3 PIB	10
Figura 4 Saldo Balanza.....	11
Figura 5 Población	12
Figura 6 Estatuto Artesanal.....	14
Figura 7 Formulario de Patente.....	17
Figura 8 Organigrama Empresarial	24
Figura 9 Las cuatro P	27
Figura 10 Sitio del giro del negocio	29
Figura 11 Logotipo.....	31
Figura 12 Hoja Membretada y Figura 13 Carpeta Catálogo.....	32
Figura 14 Tarjeta de Presentación y Figura 15 Empaque de Producto	32
Figura 16 Llavero.....	32
Figura 17 Resultado edad.....	39
Figura 18 Resultado Género	39
Figura 19 Resultado Estado Civil	40
Figura 20 Resultado Lugar de Residencia	40
Figura 21 Resultado Ocupación	41
Figura 22 Primera Pregunta de la Encuesta	42
Figura 23 Segunda Pregunta de la Encuesta	43



Figura 24 Tercera Pregunta de la Encuesta.....	44
Figura 25 Cuarta Pregunta de la Encuesta	45
Figura 26 Quinta Pregunta de la Encuesta	46
Figura 27 Sexta Pregunta de la Encuesta	47
Figura 28 Séptima Pregunta de la Encuesta.....	48
Figura 29 Octava Pregunta de la Encuesta.....	49
Figura 30 Novena Pregunta de la Encuesta.....	50
Figura 31 Décima Pregunta de la Encuesta.....	51
Figura 32 Demanda	53
Figura 33 Oferta grafica	53
Figura 34 Macro localización Parroquias	56
Figura 35 San Antonio Mitad del Mundo	57
Figura 36 Mitad de Mundo micro localización.....	57
Figura 37 Distribución de Planta NewTissue.....	58
Figura 38 Flujograma de Proceso Productivo	59
Figura 39 Maquinaria y Equipo	60
Figura 40 Punto de Equilibrio	79
Figura 41 Medio Ambiente	82



ABSTRACT

The craft development in Ecuador aims to conserve their traditions, customs, and cultural values that the community can make a difference in the Matrix Production in Spain.

This project proposes, defines the development of clean production in favor of the environment, on the feedstock used. A sparing to get this project to the public mind with handcrafted alternatives, contributing to the development of our country.

For the following it has several tools as sources of information, electronic media (internet), the materials needed for this activity.

The dolls have a characteristic representing the people who acquire them. The importance of this project is to generate a source of employment and entrepreneurship for those who implement this handmade product.



CAPITULO I

1.01.INTRODUCCIÓN

El desarrollo artesanal en el Ecuador tiene como finalidad la conservación de sus tradiciones, costumbres, valores culturales que la comunidad pueda aportar al cambio de la Matriz Productiva en nuestro país.

Este proyecto plantea, delimita el desarrollo de una producción limpia a favor del medio ambiente, sobre la materia prima a utilizarse. Aspirando a llegar con este proyecto a la mente de los ciudadanos con alternativas artesanales, aportando al desarrollo de nuestro país.

Para el siguiente se cuenta con varias herramientas como fuentes de información, medios electrónicos (internet), los materiales necesarios para dicha actividad.

Las muñecas tendrán una característica propia representando a las personas que las adquieran. La importancia en este proyecto es generar una fuente de empleo y emprendimiento para quienes lo pongan en práctica este producto artesanal.

1.01.01. JUSTIFICACIÓN

Se justifica este proyecto mediante un estudio de factibilidad, a través de la creación de una empresa que aporte en el campo artesanal como fuente de ingreso y generador de empleo, mediante la elaboración y creación de muñecas personalizadas. Caracterizándose por sus diversas tendencias y diseños originales, llevándose a cabo en el sector norte de la ciudad de Quito.

Con el fin de incursionar en el mercado local que a la vez permita la gran acogida de clientes exigentes de un producto que satisfaga sus gustos y detalles para propios y ajenos. Siendo un referente muy importante el Plan Nacional del Buen Vivir, en la actualidad se impulsa la creación de pequeñas, medianas y grandes empresas. Que favorecen el campo artesanal en nuestro país.

Este proyecto está basado en la iniciativa propia, de crear diseños personalizados que se diferencien del resto, por su innovador material como lo es el fieltro o vellón, realizando una investigación a fondo del vellón, en nuestro país no se realiza este tipo de actividad o manualidades, el cual llama mucho la atención.

Existen muchos factores en beneficio a este proyecto en lo que respecta otras alternativas o productos competentes, por ejemplo si hablamos de muñecas, son realizados en foami, madera, yeso, tela etc.

Pero el consumo de materiales a utilizar como, pintura, silicón, marcadores, pinceles, hilos, tijeras, moldes, etc. lo que conlleva a la búsqueda de varios proveedores. Con en este proyecto se pretende aportar con el cambio de la Matriz Productiva, como el objetivo 10 lo dice, para ser parte de los nuevos emprendedores que el país requiere en la actualidad. Con nuevos desafíos de alta productividad, competitivos, sostenibles con visión territorial e inclusión económica. Siendo el sector industrial el más importante y valioso. Sobre todo cuando contamos con materia prima natural, se convierte en una baja inversión que a la vez genera una rentabilidad sostenible.

Mediante la utilización de técnicas artesanales elaboradas a mano, con un proceso sencillo y óptimo, a esto se suma el conocimiento profesional alcanzando las destrezas y habilidades necesarias.

1.02. ANTECEDENTES

Se puede decir que la elaboración de muñecas ha sido una trascendencia que ha ido evolucionando día a día, posesionándose en la mente de chicos y grandes a la vez convirtiéndose no solo en una idea sino más bien de ir mejorando diseños más personalizados, resaltando las características personales convirtiéndose en muñecas personalizadas.

Hoy en día existen variedad de estilos y materiales muy conocidos, de cierta manera que pasan a ser parecidos unos a otros y van convirtiéndose en comunes, por los materiales utilizados como son el foami, fieltro, lana, madera, yeso, etc.

En este proyecto lo que se va a utilizar para la elaboración de las muñecas personalizadas como material innovador, es el vellón o también conocido como fieltro. Se los puede identificar por cualquiera de estos dos nombres ya que la única variación entre ellos sería la contextura que no varía mucho uno con otro.

Mucha gente podría pensar que el fieltro es algo nuevo porque se ha puesto de moda en los últimos años pero lo cierto es que a lo que estamos asistiendo es solamente al resurgimiento de este útil material.

Fue ya en la Prehistoria cuando se comenzó a utilizar el fieltro. Se trata de primer material textil creado por el hombre, mucho antes de aprender a tejer o hilar, y es que hasta entonces sólo se vestía con cueros, pieles y lana. Hay varias teorías de cómo pudo descubrirse, pero todas coinciden en que fue algo casual. Cuentan que los animales al frotarse contra los árboles dejaban pelo enganchado y apelmazado que pudo ser origen o idea para luego aprender a fielttrar la lana. También se cree que la ropa y calzado que vestían estos hombres primitivos, hecha de vellón, o incluso las sillas de montar, al moverse creaba una fricción que junto con la humedad del sudor creaba una tela fielttrada y compactas

Aunque no sepamos a ciencia cierta cómo fue, existen hallazgos que certifican esta antigüedad, los objetos más ancianos se encontraron en Turquía y Mongolia y son del Neolítico (6500-5000 a.C.). En el museo del Hermitage de San Petersburgo (Rusia), podemos encontrar diversos objetos de fieltro de esa época. Durante siglos se ha utilizado para confeccionar multitud de objetos o prendas y desde la revolución industrial se ha producido con grandes máquinas que mezclan lana con otras fibras

En los últimos años se ha revalorizado el uso de fieltro elaborado de la manera tradicional, es decir, fabricado manualmente y con lana. Tiene una calidad totalmente

Superior a la fabricada industrialmente, se utiliza principalmente para fabricar objetos artesanales. (<http://www.fieltro.org/historia>)

Para su elaboración es necesario lana principalmente; si ésta la observáramos en un microscopio podríamos ver que sus fibras están formadas por pequeñas escamas que cubren toda su epidermis. Aprovechando esta propiedad, las fibras son tratadas (con adhesivo, fusión por calor, disolución o prensado mecánico) de manera que dichas escamas diminutas se entrelazan formando una red que produce un tejido resistente, uniforme e indeformable.

Finalmente se le añaden colorantes, así podemos encontrar fieltro para nuestros trabajos de cualquier color que nos imaginemos. Al contrario de lo que pueda parecer, todo este proceso es mucho más simple. En definitiva objetos que serán reutilizados dados la durabilidad de este material y que son una buena alternativa a envoltorios desechables. Además como añadidura ecológica diremos que el fieltro es 100% reciclable al provenir de fibras naturales. Hay artistas y diseñadores jóvenes que lo han convertido en el centro de sus trabajos. Otras personas, por hobbies y con el gusto por lo artesanal y el DIY (Do It Yourself – Hazlo Tú Mismo) (<http://www.fieltro.org/que-es>)

CAPITULO II

2.01. ANÁLISIS SITUACIONAL

El análisis situacional es un estudio minucioso que nos indica cómo se proyecta la empresa en su entorno, con factores internos y externos.

2.01.01. AMBIENTE INTERNO Y EXTERNO

Toda organización representa un sistema abierto que utiliza diferentes tipos de recursos provenientes de su entorno.

El entorno inmediato y general, se encuentra estructurado por una serie de variables, en donde se deben tomar decisiones y medidas oportunas para adaptarse a los frecuentes y rápidos cambios que se presenten. (Medio externo economico, 2012)

2. 01.01.01 Factor económico

Un factor económico aprovecha la demanda de un producto o servicio que dispone una empresa para crecer, caso contrario si pasa por una crisis la demanda disminuye.

2.01.01.02 Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a parti (Negocios, La promoción de producto, 2014)r de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento.

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

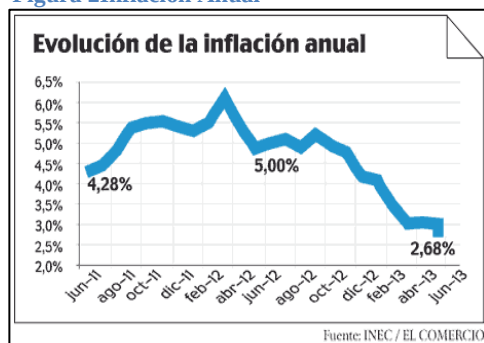
Tabla 1 Tasa de Inflación

ECHA	VALOR
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %

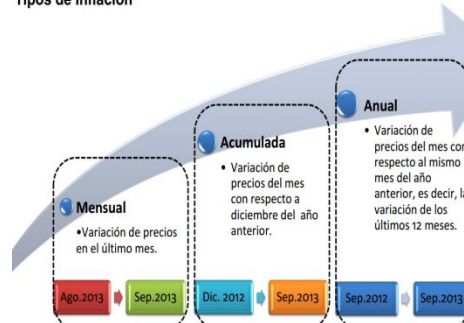
FUENTE: B.C.E

Figura 1 Tipos de Inflación

Figura 2 Inflación Anual



Tipos de Inflación



ANÁLISIS: Según los datos obtenidos los últimos años en el Ecuador la inflación ha mostrado un equilibrio moderado cual representa una Amenaza a este proyecto por depender de los precios si existen altos y bajos, que pueden disminuir la adquisición de clientes.

2.01.01.03. Tasa de Interés

“Es un porcentaje que se traduce en un monto de dinero, mediante el cual se paga por el uso del dinero. Es un monto de dinero que normalmente corresponde a un porcentaje de la operación de dinero que se esté realizando.” (facil)

2.01.01.02.01. Tasa Activa

Las tasas activas son los porcentajes que las entidades financieras cobran por otorgar un crédito a sus clientes, generando rentabilidad financiera.

Tabla 2 Tasa Activa

FECHA	VALOR
Octubre-31-2014	8.34 %
Septiembre-30-2014	7.86 %
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %

Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %
Diciembre-31-2012	8.17 %
Noviembre-30-2012	8.17 %

Fuente B.C.E

2.01.01.02.02. Tasa Pasiva

Son valores que las entidades financieras otorgan por el dinero captado a través de cuentas de ahorros.

Tabla 3 Tasa Pasiva

FECHA	VALOR
Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	4.53 %
Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	4.53 %
Enero-31-2013	4.53 %
Diciembre-31-2012	4.53 %
Noviembre-30-2012	4.53 %

Fuente B.C.E

Análisis: Según los datos obtenidos de las tasas de interés representan una Amenaza de alto impacto por tener que depender de las entidades financieras al momento de realizar un proyecto mismo que no se podría acceder fácilmente a los préstamos.

2.01.03. PIB

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

Figura 3 PIB

PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL ECUADOR 2010-2013				
AÑOS	2010 (p)	2011 (p)	2012 (p)	2013 (prev)
<i>Miles de dólares de 2007</i>				
<i>PIB ramas petroleras</i>	<i>6.591.049</i>	<i>6.891.756</i>	<i>6.794.739</i>	<i>7.015.846</i>
<i>PIB ramas no petroleras</i>	<i>47.076.717</i>	<i>50.616.022</i>	<i>53.456.391</i>	<i>56.400.260</i>
<i>Otros elementos del PIB</i>	<i>2.444.619</i>	<i>2.771.508</i>	<i>3.042.268</i>	<i>3.183.065</i>
<i>PIB total</i>	<i>56.112.385</i>	<i>60.279.286</i>	<i>63.293.398</i>	<i>66.599.171</i>
<i>Tasas de variación (a precios de 2007)</i>				
<i>PIB ramas petroleras</i>	<i>-3,5</i>	<i>4,6</i>	<i>-1,4</i>	<i>1,7</i>
<i>PIB ramas no petroleras</i>	<i>3,4</i>	<i>7,5</i>	<i>5,6</i>	<i>3,6</i>
<i>Otros elementos del PIB</i>	<i>10,8</i>	<i>13,4</i>	<i>9,8</i>	<i>20,1</i>
<i>PIB total</i>	<i>2,8</i>	<i>7,4</i>	<i>5,0</i>	<i>4,0</i>
<i>Miles de dólares corrientes</i>				
<i>PIB ramas petroleras</i>	<i>7.391.210</i>	<i>9.417.671</i>	<i>9.564.714</i>	<i>10.907.356</i>
<i>PIB ramas no petroleras</i>	<i>57.114.375</i>	<i>65.082.254</i>	<i>71.531.568</i>	<i>78.569.264</i>
<i>Otros elementos del PIB</i>	<i>3.306.745</i>	<i>3.331.682</i>	<i>3.585.984</i>	<i>4.100.608</i>
<i>PIB total</i>	<i>67.812.330</i>	<i>77.831.607</i>	<i>84.682.266</i>	<i>93.577.228</i>

Fuente B.C.E

ANÁLISIS: Según los datos obtenidos por el PIB, refleja un crecimiento interesante el cual nos indica que tenemos una oportunidad para el presente proyecto, de esta manera se puede contribuir con el crecimiento del país.

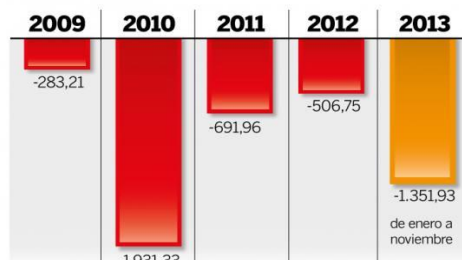
2.01.03.01. LA BALANZA COMERCIAL

También llamada balanza de mercancías. Es la representación de las exportaciones e importaciones y saldo comercial “Su saldo es expresado como la diferencia entre los ingresos por exportaciones y los gastos por importaciones” (Economía, 2009)

Figura 4 Saldos Balanza

Saldo entre IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES

-en millones de dólares-



Fuente: Banco Central del Ecuador

EL UNIVERSO



Fuente: Banco Central del Ecuador, Información Estadística Mensual, Boletín 12006

17

Fuente B.C.E

Según los indicadores de las gráficas nos muestra una variación o inestabilidad reflejando que las importaciones tienen un alto impacto lo cual se entiende que la ha existido una preferencia por productos de otros países

2. 01.04. Factor social

Al hablar del factor social en nuestro país existe diversidad de productos artesanales que han venido contribuyendo al mejoramiento de las familias. Hoy en día se puede decir que existe mucha competencia y talento en nuestro país ya que los negocios artesanales prácticamente son quienes mantienen la tradición, cultura y costumbres según el lugar al que pertenezcamos, en lo que se refiere a la elaboración muñecas artesanales se puede encontrar en madera, yeso, foami,(fofuchas) tela, etc.del cuan hay mucha competencia entre los mismos.

Con la implementación de este proyecto innovador, se quiere concientizar en las persona el valor al arte, pensando en un futuro crecer y crear fuentes de empleo, también que el talento humano sea reconocido por su esfuerzo y creatividad. Con el fin de que el producto sea reconocido por su nombre, primeramente en el sector local para luego a nivel nacional y a un futuro internacional.

2. 01.04.01. Población

Es un grupo de personas que pertenecen dentro de un determinado sector.

Figura 5 Población



www.inec.gob.ec

www.ecuadorencifras.com

ECUADOR CUENTA CON EL INEC

Figura 3 Población

POBLACIÓN Y TASAS DE CRECIMIENTO INTERCENSAL DE 2010-2001-1990 POR SEXO, SEGÚN PARROQUIAS

Código	Nombre de parroquia	2010			2001			1990			Tasa de Crecimiento Anual 2001-2010			Tasa de Crecimiento Anual 1990 - 2001		
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
170154	CALACALI	1.947	1.948	3.895	1.838	1.788	3.626	1.810	1.695	3.505	0,64%	0,95%	0,80%	0,14%	0,49%	0,31%
170177	POMASQUI	14.101	14.809	28.910	9.707	10.096	19.803	7.051	6.684	13.735	4,15%	4,26%	4,20%	2,91%	3,75%	3,33%
170180	SAN ANTONIO	15.912	16.445	32.357	9.741	10.075	19.816	6.146	6.333	12.479	5,45%	5,44%	5,45%	4,19%	4,22%	4,20%

(ERUDITOS, 2014)

Análisis: La gráfica refleja un crecimiento en la población, la cual nos permite una gran oportunidad con en este proyecto, teniendo una gran salida del producto.

2.01.05. Factor legal

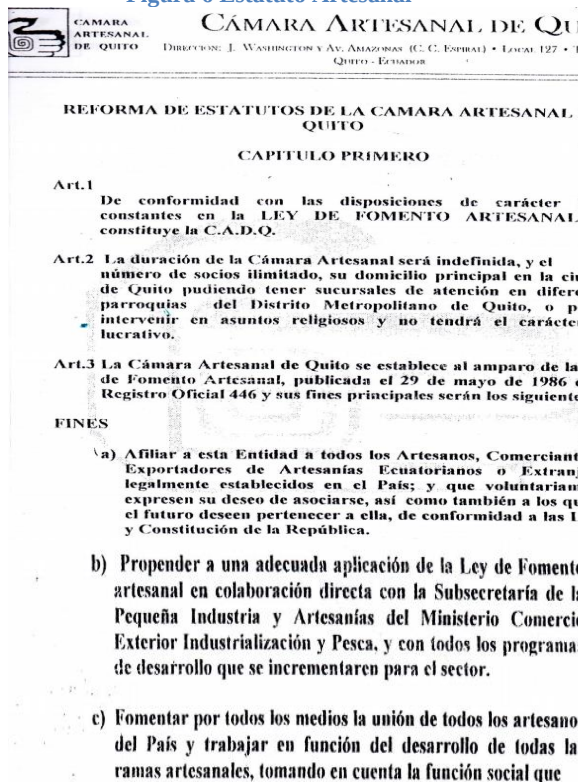
El factor legal nos indica los procedimientos que debemos conocer al momento de implementar un proyecto, ya que está ligado en normas, leyes que determine según el sector donde vaya a posesionarse la empresa. Esto puede generar un cambio en beneficio o perjuicio para las empresas, ya que según su capacidad de instalación entran a ser reguladas por las entidades competentes.

El fin que tienen estas entidades son disciplinar de cierta manera a los empleadores como a los empleados, según la actividad a realizarse, en los últimos tiempos se puede ver que se ha concientizado una cultura tributaria, una concientización con el medio ambiente, la seguridad o protección para los empleados entre otros.

2. 01.05. 01. Cámara Artesanal de Quito

La cámara artesanal de Quito brinda: Asistencia legal , financiera, contable, tributaria , seguridad social laboral instalación y legalización de talleres, ferias y exposiciones , capacitación cursos y seminarios delineados al sector artesanal con apoyo de universidades , institutos s superiores, politécnicas etc. los beneficios que brinda la Cámara artesanal de Quito a los artesanos permite mejorar sus productos y servicios para y así elevar su estándar de vida y crecer hacia la pequeña industria. (QUITO, 2014)

Figura 6 Estatuto Artesanal



✓ En caso de no tener título de artesano se debe entregar:

- Requisitos para la calificación en MIC (Taller)
- Calificación de artesano y del taller

✓ Requisitos para la afiliación a la Cámara (artesano)

2. 01.05.02. JUNTA NACIONAL DEL ARTESANO

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

Los Maestros de Taller deben solicitar periódicamente a la Junta Nacional de Defensa del Artesano la recalificación artesanal, ya que la no renovación de ésta tiene

como consecuencia que los Artesanos se desamparen de la Ley de Defensa del Artesano y por tanto del goce de los beneficios que ésta les concede.

REQUISITOS PARA LA CALIFICACIÓN Y RECALIFICACION DEL TALLER ARTESANAL

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

- 1.- Solicitud de la J.N.A (adquirir el formulario en la Junta)
- 2.- Copia del Título Artesanal
- 3.- Carnet actualizado del gremio
- 4.- Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos

autónomos

- 1.- Copia de la cédula de ciudadanía
- 2.- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)
- 3.- Foto a color tamaño carnet
- 4.- Tipo de sangre

5.- En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior (ECUADOR, 2014)

2. 01.05. 03. RUC ARTESANAL

El SRI en cumplimiento de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno reconoce únicamente a los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano para hacer uso de sus beneficios tributarios en el desarrollo de sus actividades calificadas como artesanales.

Pasos a seguir para cumplimiento de deberes formales

- Inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Emitir y entregar comprobantes de venta autorizados
- Llevar un registro de ingresos y gastos
- Presentar la declaración de impuestos que correspondan pagarlas
- Presentarse en el SRI cuando sea necesario. (SRI, 2014)

2. 01.05.04. PATENTE MUNICIPAL

Obtener el permiso de patente, todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón así también como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Hasta el 31 de Enero de cada año y tiene validez de un año.

Ley de regimiento municipal art. 381 – 386

Código municipal para el DMQ, ORDENANZA 001 Art. III 3 al III 46 (R.O No. 226 del 31 de diciembre de 1997), (R.O 234 del 29 de diciembre del 2000)

- Administración zonal correspondiente
- Administración Zonal La Delicia

Figura 7 Formulario de Patente
MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Formulario de Inscripción y Actualización del Registro Actividades Económicas Tributarias
RAET - PERSONAS NATURALES

QUITO
DISTRITO METROPOLITANO

Fecha:

A. IDENTIFICACIÓN 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			
PARRROQUIA:			
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	

(CIUDADANOS, 2012)

2.01.06. Factor tecnológico

El factor tecnológico es una herramienta necesaria e indispensable hoy en día, mediante esta herramienta podemos lograr u obtener muchos beneficios, inversión, obtención de materia prima, adquisición de nuevos clientes, indicadores y demás factores que se enlazarán para hacerlo factible.

Análisis: en este proyecto la tecnología será de gran oportunidad, necesaria como un camino de comunicación entre productor y cliente

2.02. Entorno Local

2.03.01. Clientes

Corresponden a todo individuo que consume productos o servicios, estos son quienes se convierten en el crecimiento o decrecimiento de una empresa, porque de ellos se depende que sean clientes fieles, satisfechos y no acudan a la competencia. Es donde al mismo tiempo la empresa determina la exigencia de clientes según sus requerimientos, aplicando técnicas de ventas entre otras.

En este proyecto los posibles clientes serán las familias, amistades, conocidos, recomendados y toda persona que se sume a la adquisición del producto ofertante.

2.03.02. Proveedores

Los proveedores son todas aquellas personas, entidades que nos facilitan de los materiales o insumos que vamos a necesitar para producir el producto que se va a vender

Cuando se busca un proveedor para nuestra producción hay que indagar cuales serían las ventajas que nos van a proveer como el precio, cantidad, calidad, tiempo y recurso. Para estos casos es necesario tener de uno a tres proveedores que si por alguna fuerza mayor no disponga de los insumos solicitados, tengamos a mano al otro proveedor que nos realice la entrega.

Tabla 4 Proveedores

CATEGORÍA	PROVEEDOR	PRODUCTO	DIRECCIÓN	CIUDAD
A	Manualidades MONZE	Materia prima (Vellón / Fieltro)	Estación terminal	Quito
A	Manualidades MONZE	Material (agujas)	Estación terminal	Quito
B	Manualidades mágicas	Materia prima (Vellón / Fieltro)	Parque de los recuerdos	Quito

Elaborado por Nelly Torres

2.02.03. Competidores

Son aquellas personas, empresas u organizaciones que ofrecen productos o servicios similares o casi con las mismas características de lo que se ofrece en el mercado, atrayendo a los clientes sea por su precio, calidad,

Análisis: la competencia se puede convertir en un obstáculo, para la venta de los productos ofertantes, por lo que debemos buscar medios o estrategias de mantener a nuestros clientes.

2.02.03.01. Competencia Directa

“La directa son las empresas o negocios que venden un producto o con las mismas características en el mismo mercado en el que se está, lo que hace que ambas empresas busquen a los mismos clientes para venderles lo mismo. Ejemplo: Dixan, Skip, Ariel; mismo producto diferente marca” (ORG, 2014)

Tabla 5 Competencia Directa

COMPETENCIA DIRECTA	PRODUCTO
No existe	Materia prima (Vellón / Fieltro)

Elaborado por Nelly Torres 2014

2.02.03.02. Competencia Indirecta

“La indirecta son las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente. (Ejemplo: CocaCola, Pepsi Fuze tea; en este caso el sustituto a los refrescos pueden ser las aguas o los zumos u otras bebidas.” (ORG, 2014)

Tabla 6 Competencia Indirecta

COMPETENCIA INDIRECTA	PRODUCTO	SECTOR	CIUDAD
DECOR ARTE	Fofuchas de foami, muñecas de trapo, madera	Norte	Quito
MADERAS CREATIVAS	Muñecas de madera cerámica, foami	Norte	Quito
FLOR DE BAMBU	Fofuchas de foami muñecas de tela, yeso, foami	Norte	Quito

Elaborado por Nelly Torres 2014

Análisis: Comparando entre las competencias tanto directa como indirecta, se puede determinar que el producto a presentar en este proyecto cuenta con características muy distintas a lo de la competencia, por ser un producto totalmente innovador.

2.03. ANÁLISIS INTERNO

Un análisis interno consiste en la identificación y evaluación de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de una empresa.

2.03.01. Filosofía Corporativa

New Tissue desde sus inicios actuará con dedicación, responsabilidad y detalle único en la elaboración de diseños personalizados. Garantizando la total satisfacción al cliente. El reto será un mercado permanente, mediante la perseverancia de un trabajo día tras día proporcionando versatilidad en los productos.

2.03.01.01. Misión

New Tissue producirá y comercializará diseños artesanales realizados a mano, con innovadores acabados personalizados, garantizando al cliente una total satisfacción. Permitiendo estabilizar una rentabilidad sostenible para sus fundadores.

2.03.01.02. Visión

New Tissue Se convertirá en una empresa competitiva, distinguida por la exclusividad en sus diseños con un progresivo crecimiento empresarial, profesional y personal

2.03.01.03. Objetivos

2.03.01.03.01. Objetivo General

Diseñar y presentar una línea artesanalmente alternativa mediante la elaboración de un plan de factibilidad, que permita incursionar en el mercado local y nacional.

2.03.01.03.02. Objetivos Específicos

- Determinar la oferta y demanda del producto

- Diseñar productos llamativos para grandes y chicos
- Ofrecer excelente atención al cliente

2.03.01.03.03. Principios y Valores

- **Responsabilidad:** En cada actividad a realizar
- **Respeto:** Entre clientes internos y externos
- **Integridad:** En cada uno de los colaboradores
- **Liderazgo:** Asumir objetivos planteados
- **Compromiso:** Comprometerse con la empresa a sacarla adelante
- **Solidaridad:** Darse la mano cuando otro lo necesite.
- **Equipo de trabajo:** Tener todos la misma visión empresarial

2.03.01.03.04. Políticas

Las Políticas de New Tissue, será mantener informados a los colaboradores acerca de todos los procedimientos y manejos que se lleven a cabo dentro de la empresa como:

Políticas de Calidad:

- Normas
- Reglamentos
- Procesos

Políticas Ambientales:

- Manejo adecuado de recursos

- Reciclaje

Políticas de Seguridad:

- Control de riesgos
- Capacitaciones

2.03.02. Gestión Administrativa

Según Hurtado la Gestión Administrativa dice que es “Conducción racional de actividades, esfuerzos y recursos de una organización, resultándole algo imprescindible para su supervivencia y crecimiento” (Hurtado, Darío, 2008, pág. 31)

Tabla 7 Cronograma Administrativo

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES						
ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	6
Gestionar documentación en entidades regulatorias (JNA, RUC,PATENTE)						
Posicioanmiento de la empresa						
Comunicación con proveedores						
Registro de materia prima						
Distribución de actividades a realizar						
Seguimiento de ventas						
Evaluación d						

ELABORADO POR: NELLY TORRES

2.03.02.01. PLANEACIÓN

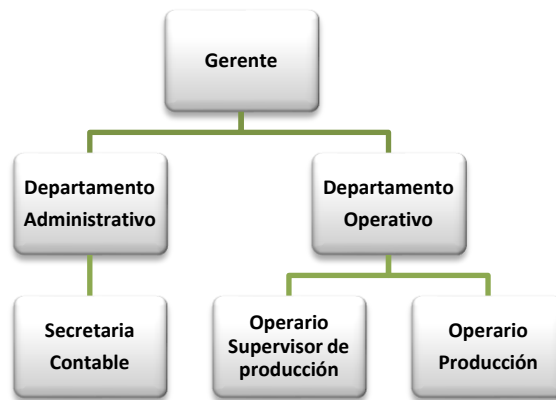
Es el inicio de un proyecto mediante el cual establecemos las metas u objetivos que hemos planteado para alcanzar dicho proyecto

- Identificar la adecuada localización para la empresa
- Definir técnicas y estrategias para un mejor servicio
- Establecer procesos de producción

2.03.02.02. ORGANIZACIÓN

La organización nos permite distribuir al personal que forma parte la empresa, para alcanzar las metas propuestas.

Figura 8 Organigrama Empresarial



Elaborado por Nelly Torres 2014

Estructura funcional

- **Gerente General:** Será quien se encargue de tomar decisiones de dirigir, controlar todas las funciones y actividades cada uno de los responsables de las diferentes áreas, su objetivo es llegar a cumplir con las metas propuestas. A la vez será quien esté en contacto directo con los proveedores.
- **Secretaria Contable:** Será quien se encargue de atender los requerimientos de los clientes, a la vez manejará documentación contable para pagos a proveedores y demás documentos financieros. Reportará al Gerente todo tipo de novedades.

- **Operario Supervisor de Producción:** Será quien se encargue de diseñar y elaborar los diseños según las exigencias del cliente, su responsabilidad será estar en constante comunicación con ventas (cantidad que pide el cliente), compras (cantidad de insumos que se requiere para la producción) y bodega (cantidad de existencias en materia prima y control de inventarios) de esta manera podrá realizar los pedidos sin inconvenientes
- **Operario Producción:** Será quien se encargue de la elaboración y empaque de los productos terminados, además llevará un control de existencias en bodega, manejará los inventarios manteniendo un orden en bodega con asignación de ubicaciones según los productos existentes y de valor monetario, a la vez tendrá la responsabilidad de estar en constante comunicación con compras para abastecerse de los insumos necesarios.

2.03.02.03. DIRECCIÓN

Se direccionará de la siguiente manera.

- Tomando decisiones
- Se dará directrices acerca de las normas y procedimientos internos de la empresa
- Se realizará reuniones con todas las áreas para determinar resultados esperados
- Se capacitará a los involucrados de cada proceso con el objetivo de mejorar

2.03.02.04. CONTROL

Se controlará de la siguiente manera.

- Manejo de bodega, es donde llega la materia prima y sale el producto terminado
- Revisión de órdenes de producción
- Definición de cantidades a producir por día y por cliente

- Control de calidad
- Supervisión a todas las áreas
- Auditorías internas para mejorar los procesos

2.03.02.05. Gestión Operativa

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

Podríamos decir que sin el nivel operativo la organización no avanza, no se mueve, no crece, es decir, es como la gasolina para el auto, sin ella no funciona el motor y no camina.

Los objetivos operativos se derivan directamente de los objetivos tácticos el nivel operativo involucra a cada una de las actividades de la cadena de valor interna. (<http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>, 2012)

New Tissue quien elaborará muñecas personalizadas de carácter artesanales, hará uso de su materia prima al cien por ciento, basándose en procesos óptimos asegurando calidad del producto desde sus inicios de elaboración hasta obtener el producto terminado

2.03.02.06. Gestión Comercial

Para la Gestión Comercial se utilizara la herramienta de Marketing mix o, producto, precio, plaza y promoción, más conocida como las cuatro P.

- Marketing mix: En marketing se utiliza herramientas para alcanzar las metas fijadas mediante estrategias o combinaciones (mix), definiéndolo “como el uso selectivo de las

diferentes variables de marketing para alcanzar los objetivos empresariales. Fue McCarthy quien a mediados del siglo XX, lo denominó la teoría de las «cuatro pes», ya que utiliza cuatro variables, cuyas iniciales en inglés empiezan por «p» (Rafael, 2014)

Product --> Producto Place --> Distribución Venta Promotion --> Promoción Price --> Precio

> Ilustración 1 MARKETING MIX / FUENTE MARKETING XXI

Figura 9 Las cuatro P



2.03.02.06.01. Producto

New Tissue ofrecerá un producto de calidad con la finalidad de satisfacer al cliente, caracterizándose por sus diseños personalizados, su realce serán sus acabados, y demás detalles que el cliente solicite.

Características del producto: El siguiente producto cuenta con diversas alternativas como, tamaños, colores, diseños, que el cliente requiera para todo tipo de obsequio, colección, adornos etc. con el más mínimo detalle por el cual serán elaborados.

Tabla 8 Producto al cliente

DISEÑOS DE MUÑECAS PERSONALIZADAS CON LO QUE EMPIEZA ESTE PROYECTO			
PRODUCTO PERSONALIZADO	CARACTERÍSTICAS	PRESENTACIÓN	PROPÓSITO
	El tamaño a realizar será según el requerimiento que el cliente lo solicite	Muñeca Embarazada ideal para obsequiar a futuras madres, quienes pasan por la etapa de gestación	El propósito de este diseño, es pensando en que el cliente lo pueda solicitar como obsequio a esa persona especial, quien lo pueda conservar como recuerdo, adorno.
	El tamaño a realizar será según el requerimiento que el cliente lo solicite	Muñeca Ama de Casa está diseñado pensando en la ama de casa que realiza sus labores cotidianas	El propósito de este diseño, es pensando en que el cliente lo pueda solicitar como obsequio a esa persona especial, quien lo pueda conservar como recuerdo, adorno.
	El tamaño a realizar será según el requerimiento que el cliente lo solicite	Muñeca Ejecutiva está diseñado pensando en la mujer ejecutiva	El propósito de este diseño, es pensando en que el cliente lo pueda solicitar como obsequio a esa persona especial, quien lo pueda conservar como recuerdo, adorno.
Se contará con un catálogo que contenga diversos diseños, en que el cliente se pueda identificar y solicitar su diseño			
ELABORADO POR: NELLY TORRES			

2.03.02.06.01.01. Marca

Se define como “La marca (marca comercial) es un nombre, término, signo, símbolo, diseño o una combinación de éstos que se le asigna a un producto para identificarlo y distinguirlo de los demás productos que existen en el merca” (Negocios, La marca de un producto, 2014)

Este proyecto tendrá la siguiente marca por la cual será reconocida.

Tissue New

2.03.02.06.02. Precio

Es el valor que tendrá cada producto este debe ser considerado no tan alto, para que el cliente puede acceder a la adquisición, este valor puede variar según las características del producto. En este proyecto los precios tendrán una variación según el diseño a realizar.

2.03.02.06.03. Plaza

Es fundamental contar con el lugar donde se va a llevar a cabo el giro del negocio. Este será el contacto directo de los clientes con la empresa

Figura 10 Sitio del giro del negocio



Fuente Eruditos Parroquias Rurales

2.03.02.06.04. Promoción

“La promoción del producto consiste en comunicar, informar, dar a conocer o hacer recordar la existencia de un producto o servicio (incluyendo sus características, atributos y beneficios) a los consumidores, así como persuadir, estimular, motivar o

inducir su compra, adquisición, consumo o uso” (Negocios, La promoción de producto, 2014).

Estrategias de promoción

Analizando las estrategias de promoción que se llevarán a cabo, se toma en cuenta fechas especiales, con esto la demanda incrementarán, lo que nos obliga dar un valor agregado

- Febrero: Mes del Amor y Amistad
- Mayo: Día de la Madre
- Junio: Día del Niño
- Junio: Día del Padre
- Noviembre: Día de los Difuntos
- Diciembre: Navidad

Otras promociones que se analizan serán si existen ocasiones o eventos especiales como

- Baby shower
- Cumpleaños
- Eventos Sociales.
- Despedidas de Solteros
- Entre otros

2.03.02.06.04.01. Publicidad

La publicidad es una técnica de promoción o comunicación que consiste en dar a conocer, informar y hacer recordar un producto o servicio al público, así como en persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso, a través del uso de una

comunicación y medios impersonales, es decir, a través de una comunicación y medios que van dirigidos a varias personas a la vez. (Negocios, como hacer publicidad, 2014)

En este proyecto es muy importante la publicidad con la que se llevará a cabo para eso contamos con el logotipo del proyecto.

2.03.02.06.04.01.01. Logotipo

Es la identidad corporativa por el cual seremos reconocidos, para la empresa este logotipo tiene un gran significado en sus palabras como en sus colores

Figura 11 Logotipo



Materiales que llevarán el logotipo de la empresa

Figura 12 Hoja Membretada



Hoja Membretada

Figura 13 Carpeta Catálogo



Carpeta de Catálogo

Figura 14 Tarjeta de Presentación



Tarjeta de presentación

Figura 15 Empaque de Producto



Empaque de productos

Figura 16 Llavero



Llavero empresarial

2.04. ANÁLISIS FODA

Se analizó los AMBIENTES INTERNO Y EXTERNO

Tabla 9 Fortalezas vs Amenazas

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Producto innovador, no realizado por la competencia	No se cuenta con una marca reconocida en el mercado
Personal profesional	Poca experiencia en el manejo de una empresa
Gran conocimiento en producción	No se consigue el material en cualquier parte
Solo se necesita del vellón para todo tipo de diseño	No contar con clientes fijos
Conocimiento administrativo, operativo y financiero	
Creatividad y habilidad para realizar los diseños	

Tabla 10 Oportunidades vs Amenazas

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
No existen productos elaborados con vellón en el mercado local	La competencia ya es reconocida en el mercado
El Gobierno Nacional impulsa a proyectos innovadores, para ser un país más productivo y emprendedor	Existencias de productos sustitutos para el cliente
Se facilitan préstamos en la entidad pública como apoyos a estos proyectos innovadores	Pérdidas de ventas cuando exista cantidad de pedidos
No se necesita de gran capital para el inicio de sus actividades	Desconocimiento de plataformas virtuales al realizar ventas online
Gran demanda en eventos y fechas especiales	

2.04.01. FORTALEZAS

- ❖ Producto innovador, no realizado por la competencia
- ❖ Personal profesional
- ❖ Gran conocimiento en producción
- ❖ Solo se necesita del vellón para todo tipo de diseño
- ❖ Conocimiento administrativo, operativo y financiero

- ❖ Creatividad y habilidad para realizar los diseños

2.04.02. DEBILIDADES

- ❖ No se cuenta con una marca reconocida en el mercado
- ❖ Poca experiencia en el manejo de una empresa
- ❖ No se consigue el material en cualquier parte
- ❖ No contar con clientes fijos

2.04.03. AMENAZAS

- ❖ La competencia ya es reconocida en el mercado
- ❖ Existencias de productos sustitutos para el cliente
- ❖ Pérdidas de ventas cuando exista cantidad de pedidos
- ❖ Desconocimiento de plataformas virtuales al realizar ventas online

2.04.04. OPORTUNIDADES

- ❖ No existen productos elaborados con vellón en el mercado actual
- ❖ El Gobierno Nacional impulsa a proyectos innovadores, para ser un país más productivo y emprendedor
- ❖ Se facilitan préstamos en la entidad pública como apoyos a estos proyectos innovadores
- ❖ No se necesita de gran capital para el inicio de sus actividades
- ❖ Gran demanda en eventos y fechas especiales

CAPITULO III

3.01. ANÁLISIS DE CONSUMIDOR

Está vinculado directamente con el consumidor (cliente), quien determina sus necesidades por gustos, preferencias y realiza las compras de los mismos. Ventajosamente estamos rodeados de una sociedad que gusta comprar cosas o productos novedosos. Analizando parte del sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, se comprueba que los consumidores buscan novedades en productos.

3.01.01. Determinación de la población y muestra

3.01.01.01. Población

Es un grupo grande de personas llamado también universo, que conforman en un determinado sector o ubicación.

Para el siguiente proyecto se ha delimitado la sectorización en el cual se llevará a cabo el mismo.

Tabla 11 Datos de la Población

Población por Parroquias	ÚLTIMO CENSO			Familias estimadas de 4 integrantes	Consumidores Potenciales
	Hombre	Mujer	Total		
POMASQUI	14.101	14.809	28910	7228	3614
SAN ANTONIO	15.912	16.445	32.357	8089	4045
CALACALI	1.947	1.948	3.895	974	487
TOTAL	31.960	33.202	65.162	16291	8145

FUENTE: (ERUDITOS, 2014)

3.01.01.02. Muestra:

Pequeña parte de una población para determinar una probabilidad

Tabla 12 Fórmula para la Muestra

FORMULA PARA MUESTRA				
N=	Universo =	Cantidad obtenida de Población		
E=	Error=	Margen permitido de error	5.00%=	(0,05)^2
		$m = \frac{N}{(N-1) (E)^2 + 1}$		
		m= Resultado obtenido mediante la fórmula		
		Elaborado por Nelly Torres		

Tabla 13 Resultado de la Muestra

OBTENCION DE LA MUESTRA				
N=	8145			
E=	5.00%=	(0,05)^2		
		$m = \frac{8145}{(8145-1) (0,05)^2 + 1}$		
		m= 381 //		
		Elaborado por Nelly Torres		

Se ha obtenido como resultado de la muestra 381, al cual se lo va a aproximar a 400 con este dato se realizará la encuestas a las personas que integran parte de estos sectores.

3.01.02. Técnicas de obtención de la información

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

Encuesta: Técnica a utilizar para la obtención de datos

Tabla 14 Preguntas Encuesta

		Instituto Tecnológico Superior Cordillera Administración Industrial y de la Producción Encuesta con fin académico	
DATOS GENERALES			
Nombres Completos			
Edad Promedio	20 a 30	()	30 a 40 ()
Género	F	()	M ()
Estado Civil	Casado	()	Soltero () U/L ()
Lugar de Residencia	Pomasqui	()	San Antonio () Calacalí ()
Ocupación			
1.)	Conoce ud de alguna empresa, taller que elabore muñecas en vellón		
	Si	()	No ()
2.)	Compra ud productos elaborados artesanalmente?		
	Si	()	No ()
3.)	Con que frecuencia adquiere usted estos productos?		
	Semanal	()	Mensual () Quincenal ()
4.)	Piensa ud que los productos artesanales son una buena adquisición?		
	Si	()	No ()
5.)	Los productos que ofrece la competencia son elaborados en?		
	Foami	()	Tela () Otros ()
6.)	Está de acuerdo con los productos que ofrece la competencia?		
	Si	()	No ()
7.)	Está de acuerdo en que se implemente en el mercado estas muñecas innovadoras?		
	Si	()	No ()
8.)	Según la idea presentada cuanto estaría dispuesto a pagar por las muñecas en vellón?		
*	\$ 4,00	()	\$ 5,00 () \$ 6,00 ()
9.)	Confirma usted que esta propuesta se la debe implementar?		
	Si	()	No ()
10.)	Cómo califica la aceptación del producto según lo demostrado?		
	Mala	()	Buena () Excelente ()
Agradeciendo el tiempo prestado para esta encuesta			

3.01.03. Análisis de la Información

Para el análisis se ha tomado en cuenta algunas características

- Determinación de la población y muestra.
- Selección del instrumento a utilizar (encuesta) para la recolección de datos
- Formato de preguntas que llevará la el cuestionario
- Ejecución de la encuesta.
- Tabulación de los resultados.
- Interpretación de datos.
- Análisis y conclusiones.

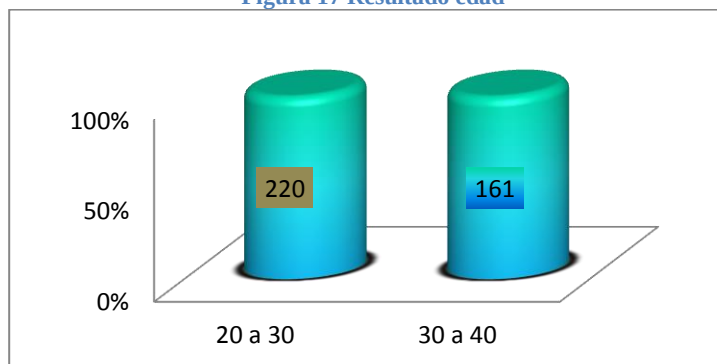
3.01.03. 01.Resultados de la encuesta

Con los datos obtenidos podremos determinar un resultado esperado.

Tabla 15 Resultado edad

Edad Promedio		
Concepto	Encuestados	Porcentaje
20 a 30	220	58%
30 a 40	161	42%
Total	381	100%

Figura 17 Resultado edad



Análisis. La gráfica indica es que existen más personas entre las edades de 20 a 30 años

Tabla 16 Resultado Género

Género		
Concepto	Encuestados	Porcentaje
F	257	67%
M	124	33%
Total	381	100%

Figura 18 Resultado Género

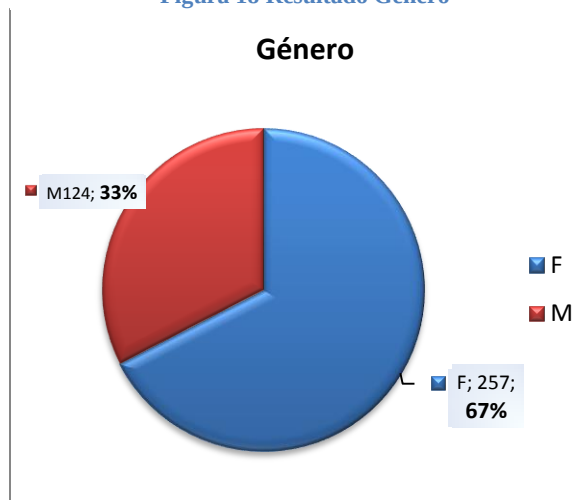
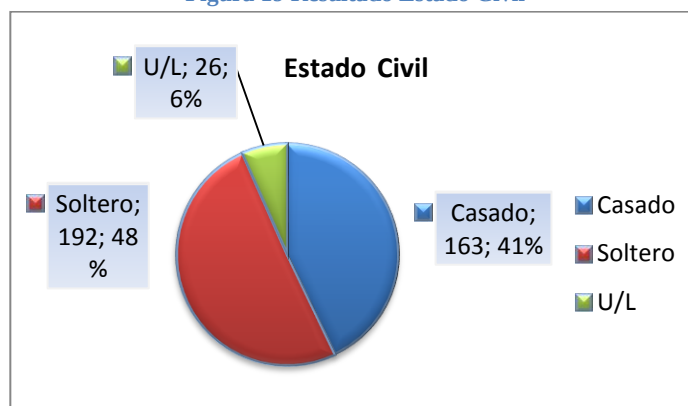


Tabla 17 Resultado Estado Civil

Estado Civil		
Concepto	Encuestados	Porcentaje
Casado	163	41%
Soltero	192	48%
U/L	26	6%
Total	381	100%

Figura 19 Resultado Estado Civil

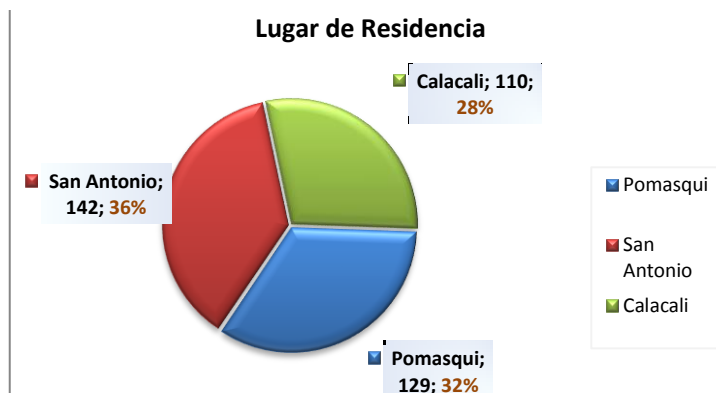


Análisis: la encuesta tienen un mayor porcentaje las personas solteras con un 48%

Tabla 18 Resultado Lugar de Residencia

Lugar de Residencia		
Concepto	Encuestados	Porcentaje
Pomasqui	129	32%
San Antonio	142	36%
Calacali	110	28%
Total	381	100%

Figura 20 Resultado Lugar de Residencia

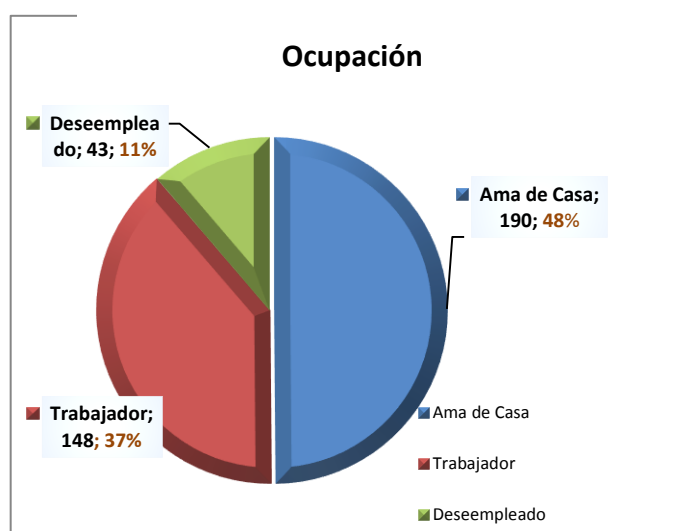


Análisis: al realizar las encuestas en las tres parroquias quien tiene más población es la Parroquia de San Antonio con un 36%

Tabla 19 Resultado Ocupación

Ocupación		
Concepto	Encuestados	Porcentaje
Ama de Casa	190	48%
Trabajador	148	37%
Desepleado	43	11%
Total	381	100%

Figura 21 Resultado Ocupación



Análisis: En esta encuesta son las Amas de casa que tiene un 48% en una ocupación

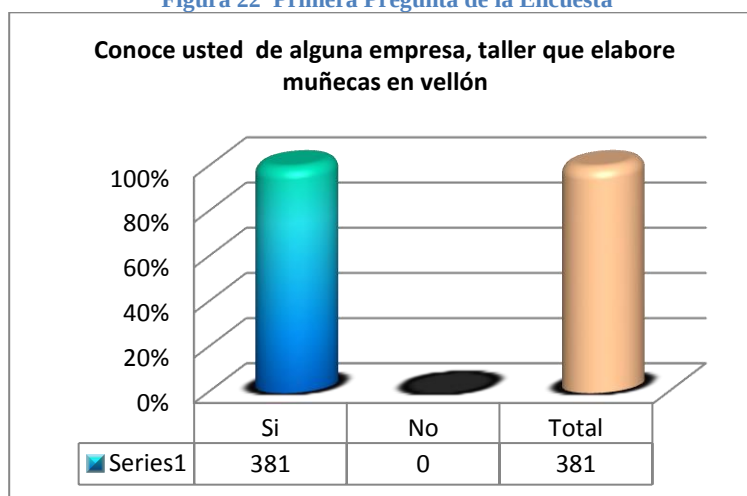
Preguntas tabuladas con datos de la encuesta

1.) Conoce usted de alguna empresa, taller que elabore muñecas en vellón

Tabla 20 Primera Pregunta de la Encuesta

Concepto	Encuestados	Porcentaje
Si	381	100%
No	0	0%
Total	381	100%

Figura 22 Primera Pregunta de la Encuesta



Análisis: Al realizar las determinadas encuestas las personas respondieron en un 100% desconocer la elaboración de este producto nuevo, lo que da apertura para incursionar en el mercado.

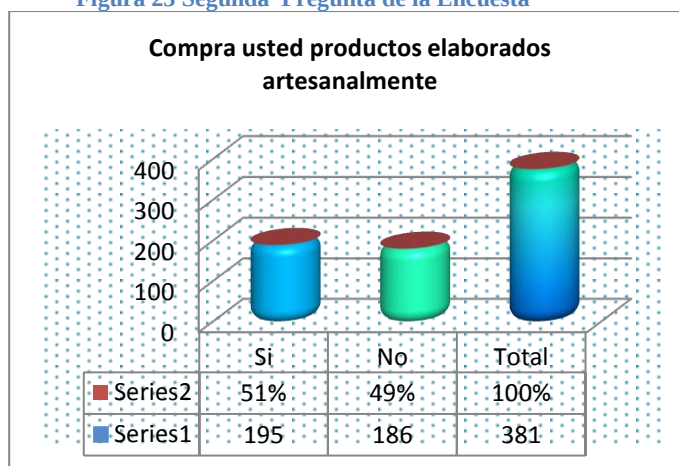
2.) Compra usted productos elaborados artesanalmente?

Tabla 21 Segunda Pregunta de la Encuesta

Concepto	Encuestados	Porcentaje
Si	195	51%
No	186	49%
Total	381	100%

Elaborado por Nelly Torres

Figura 23 Segunda Pregunta de la Encuesta



Análisis: en un 51% las personas adquieren productos artesanales, dicen que son conservadores de las costumbres y tradiciones de cada lugar.

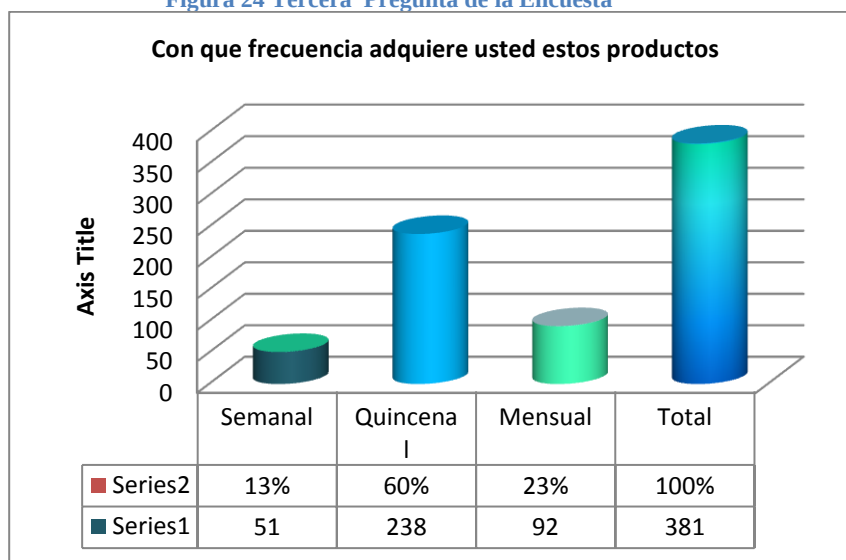
3.) Con que frecuencia adquiere usted estos productos?

Tabla 22 Tercera Pregunta de la Encuesta

Frecuencia	Encuestados	Porcentaje
Semanal	51	13%
Quincenal	238	60%
Mensual	92	23%
Total	381	100%

Elaborado por Nelly Torres

Figura 24 Tercera Pregunta de la Encuesta



Análisis. Las personas suelen comprar los productos artesanales quincenalmente ya que existen eventos continuos por costumbres en nuestra sociedad.

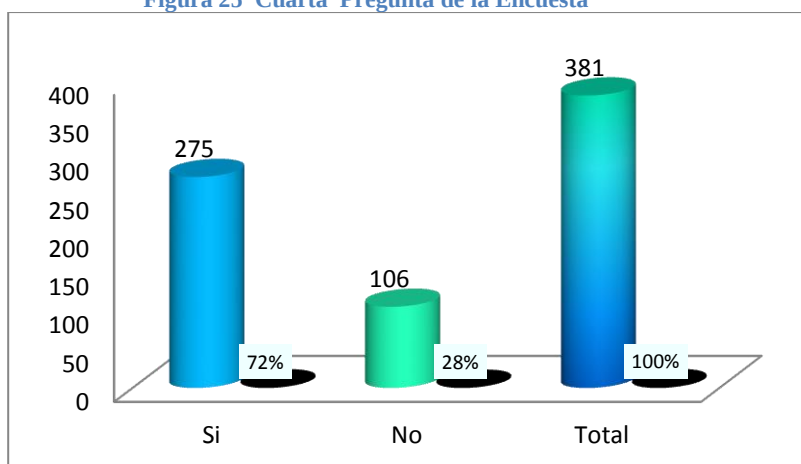
4.) Piensa usted que los productos artesanales son una buena adquisición?

Tabla 23 Cuarta Pregunta de la Encuesta

Concepto	Encuestados	Porcentaje
Si	275	72%
No	106	28%
Total	381	100%

Elaborado por Nelly Torres

Figura 25 Cuarta Pregunta de la Encuesta



Análisis: El porcentaje del 72% nos indica que si son una buena adquisición los productos artesanales y a las personas les gusta este tipo de compra por que lo conservan como un bonito recuerdo.

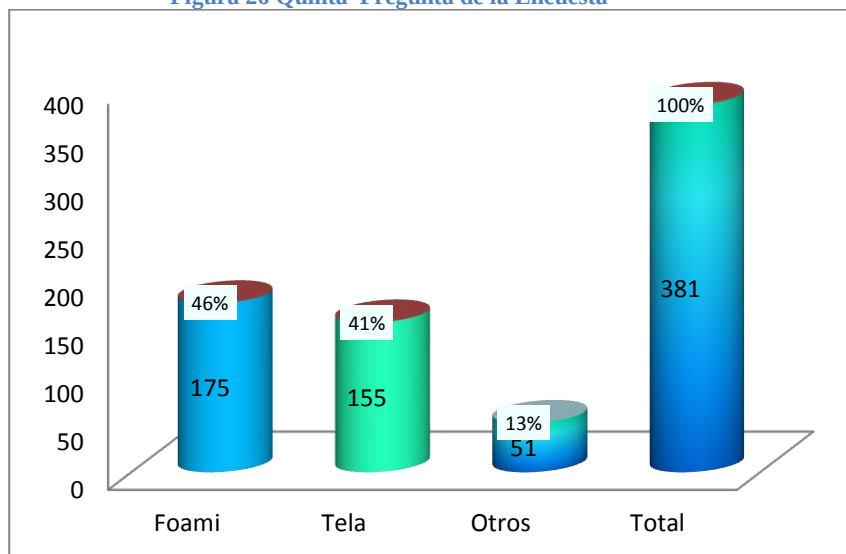
5.) Los productos que ofrece la competencia son elaborados en?

Tabla 24 Quinta Pregunta de la Encuesta

Concepto	Encuestados	Porcentaje
Foami	175	46%
Tela	155	41%
Otros	51	13%
Total	381	100%

Elaborado por Nelly Torres

Figura 26 Quinta Pregunta de la Encuesta



Análisis: Con un 46 % las personas dicen que conocen que los productos que realiza la competencia son elaborados en foami y que luego son los otros como tela, madera etc.

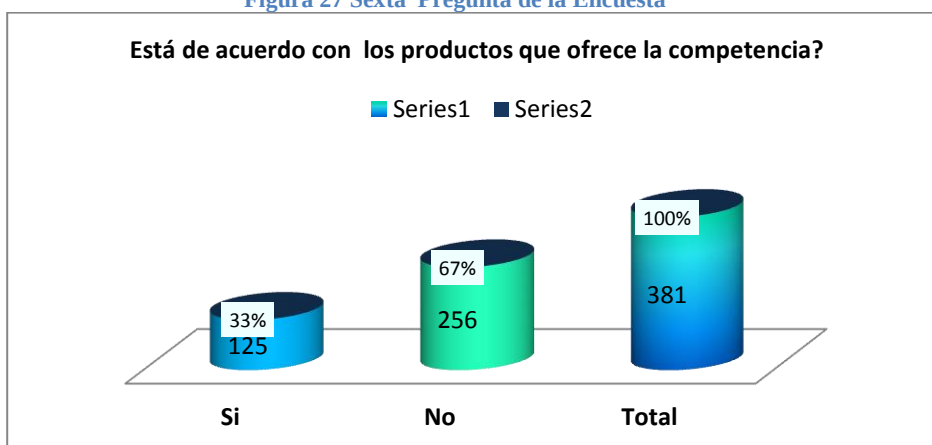
6.) Está de acuerdo con los productos que ofrece la competencia?

Tabla 25 Sexta Pregunta de la Encuesta

Competencia	Encuestados	Porcentaje
Si	125	33%
No	256	67%
Total	381	100%

Elaborado por Nelly Torres

Figura 27 Sexta Pregunta de la Encuesta



Análisis: al realizar la pregunta si están de acuerdo con los productos que ofrecen la competencia con un 67% las personas supieron decir que no, ya que al ofrecerles un producto innovador lo acogieron positivamente.

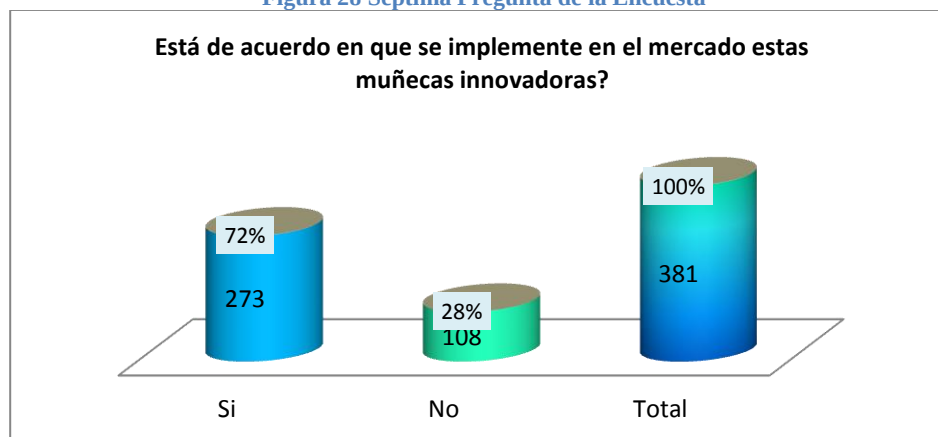
7.) Está de acuerdo en que se implemente en el mercado estas muñecas innovadoras?

Tabla 26 Séptima Pregunta de la Encuesta

Aceptación	Encuestados	Porcentaje
Si	273	72%
No	108	28%
Total	381	100%

Elaborado por Nelly Torres

Figura 28 Séptima Pregunta de la Encuesta



Análisis: Al preguntarles la implementación de estas muñecas al mercado actual las personas acogieron con un 72% , lo que es un buen porcentaje para este proyecto planteado.

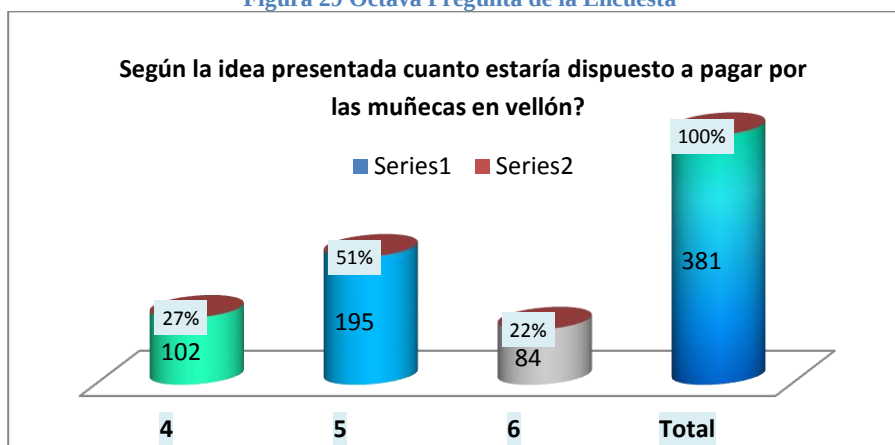
8.) Según la idea presentada cuanto estaría dispuesto a pagar por las muñecas en vellón?

Tabla 27 Octava Pregunta de la Encuesta

Precio	Encuestados	Porcentaje
4,00	102	27%
5,00	195	51%
6,00	84	22%
Total	381	100%

Elaborado por Nelly Torres

Figura 29 Octava Pregunta de la Encuesta



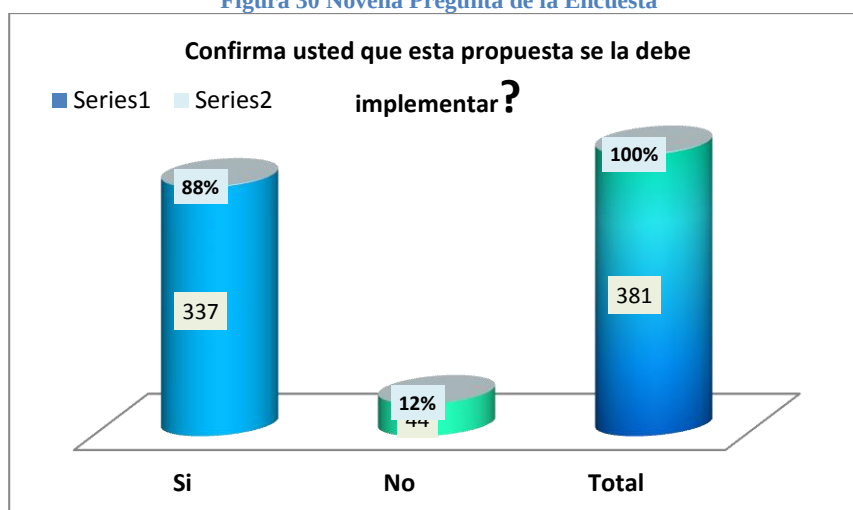
Análisis: Con un 51% las personas dicen que el valor para la adquisición de estas muñecas estaría en \$5.00, como un precio conveniente en comparación a la competencia que es más caro.

9.) Confirma usted que esta propuesta se la debe implementar?

Tabla 28 Novena Pregunta de la Encuesta

Concepto	Población	Porcentaje
Si	337	88%
No	44	12%
Total	381	100%

Figura 30 Novena Pregunta de la Encuesta



Análisis: Se obtiene un buen resultado correspondiente al 88% de personas que dicen que esta propuesta se la implemente al mercado.

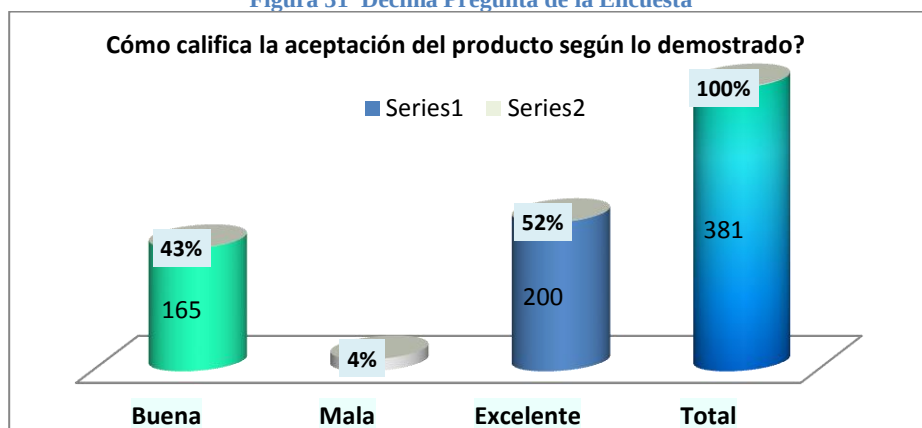
10.) Cómo califica la aceptación del producto según lo demostrado?

Tabla 29 Décima Pregunta de la Encuesta

Concepto	Encuestados	Porcentaje
Buena	165	43%
Mala	16	4%
Excelente	200	52%
Total	381	100%

Elaborado por Nelly Torres

Figura 31 Décima Pregunta de la Encuesta



Análisis: Según los datos obtenidos en esta encuesta se puede determinar que las personas no conocen este novedoso producto que se está ofertando en el presente proyecto. Dijeron conocer de productos artesanales que ofrece la competencia pero que los precios son altos, sobretodo que es muy repetitivo. Sobre este producto lo que les pareció muy novedoso es el material, la creatividad y su costo, quienes apoyaron la implementación de este producto con una aceptación favorable.

Se ha tomado los datos de la encuesta realizada para determinar la demanda insatisfecha a cinco años futuro, tomando como población parte del Sector Norte de Quito (Pomasqui, San Antonio y Calacalí) que es de 65162, el producto es para adquisición familiar (Estimado de 4 integrantes por familia) así como tamaño de la muestra 381 habitantes (considerando los consumidores potenciales (2))

Tabla 30 Datos totales de la encuesta

ACEPTACIÓN		
CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	273	71,7%
NO	108	28,3%
TOTAL	381	100,0%

La Población:	8145,25
Aceptación	5836,360236
Frecuencia	3645,810331
Precio	5,00 \$
Demanda actual	18229,05

FRECUENCIA		
CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEMANAL	51	13,4%
QUINCENAL	238	62,5%
MENSUAL	92	24,1%
TOTAL	381	100,0%

PRECIO		
CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 4,00 \$	102	26,77%
DE 5,00 \$	195	51,18%
DE 6,00 \$	84	22,05%
TOTAL	381	100,00%

COMPETENCIA		
CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	125	32,81%
NO	256	67,19%
TOTAL	381	100,00%

3.02. DEMANDA

Es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado.

Figura 32 Demanda



3.03.01. Demanda histórica

Por ser un producto nuevo en el mercado no se cuenta con un dato histórico.

3.03.02. Demanda Actual y Demanda Proyectada

Tabla 31 Demanda Actual Demanda Proyectada

DEMANDA PROYECTADA			
Año	Demanda actual	Tasa de crecimiento Sector Manufacturero	Demanda proyectada
2014 (año base)	18229,05166	1,077	19632,68863
2015	19632,68863	1,077	21144,40566
2016	21144,40566	1,077	22772,52489
2017	22772,52489	1,077	24526,00931
2018	24526,00931	1,077	26414,51203
2019	26414,51203	1,077	28448,42945

3.04. OFERTA

La oferta es una cierta cantidad de bienes o servicios (productos), que una organización o personas los ponen a la venta. aumenta la cantidad ofrecida.” (Navarro)

Figura 33 Oferta grafica



3.02.01. Oferta histórica

Por ser un producto nuevo no cuenta con una oferta histórica

3.02.02. Oferta actual y Oferta Proyectada

Tabla 32 Oferta proyectada

PROYECCIÓN DE LA OFERTA			
Año	Demanda proyectada	Tasa de aceptación Competencia	Oferta proyectada
2015	21144,40566	0,3281	6937,479497
2016	22772,52489	0,3281	7471,665418
2017	24526,00931	0,3281	8046,983655
2018	26414,51203	0,3281	8666,601397
2019	28448,42945	0,3281	9333,929704

Elaborado por Nelly Torres / Fuente material académico

3.04. BALANCE OFERTA DEMANDA ACTUAL Y PROYECTADO

Para determinar el balance entre la oferta y demanda es necesario establecer la brecha entre las mismas, lo que se llama Demanda Insatisfecha.

Tabla 33 Demanda Insatisfecha

CALCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
2015	21144,40566	6937,479497	14206,92616
2016	22772,52489	7471,665418	15300,85948
2017	24526,00931	8046,983655	16479,02566
2018	26414,51203	8666,601397	17747,91063
2019	28448,42945	9333,929704	19114,49975

Elaborado por Nelly Torres

CAPITULO IV:

4.01. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción. (Fer, estudio tecnico, 2014)

4.01.01. TAMAÑO DEL PROYECTO

4.01.01.01. Capacidad instalada

Diseño de los procesos

Tabla 34 Diseño de procesos

	transporte
	demora
	almacenamiento
	tarea
	inspección
Tiemp real demanda	suma total de los minutos del mes
Tiemp real disponible	20*8*60*0,90

Elaborado por Nelly Torres

Simbología de procesos

Tabla 35 Capacidad Instalada

CAPACIDAD INSTALADA DE PROCESOS			
ACTIVIDADES	SÍMBOLOS	TIEMPOS	OBSERVACIONES
Recepción de materiales		30	recepcion de materia prima
control de calidad		30	verificación del material
Elaboración de muñecas		60	creacion de diseños
Empacado del producto		5	empaque por cada muñeca
Elaborado por Nelly Torres			

4.01.02. Capacidad Optima

Tabla 36 Capacidad óptima

EVALUACION DE CAPACIDAD DE INSTALADA						
ACTIVIDAD	Frecuencia	# Veces	unit. (minutos)	al mes (min)	Supervisor	Operario
Recepción de materiales	q	1	1	30	30	x
control de calidad	d	20	2	60	2400	x
Elaboración de muñecas	d	20	32	48	30720	x
Empacado del producto	d	20	32	5	3200	x
Tiemp real deman				36350	30750	5600
Tiemp real disponi				8640	8640	8640
ICI(TR/TD)*100				420,72	355,90	64,81
# personas				4,21	3,56	0,65
				4 al 100%	3 al 100%	1 al 65%
				1 al 21%	1 al 56%	

4.02.02. LOCALIZACIÓN

La localización está dada por el sitio donde se llevará a cabo el proyecto.

4.02.02.01. Macro localización

Tabla 37 Macro localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Cantón	Quito
Parroquias	Pomasqui
	San Antonio
	Calacalí
Sector	Norte

Elaborado por Nelly Torres

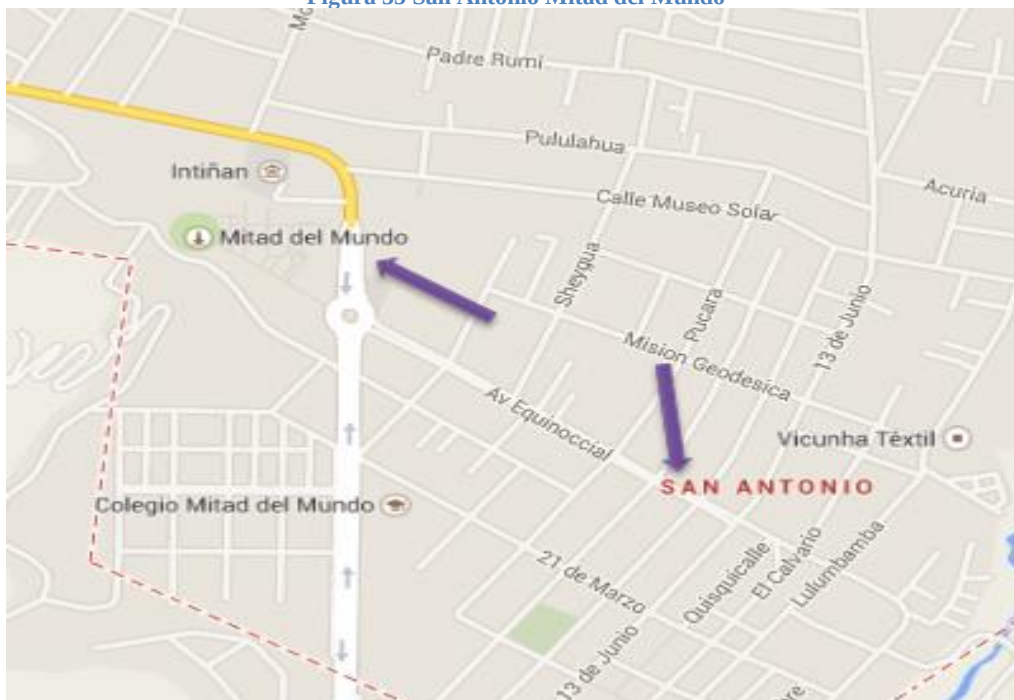
Figura 34 Macro localización Parroquias



4.02.02. 02. Micro localización y localización óptima

Esto es el lugar directo donde estará situada la empresa y que factores cuentan a su contorno. Esta se encontrará en la Av. Manuel Córdova Galarza (Mitad de Mundo)

Figura 35 San Antonio Mitad del Mundo



(googlemaps, 2014)

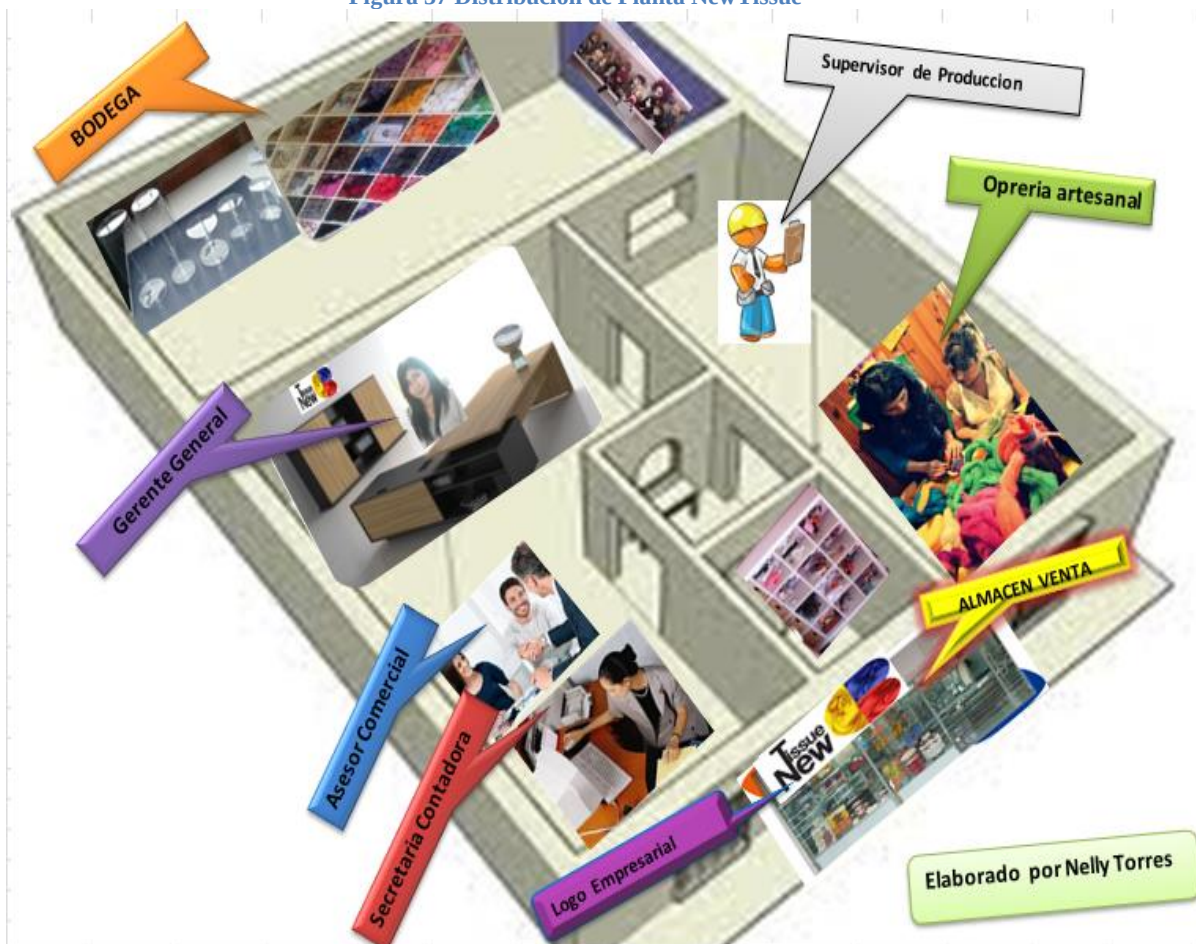
Figura 36 Mitad de Mundo micro localización



4.03 Distribución de la planta

Para la distribución de la planta se ha tomado en cuenta los factores que componen la Organización como: Gerente, Secretaria – Contadora, Asesor Comercial, Supervisor y Coordinador de bodega.

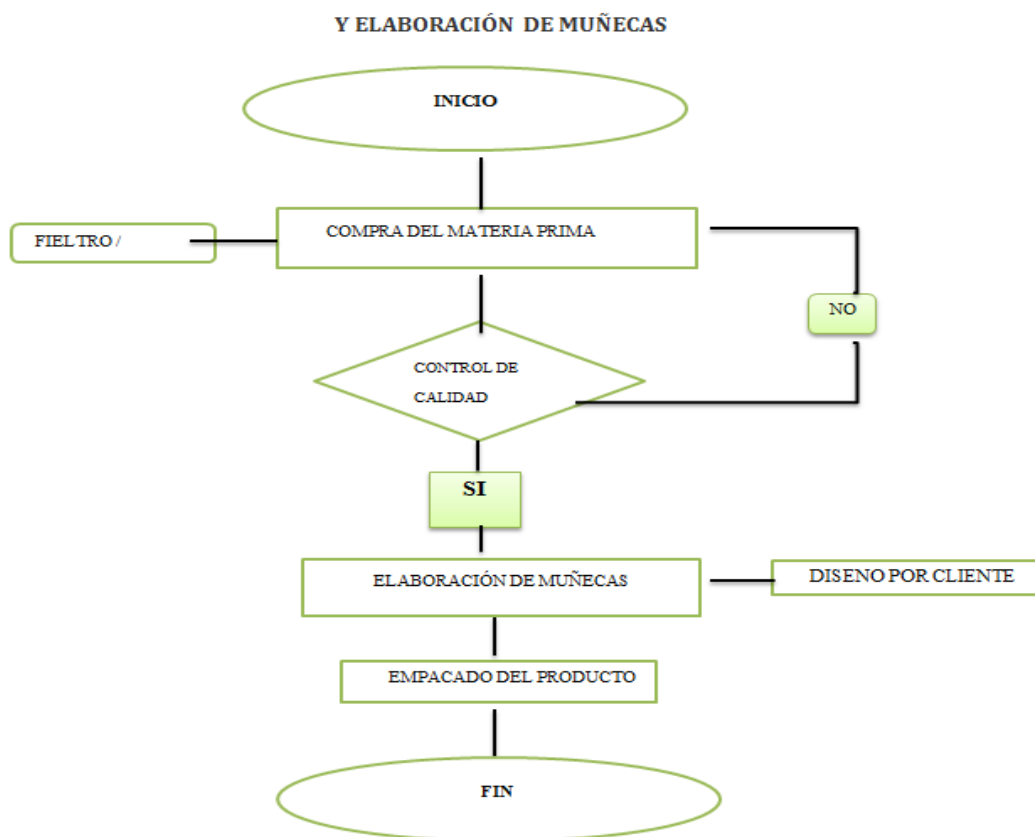
Figura 37 Distribución de Planta NewTissue



4.03.01. Proceso productivo.

Es la guía o camino, desde un inicio un final para el resultado de un producto terminado los cuales deben pasar por ciertos procesos.

Figura 38 Flujoograma de Proceso Productivo
FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE LA MATERIA PRIMA



4.03.02. Simbología del diagrama de flujo

Tabla 38 Simbología de diagrama de flujo

	Operación	Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos.
	Transporte	Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora
	Demora	Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente.
	Almacenamiento	Tanto la materia prima, productos en proceso o producto terminado
	Inspección	Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto terminado

4.03.04. Maquinaria y Equipos

Figura 39 Maquinaria y Equipo

Descripción	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
activos fijos			
terreno	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
infraestructura	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
vehículo	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
TOTAL FIJOS			\$ 4.200,00
1.MAQUINARIA Y EQUIPOS			
balanza	1	\$ 25,00	\$ 25,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS			\$ 25,00
2.MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Estación compartida	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Sillas Oficina	3	\$ 35,00	\$ 105,00
mesas	1	\$ 40,00	\$ 40,00
sillas simples	2	\$ 15,00	\$ 30,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			405
3 UTILES DE OFICINA			
Resmas Papel Bond	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Esferos	5	\$ 0,25	\$ 1,25
Grapadoras	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Perforadoras	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Grapas	2	\$ 1,25	\$ 2,50
Tintas Impresora	2	\$ 9,00	\$ 18,00
TOTAL UTILES DE OFICINA			\$ 37,25
4 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computadoras	2	\$ 200,00	\$ 400,00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION			400
5 EQUIPOS DE OFICINA			
Teléfonos	2	\$ 30,00	\$ 60,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 60,00
TOTAL	29	\$ 4.794,00	\$ 5.127,25

CAPITULO V:

5.01. ESTUDIO FINANCIERO

Es el proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado.

Antes de poner en marcha un negocio es importante conocer la rentabilidad del mismo, esto se identifica en el estudio económico, que resume la información procesada en los estudios anteriores y determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

Es así como el estudio de mercado nos entrega los ingresos, es decir el pronóstico de ventas.

El estudio técnico, administrativo, legal y ambiental proporcionan los egresos en forma de inversiones, costos y gastos. Los ingresos versus egresos sirven como base para los estados financieros cuyo conjunto dará el flujo neto de caja, este es el objetivo del estudio económico el cual permitirá conocer si es rentable y su oportunidad de negocio. (FER, 2014)

5.01.01. INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

Comprende los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega de bienes o servicios, así como los dividendos, participaciones y demás ingresos por concepto de intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objeto social principal del ente económico (Javiero, 2009).

5.01.01. Ingresos Operacionales

5.01.01.01. Materia Prima Directa

Tabla 39 Materia Prima Directa

Muñeca		Materia Prima					
Costo de producción	unidad	cantidad	v. unitario	v. total	v. mensual	v. anual	
fieltro	800	32	\$ 5,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00	
total	gramos	32	\$ 5,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00	

5.01.01.02. Mano de Obra Directa

Tabla 40 Mano de Obra Directa

Mano de obra directa								
Costo de prod.	cant.	suelo mes	13ro	14to	f reserva	iess	v. mensual	v. anual
M.O.D		\$						
Producción	2	340,00	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 41,31	\$ 466,31	\$ 5.595,72
		\$						
Total	2	680,00	\$ 56,67	\$ 56,67	\$ 56,67	\$ 82,62	\$ 932,62	\$ 11.191,44

5.01.01.03. Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 41 Costos Indirectos de Fabricación

Costos Indirectos						
Costos Indirectos	unidad	cantidad	v. unitario	v. total	v. mensual	v. anual
empaques	lamina	32	\$ 0,75	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 288,00
etiqueta	papel	2	\$ 0,75	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 18,00
		\$				
total		34,00	\$ 1,50	\$ 25,50	\$ 25,50	\$ 306,00

5.01.01.04. Ingresos

Tabla 42 Ingresos del Proyecto

Ingreso del proyecto	
Muñeca	
Costo de producción	\$ 1,75
utilidad	\$ 5,24
P.V.P	\$ 6,99
Cantidad a Producir	640,00
Ingreso mensual	\$ 4.472,48
Ingreso anual	\$ 53.669,76
total	\$ 53.669,76

5.01.01.04. Ingresos Projectados

Tabla 43 Ingresos Projectados

Ingresos Projectados

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Muñeca	\$ 53.669,76	\$ 56.353,25	\$ 59.170,91	\$ 62.129,46	\$ 65.235,93	\$ 68.497,73
total	\$ 53.669,76	\$ 56.353,25	\$ 59.170,91	\$ 62.129,46	\$ 65.235,93	\$ 68.497,73

5.01.02. INGRESOS NO OPERACIONALES

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal.

Al ser una empresa que recién empieza su actividad productiva solo se cuenta con los ingresos relacionados con el giro de negocio. (No existen ingresos operacionales)

5.02.01. COSTOS

5.02.01. Costos Directos

Es el dinero que el empresario dispone para pagar lo que se requiere directamente en la fabricación del producto, el cual se recupera cuando el producto se vende” (Fer, Estudio financiero, 2014)

5.02.01. 01. Costos Directos de Fabricación

Son aquellos que pueden identificarse directamente con un objeto de costos, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Los costos directos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad, como por ejemplo, los materiales directos y la mano de obra directa destinados a la fabricación de un producto, o los gastos de publicidad efectuados directamente para promocionar los productos en un territorio particular de ventas. (Contabilidad, 2014)

Tabla 44 Costos Directos

total costos directos	
materia prima	1920,00
M.OD	11,191,44
Total	13111,44

5.02.02. Costos Indirectos

Son aquellos costos cuya identificación con un objeto de costos específico es muy difícil, o no vale la pena realizarla. Para imputar los costos indirectos a los distintos departamentos, productos o actividades, es necesario, normalmente, recurrir a algún tipo

de mecanismo de asignación, distribución o reparto. Los costos comunes a varios productos, o costos conjuntos, reciben también el tratamiento de costos indirectos.

(Contabilidad, 2014)

Tabla 45 Total Costos Indirectos

Costos	Indirectos					
Costos Indirectos	unidad	cantidad	v. unitario	v. total	v. mensual	v. anual
empaques	lamina	32	\$ 0,75	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 288,00
etiqueta	papel	2	\$ 0,75	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 18,00
total		\$ 34,00	\$ 1,50	\$ 25,50	\$ 25,50	\$ 306,00

5.02.03. Gastos Administrativos

Son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costo de producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarias, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc. No se incluyen en esta categoría los

gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni con el mercadeo. Usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento de personal.

(fundapymes, 2014)

Personal Administrativo

Tabla 46 Gastos Administrativos

Gasto Admin	personal	suelo mes	suelos y 13ro	prestaciones 14to	sociales f reserva	iess	v. mensual	v. anual
gerente general	\$	600,00	\$ 50,00	\$ 28,33	\$ 50,00	\$ 72,90	\$ 801,23	\$ 9.614,80
Secretaria Cont.	\$	450,00	\$ 37,50	\$ 28,33	\$ 37,50	\$ 54,68	\$ 608,01	\$ 7.296,10
total	\$	1.050,00	\$ 87,50	\$ 56,67	\$ 87,50	\$ 127,58	\$ 1.409,24	\$ 16.910,90

Elaborado por Nelly Torres

Tabla 47 Otros Gastos Administrativos

Otros gastos			
Concepto		V. mensual	V. anual
Material para oficina		\$ 37,25	\$ 447,00
Material de aseo		\$ 20,00	\$ 240,00
Ser básicos para administración		\$ 30,00	\$ 360,00
Teléfono e internet		\$ 25,00	\$ 300,00
Total		\$ 112,25	\$ 1.347,00

Elaborado por Nelly Torres

Tabla 48 Gastos proyectados

Gastos Proyectados	año					
gastos administrativos	2014	2015	2016	2017	2018	2019
suelos	\$ 16.910,90	\$ 17.756,45	\$ 18.644,27	\$ 19.576,48	\$ 20.555,30	\$ 21.583,07
gastos administrativos	\$ 1.347,00	\$ 1.414,35	\$ 1.485,07	\$ 1.559,32	\$ 1.637,29	\$ 1.719,15
total	\$ 18.257,90	\$ 19.170,80	\$ 20.129,33	\$ 21.135,80	\$ 22.192,59	\$ 23.302,22

Elaborado por Nelly Torres

5.02.04. Costos de Ventas

“El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende” (Gerencie.com, 2014)

Tabla 49 Gastos Ventas

Gastos de venta		
concepto	valor mensual	valor anual
combustible	\$ 20,00	\$ 240,00
total	\$ 20,00	\$ 240,00

Elaborado por Nelly Torres

Tabla 50 Gastos Ventas Proyectados

gasto de venta proyectada						
gasto de ventas	2014	2015	2016	2017	2018	2018
combustible	240	252	264,6	277,83	291,7215	306,30758
total	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 306,31

Elaborado por Nelly Torres

5.02.05. Costos Financieros

El Costo Financiero Total (CFT) es la principal variable que se debe tener en cuenta al elegir un préstamo personal, prendario o hipotecario, ya que es el mejor indicador del costo global que deberá afrontar el cliente. El CFT está compuesto por la tasa de interés nominal anual (TNA) y por todos aquellos cargos asociados a la operación que no implican la retribución de un servicio efectivamente prestado o un genuino reintegro de gastos.

Estos cargos pueden ser periódicos, por una única vez, un monto fijo o una tasa calculada sobre el monto del préstamo, el capital adeudado o la cuota. (bancario, 2012)

La siguiente tabla muestra la tasa de interés, plazos y pagos a realizarse.

Tabla 51 Tasa de interés bancaria

Concepto	Valor
Tasa de interés	9.33%

5.02.06. Costos Fijos y variables

5.02.06.01. Costos Fijos

En la siguiente tabla se indica el total del costo fijo, que es calculado con la suma de gastos administrativos y gastos de venta.

Tabla 52 Costo Fijo

Costos fijos

2014	2015	2016	2017	2018	2019
\$ 18.497,90	\$ 19.422,80	\$ 20.393,93	\$ 21.413,63	\$ 22.484,31	\$ 23.608,53

Elaborado por Nelly Torres.

5.02.06.02. Costo variable

“El costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción. A continuación se indica el total de Mano de Obra Directa, Materia Prima Directa y Costos Indirectos de Fabricación, así como el costo de fabricación total y unitario en la producción de 640 muñecas mensuales

Tabla 53 Costo Variable

Costos Variables		
Concepto	V. Mensual	V. Anual
Materia Prima Directa	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Mano de Obra Directa	\$ 932,62	\$ 11.191,44
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 25,50	\$ 306,00
Costo de fabricación	\$ 1.118,12	\$ 13.417,44
Costo unitario de fabricación	\$ 1,75	\$ 1,75

Elaborado por Nelly Torres

5.0.3. INVERSIONES

Es un concepto económico vinculado a la colocación de capital para conseguir una ganancia futura. Esto quiere decir que el inversor resigna un beneficio inmediato por uno futuro que resulta improbable pero que, en principio, debería ser mayor al actual. La inversión contempla tres variables principales: el rendimiento esperado (cuánto dinero se espera ganar), el riesgo (qué probabilidad existe de obtener la ganancia esperada) y el tiempo (cuándo se lograría dicha ganancia). (Inversion, 2014)

5.03.01 Inversión fija

“También se conoce como formación bruta de capital fijo. Es el gasto en estructuras y equipos para el uso en la empresa” (Hall, 1986, p. 40).

5.03.01.01 Activos fijos

“La inversión fija está conformada por los activos fijos, es decir aquellas propiedades, maquinaria y equipos necesarios para la producción, cuya vida útil estimada sea de al menos un año y que no estén destinados para la venta” (Paredes, 2008, p. 202).

Con los siguientes dato se pretende obtener la cantidad de dinero que se va a necesitar para un financiamiento, en alguna entidad bancaria.

Tabla 54 Determinación del financiamiento

Descripción	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
activos fijos			
terreno	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
infraestructura	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
vehículo	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
TOTAL FIJOS			\$ 4.200,00
1.MAQUINARIA Y EQUIPOS			
balanza	1	\$ 25,00	\$ 25,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS			\$ 25,00
2.MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Estación compartida	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Sillas Oficina	3	\$ 35,00	\$ 105,00
mesas	1	\$ 40,00	\$ 40,00
sillas simples	2	\$ 15,00	\$ 30,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			405
3 UTILES DE OFICINA			
Resmas Papel Bond	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Esferos	5	\$ 0,25	\$ 1,25
Grapadoras	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Perforadoras	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Grapas	2	\$ 1,25	\$ 2,50
Tintas Impresora	2	\$ 9,00	\$ 18,00
TOTAL UTILES DE OFICINA			\$ 37,25
4 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computadoras	2	\$ 200,00	\$ 400,00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION			400
5 EQUIPOS DE OFICINA			
Teléfonos	2	\$ 30,00	\$ 60,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 60,00
TOTAL	29	\$ 4.794,00	\$ 5.127,25

5.03.01.02. Activos Nominales

Son todos los activos legales que se requieren para el funcionamiento de una empresa que está iniciando su vida legal

Tabla 55 Diferidos o Nominales Aspecto Legal

activos diferidos	R. Propio	Refinanciado	R. utilizado
gasto de constitución	\$ 200,00	\$ -	\$ 200,00
inversión total activos diferidos	\$ 200,00	\$ -	\$ 200,00

5.03.02. Capital de trabajo

“Se define como capital de trabajo a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Éste puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo” (Inversion, 2014)

Tabla 56 Capital de Trabajo

Capital de trabajo	mes 1	mes 2	total
costos de producción	\$ 559,06	\$ 559,06	\$ 1.118,12
gasto administrativo	\$ 10.954,74	\$ 25.561,06	\$ 36.515,80
gasto de venta	\$ 72,00	\$ 168,00	\$ 240,00
inversión total capital	\$ 11.585,80	\$ 26.288,12	\$ 37.873,92
% participación inversión	31%	69%	100%

5.03.02. 01. Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Se ha considerado que para la empresa NewTissue se necesita un préstamo financiero, solicitando la cantidad de \$32693.12 al Banco Nacional de Fomento con una tasa de interés del 9.33% a un plazo de 5 años, en cuatro dividendos semestrales.

Tabla 57 Usos de Fondos

cuadro de inversiones			
Concepto	Recursos propios	Recursos financiados	Recursos utilizados
activos fijos			
terreno	\$ 1.000,00	\$ 4.000,00	\$ 5.000,00
infraestructura	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	\$ 3.000,00
vehículo	\$ -	\$ -	\$ 1.200,00
maquinaria y equipos	\$ -	\$ -	\$ 25,00
muebles y enseres	\$ 200,00	\$ 205,00	\$ 405,00
equipo de computo	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 400,00
equipo de oficina	\$ 60,00	\$ -	\$ 60,00
utiles de oficina	\$ 37,25	\$ -	\$ 37,25
inversion total de activos fijos	\$ 2.497,25	\$ 6.405,00	\$ 10.127,25
% participacion de la inversion	24,66%	63,25%	100%

Elaborado por Nelly Torres

5.03.03. Amortización de financiamiento (tabla de amortización)

Tabla 58 Financiamiento

Tabla de Amortizacion del Préstamo						
				BANCO NACIONAL DE FOMENTO		
capital	\$ 32.693,12					
tasa de interes	9,33%	anual convertible semestral				
n° de cuotas	10					
plazo	5	años				
	año	periodo	amortización	interes	valor total cuota	saldo insoluto
		0				\$ 32.693,12
	2014	1	\$ 2.640,17	\$ 1.525,13	\$ 4.165,30	\$ 30.052,95
	2014	2	\$ 2.763,33	\$ 1.401,97	\$ 4.165,30	\$ 27.289,61
	2015	3	\$ 2.892,24	\$ 1.273,06	\$ 4.165,30	\$ 24.397,37
	2015	4	\$ 3.027,17	\$ 1.138,14	\$ 4.165,30	\$ 21.370,20
	2016	5	\$ 3.168,38	\$ 996,92	\$ 4.165,30	\$ 18.201,82
	2016	6	\$ 3.316,19	\$ 849,11	\$ 4.165,30	\$ 14.885,63
	2017	7	\$ 3.470,89	\$ 694,41	\$ 4.165,30	\$ 11.414,74
	2017	8	\$ 3.632,81	\$ 532,50	\$ 4.165,30	\$ 7.781,93
	2018	9	\$ 3.802,28	\$ 363,03	\$ 4.165,30	\$ 3.979,65
	2018	10	\$ 3.979,65	\$ 185,65	\$ 4.165,30	\$ (0,00)

5.03.03.01. Depreciaciones (tabla de depreciaciones)

Una depreciación es un desgaste que sufre un activo debido al uso que se da para la producción de la empresa ya sea en oficina, fuera de la empresa o en la fábrica.

Como todos los bienes son diferentes y su uso no es igual (computadora, máquina trituradora) cada activo tendrá un trato diferente. (Contabilidad, 2014)

Tabla 59 Depreciaciones

Depreciación			
concepto	años de vida útil	porcentajes de depreciación	
Equipo de computo	3	33,33%	100%
Vehículo	5	20%	100%
Maquinaria y Equipo	10	10%	100%
Infraestructura	20	5%	100%

5.03.04. Estado de situación inicial

Es un estado demostrativo de lo que posee el dueño del negocio al comenzar una operación comercial. Antes de iniciar la contabilidad de una empresa primero se procede a realizar un inventario físico extracontable de todos los bienes, valores y servicios de la empresa. Siguiendo el Contador procede a realizar el primer estado financiero denominado “Balance Inicial” el primer asiento en el Libro Diario (Inicial)

Tabla 60 Estado de Situación Inicial

ACTIVOS			
Activo Corriente		\$	14.623,05
Bancos	\$ 14.283,05		
Caja Chica	\$ 340,00		
Activo Fijo		\$	5.127,25
Infraestructura	\$ 3.000,00		
Vehículo	\$ 1.200,00		
Maquinaria y Equipos	\$ 25,00		
Muebles y Enseres	\$ 405,00		
Equipo de Computo	\$ 400,00		
Equipo de Oficina	\$ 60,00		
Útiles de Oficina	\$ 37,25		
Activo Diferido		\$	200,00
Gastos de Constitución	\$ 200,00		
Total Activos		\$	19.950,30
PASIVOS			
Pasivo Corriente		\$	32.693,12
Préstamo Bancario por Pagar	\$ 32.693,12		
total pasivos		\$	32.693,12
PATRIMONIO			
Capital	\$ 14.283,05		
Total Patrimonio		\$	14.283,05
Total Pasivo + Patrimonio		\$	46.976,17

5.03.04.01. Estado de resultados proyectado a cinco años

El libro Introducción a la contabilidad, manifiesta que:

“Es el estado financiero que muestra el aumento o la disminución que sufre el capital contable o patrimonio de la empresa como consecuencia de las operaciones practicadas durante un periodo de tiempo, mediante la descripción de los diferentes conceptos de ingresos, costos gastos y productos que las mismas provocaron.” (Ávila, 2007, pag. 68).

A continuación se encuentra el Estado de Resultados proyectados de la empresa.

Tabla 61 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS			2014	2015	2016	2017	2018	2019
	Ventas		\$ 53.669,76	\$ 56.353,25	\$ 59.170,91	\$ 62.129,46	\$ 65.235,93	\$ 68.497,73
-	Costo Fabricación		\$ 13.417,44	\$ 14.088,31	\$ 14.792,73	\$ 15.532,36	\$ 16.308,98	\$ 17.124,43
=	Utilidad Bruta en Venta		\$ 40.252,32	\$ 42.264,94	\$ 44.378,18	\$ 46.597,09	\$ 48.926,95	\$ 51.373,29
-	Gastos Administrativos		\$ 18.257,90	\$ 19.170,80	\$ 20.129,33	\$ 21.135,80	\$ 22.192,59	\$ 23.302,22
	Gastos Ventas		\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 306,31
=	Utilidad en Operación		\$ 21.754,42	\$ 22.842,14	\$ 23.984,25	\$ 25.183,46	\$ 26.442,63	\$ 27.764,77
±	Movimiento Financiero		\$ 2.927,10	\$ 2.411,20	\$ 1.846,03	\$ -	\$ -	\$ -
-	Gastos Financieros							
=	Utilidad Antes Participación de Impuesto		\$ 18.827,32	\$ 20.430,94	\$ 22.138,21	\$ 25.183,46	\$ 26.442,63	\$ 27.764,77
-	15% Trabajadores		\$ 2.824,10	\$ 3.064,64	\$ 3.320,73	\$ 3.777,52	\$ 3.966,40	\$ 4.164,71
=	Utilidad Antes de P. Impuesto Retención		\$ 16.003,22	\$ 17.366,30	\$ 18.817,48	\$ 21.405,94	\$ 22.476,24	\$ 23.600,05
-	22% Impuesto a la Renta		\$ 3.520,71	\$ 3.820,59	\$ 4.139,85	\$ 4.709,31	\$ 4.944,77	\$ 5.192,01
=	UTILIDAD EN EJERCICIO		\$ 12.482,51	\$ 13.545,72	\$ 14.677,64	\$ 16.696,63	\$ 17.531,47	\$ 18.408,04

Elaborado por Nelly Torres

5.03.04.02. Flujo de caja

Para tener un concepto claro de lo que es el flujo de caja el libro: Finanzas operativas, un coloquio, señala que: “El concepto de flujo de caja es muy sencillo: resume las entradas y las salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un periodo próximo, comparándolas y asimilándolas al saldo inicial al principio del año (FER, 2014)

Tabla 62 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA		2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas		\$ 53.669,76	\$ 56.353,25	\$ 59.170,91	\$ 62.129,46	\$ 65.235,93	\$ 68.497,73
Costo Fabricación		\$ 13.417,44	\$ 14.088,31	\$ 14.792,73	\$ 15.532,36	\$ 16.308,98	\$ 17.124,43
Utilidad Bruta en Venta		\$ 40.252,32	\$ 42.264,94	\$ 44.378,18	\$ 46.597,09	\$ 48.926,95	\$ 51.373,29
Gastos Administrativos		\$ 18.257,90	\$ 19.170,80	\$ 20.129,33	\$ 21.135,80	\$ 22.192,59	\$ 23.302,22
Gastos Ventss		\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 306,31
Utilidad en Operación		\$ 21.754,42	\$ 22.842,14	\$ 23.984,25	\$ 25.183,46	\$ 26.442,63	\$ 27.764,77
Movimiento Financiero	(pago del interés préstamo)	\$ 2.927,10	\$ 2.411,20	\$ 1.846,03	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Financieros							
Utilidad Antes Participación de Impuesto		\$ 18.827,32	\$ 20.430,94	\$ 22.138,21	\$ 25.183,46	\$ 26.442,63	\$ 27.764,77
15% Trabajadores		\$ 2.824,10	\$ 3.064,64	\$ 3.320,73	\$ 3.777,52	\$ 3.966,40	\$ 4.164,71
Utilidad Antes de P. Impuesto Retención		\$ 16.003,22	\$ 17.366,30	\$ 18.817,48	\$ 21.405,94	\$ 22.476,24	\$ 23.600,05
22% Impuesto a la Renta		\$ 3.520,71	\$ 3.820,59	\$ 4.139,85	\$ 4.709,31	\$ 4.944,77	\$ 5.192,01
UTILIDAD EN EJERCICIO		\$ 12.482,51	\$ 13.545,72	\$ 14.677,64	\$ 16.696,63	\$ 17.531,47	\$ 18.408,04
Depreciación de Activos		\$ 565,83	\$ 565,83	\$ 565,83	\$ 565,83	\$ 565,83	\$ -
Amortización del Intangible		\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ -
Amortización de la Deuda		\$ 5.403,51	\$ 5.919,41	\$ 6.484,57	\$ -	\$ -	\$ -
Inversio Inicial	\$ 10.127,25	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital deTrabajo	\$ 37.873,92	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deuda	\$ (27.746,67)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Caja	\$ 20.254,50	\$ 7.684,84	\$ 8.232,14	\$ 8.798,89	\$ 17.302,47	\$ 18.137,30	\$ 18.408,04

5.03.05. EVALUACIÓN

5.03.05.01. (TMAR) Tasa de Descuento

El costo de capital también se define como lo que le cuesta a la empresa cada dólar que tiene invertido: Todos los activos tienen el mismo costo Todos los activos son financiados con la misma proporción de pasivos y patrimonio. Total de capital de la empresa, estas fuentes deben ser de largo plazo, ya que estas son las que otorgan un financiamiento permanente. Las fuentes principales de fondos a largo plazo son el

Endeudamiento a largo plazo, las acciones preferentes, las acciones comunes y las utilidades retenidas, cada una asociada con un costo específico y que lleva a la consolidación del costo total de capital.

Antes de calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VNA), es necesario calcular la TMAR con la cual se descontará el flujo.

La TMAR se calcula con la suma de la tasa activa y la tasa pasiva, como se muestra a continuación.

5.03.05.01.01. Tasa de descuento

Tabla 63 TASA %

TMAR		
tasa activa	8,17%	REFERENCIAL BNF
tasa pasiva	4,53%	REFERENCIAL BNF
Tmar	12,70%	

Elaborado por Nelly Torres

5.03.05.02. VAN

Medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos,

Tabla 64 Van

VAN			
año	flujo de efectivo	factor actualizado	flujo actualizado
2014 (base)	\$ (10.127,25)	1	\$ (10.127,25)
2015	\$ 7.684,84	$(1+0,127)^{-1}$	\$ 6.818,85
2016	\$ 8.232,14	$(1+0,127)^{-2}$	\$ 6.481,34
2017	\$ 8.798,89	$(1+0,127)^{-3}$	\$ 6.146,90
2018	\$ 17.302,47	$(1+0,127)^{-4}$	\$ 10.725,37
2019	\$ 23.802,47	$(1+0,127)^{-5}$	\$ 13.091,89
total flujo actualizado			\$ 43.264,35
VAN			\$ 33.137,10

5.03.05.03. TIR

La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.

Analíticamente se calcula despejando el tipo de descuento (r) que iguala el VAN a cero.

Tabla 65 TIR

TIR			
año	flujo de efectivo	factor actualizado	flujo actualizado
2014 (base)	\$ (10.127,25)	1	\$ (10.127,25)
2015	\$ 7.684,84	(1+0,8809994)-1	\$ 4.085,51
2016	\$ 8.232,14	(1+0,8809994)-2	\$ 2.326,67
2017	\$ 8.798,89	(1+0,8809994)-3	\$ 1.322,09
2018	\$ 17.302,47	(1+0,8809994)-4	\$ 1.382,14
2019	\$ 23.802,47	(1+0,8809994)-5	\$ 1.010,83
total flujo actualizado			\$ 10.127,25
VAN -			\$ (0,00)

Tabla 66 Porcentaje del TIR

TIR	32%	
	diferencia entre vanes	0,0328

5.03.05.04. PRI (periodo de recuperación de la inversión)

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial

Tabla 67 PRI

PRI			
Año	Flujo Actualizado	Flujo Acumulado	
inversión inicial	\$ 10.127,25		
2015	\$ 6.818,85	0	
2016	\$ 6.481,34	\$ 13.300,18	
2017	\$ 6.146,90		
2018	\$ 10.725,37		
2019	\$ 13.091,89		
<u>se recupera la inversión en</u>		AÑOS	MESES
		0	7
			DÍAS
			20

5.03.05.05. RBC (relación costo beneficio)

Se basa en el del "valor presente", consiste en dividir el valor presente de los ingresos entre el valor presente de los egresos.

Si este índice es mayor que 1 se acepta el proyecto; si es inferior que 1 no se acepta, ya que significa que la rentabilidad del proyecto es inferior al costo del capital.

Al realizar Flujo actualizado (43.264,35) dividido (/) para el flujo efectivo (10.127,25) obtenemos la ganancia por dólar invertido (\$ 4,27).

Tabla 68 Relación Costo Beneficio

RELACIÓN COSTO BENEFICIO		
Flujo Actualizado	\$	43.264,35
Flujo de Efectivo	\$	10.127,25
Por cada dólar invertido, la ganancias es de	\$	4,27

5.03.05.06. Punto de equilibrio

Tabla 69 Punto de Equilibrio Mensual

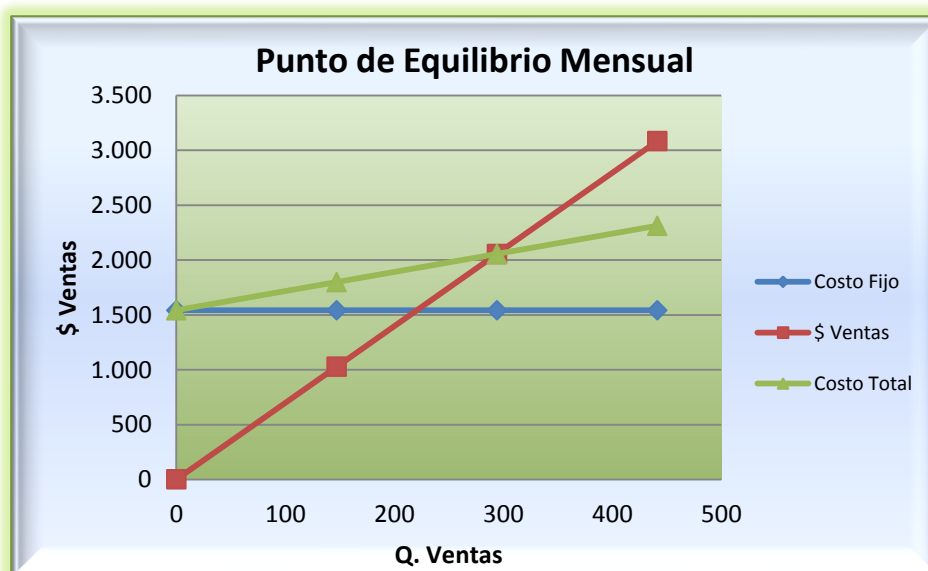
Datos iniciales		
Precio Venta	\$	6,99
Coste Unitario	\$	1,75
Gastos Fijos Mes	\$	1.541,49
Punto. Equilibrio		294
\$ Ventas Equilibrio		514

Tabla 70 Datos para Punto de Equilibrio

Datos para el gráfico		PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q ventas	0	147	294	441
\$ Ventas	0	1028	2055	3083
Costo Variable	0	257	514	771
Costo Fijo	1.541	1.541	1.541	1.541
Costo Total	1.541	1.798	2.055	2.312
Beneficio	-1.541	-771	0	771

Para alcanzar el punto de equilibrio se debe vender 294 unidades al mes

Figura 40 Punto de Equilibrio



5.03.05.07. Análisis financieros

Se analiza los puntos anteriores de acuerdo al resultado, para saber si es factible o no el proyecto. Se demuestra que el proyecto si es factible ya que la hacer la propuesta se tiene identificado y planificado una producción de 640 muñecas mensuales, sin embargo en el punto de equilibrio nos demuestra que necesitamos una producción de 294 muñecas y si producimos más, es una utilidad rentable, al igual con la Relación costo beneficio por cada dólar que invierto mi ganancia es de \$ 4.27

También se pudo obtener un dato fundamental como el PRI que sería a los 7 meses con 20 días.

Queda demostrada la factibilidad de este proyecto, ya que a esto se suma las fuentes de empleo que se genera a las personas que formarán parte de esta propuesta con un sueldo y beneficios de ley.

CAPITULO VI: ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.01 Impacto Ambiental

El impacto ambiental es la contaminación directa, por el cual una organización que realiza ciertas actividades debe identificar de qué manera afecta el medio ambiente, el impacto puede ser identificado de tres tipos. Alto, medio, bajo, se tomará en cuenta el ambiente interno y externo

Interno, se refiere al entorno o espacio pequeño que abarca dicha actividad como la infraestructura, están involucrados todo el personal que conforma la empresa

Externa, se refiere al entorno o espacio grande como sectores aledaños, personas

Instituciones educativas etc. así también el propio medio ambiente que es el aire que respiramos.

Existen varios factores importantes que intervienen como el aire, agua, suelo, energía

- **El agua:** Elemento fundamental que será necesario para el proceso del teñido, se ha realizado un pre investigación en cuanto a este manejo, por lo cual el agua que se ocupará con el tinte y la materia prima (la mezcla de los tres) no es contaminante ni perjudicial para el ambiente interno y externo. Por ser el agua y la materia prima naturales y el tinte no tóxico.
- **El aire:** Considerando la exposición directa con el medio ambiente y con el personal, al momento del secado de la materia prima no es perjudicial para el ambiente interno y externo.
- **El Suelo:** Antes de ubicar una empresa o negocio es importante contar un permiso de la entidad ambiental, en la que se demuestre que la actividad a realizar no contamine el ambiente interno y externo al momento de realizar dichas actividades según los procesos establecidos. Se ha comprobado que en lo que respecta al suelo no es perjudicial, ya que se dará un buen manejo de los residuos.

- **La energía:** En cuanto a la energía el impacto es bajo ya que para el proceso mencionado no será necesario el uso de aparatos eléctricos, .

“ Guías de Prácticas Ambientales (GPA), constituyen lineamientos básicos, cuya aplicación es OBLIGATORIA y tiene por objeto apoyar el accionar de pequeños y medianos establecimientos, para disminuir el impacto negativo que el desarrollo de sus actividades pueda causar al ambiente” (Ambiente, 2014)



6.02 Impacto Económico

Al crearse NewTissue, se crea una fuente de ingresos no sólo para la empresa sino también se crea ingresos para quienes la conforman y de esa manera se está contribuyendo con el país a que el sector artesanal siga creciendo

6.03 Impacto Productivo

Es una aportación con el cambio de la Matriz Productiva que hoy el Ecuador necesita, la mano de obra como factor primordial es el aporte a este impacto productivo, los proyectos innovadores es el enfoque a este aporte como emprendedores artesanales, sumándose a esto destreza creatividad y profesionalismo .

6.04 Impacto Social

El medio social por el que estamos rodeados nos lleva a buscar nuevas alternativas de incursionar al mercado de manera competitiva, eficiente y oportuna. Vivimos en un país diverso de costumbres, cultura y tradiciones que no podemos permitir que estos se vayan perdiendo. NewTissue será quien realce el gusto por el arte llegando a propios y extraños con sus innovadores productos.

CAPITULO VII:

7.01. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Concluyo este proyecto con muchas expectativas con la satisfacción de ver reflejado en este proyecto todo lo aprendido.

Como resultado del desarrollo de este proyecto de tesis se cuenta con herramientas, técnicas de información que permite planificar una producción, cumpliendo con procesos de tiempo, (cuellos de botellas), capacidad, velocidad, calidad de una maquinaria o medición del recurso humano. Permitiendo una óptima asignación de actividades en el campo de la Industria y Producción.

El desarrollo de estas técnicas en esta tesis tuvo que verse reflejada y plasmada en cada capítulo, concientizando el alto valor de los conocimientos adquiridos.

RECOMENDACIONES:

Se recomienda realizar una investigación más profunda en la que se cuente con una tecnología de alto nivel, hoy en día es una de las herramientas que nos lleva a tener un paso adelante de muchos proyectos propuestos.

Se recomienda que este proyecto no quede en papel escrito, si no que sea llevado a la práctica a la realidad, y que todo lo aplicado en cada capítulo sirva para obtener una rentabilidad esperada y ser parte de un generador de empleos, más no seguir buscando empleo, si al plantear esta propuesta lo tenemos todo para ser un BUEN EMPRENDEDOR aportando a la Matriz Productiva de nuestro país.

Bibliography

- Ambiente, S. d. (Octubre de 2014). *guía de prácticas ambientales*. Obtenido de http://www.quitoambiente.gob.ec/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=84&Itemid=110&lang=es:
- http://www.quitoambiente.gob.ec/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=84&Itemid=110&lang=es
- bancario, P. d. (2012). *costo financiero total*. Obtenido de <http://www.clientebancario.gov.ar/default.asp>
- CIUDADANOS, S. (2012). *QUITO DISTRITO METROPOLITANO*. Obtenido de <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/consulta-de-impuestos-3/forms/category/13-guiaimpuestopatente.html>
- Contabilidad. (05 de Oct de 2014). *costos directos o indirectos*. Obtenido de http://www.contabilidad.com.py/articulos_73_costos-directos-e-indirectos.html
- ECONOMIA. (s.f.). http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm. Obtenido de PIB: http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm
- Economía, L. G. (2009). *balanza comercial*. Obtenido de [economia48.com](http://www.economia48.com): <http://www.economia48.com/spa/d/balanza-comercial/balanza-comercial.htm>
- ECUADOR, A. (2014). *JUNTA NACIONAL DEL ARTESANO*. Obtenido de <http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&idionm=1>
- ERUDITOS. (JUNIO de 2014). *PARROQUIAS RURALES DEL ECUADOR POR CANTON*. Obtenido de

http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Parroquias_Rurales_del_Ecuador_por_Cant%C3%B3n

EUMED.NET. (s.f.). *TECNICA DE RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN*.

Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm>

facil, B. (s.f.).

<http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=1500000000000026&idCategoria=4>. Obtenido de

<http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=1500000000000026&idCategoria=4>:

<http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=1500000000000026&idCategoria=4>

Fer, S. L. (2014). *Estudio financiero*. Obtenido de cingresos, costos, inversiones, capital:

<http://admluisfernando.blogspot.com/2009/07/iv-estudio-financiero.html>

FER, S. L. (2014). *ESTUDIO FINANCIERO*. Obtenido de

<http://admluisfernando.blogspot.com/2009/07/iv-estudio-financiero.html>

Fer, S. L. (2014). *estudio tecnico*. Obtenido de

<http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>

fundapymes. (2014). *gastos administrativos*. Obtenido de

<http://www.fundapymes.com/blog/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/#.VDIZhPmSySp>

Gerencie.com. (2014). *costo de venta*. Obtenido de guía laboral:

<http://www.gerencie.com/costo-de-venta.html>

googlemaps. (2014). *san antonio de pichincha*. Obtenido de

<https://www.google.com.ec/maps/place/San+Antonio/@-0.0105346,->

[78.4450159,16z/data=!4m2!3m1!1s0x8e2a77df59525453:0x19d6b7f1a8ee1670](https://www.google.com.ec/maps/place/San+Antonio/@-0.0105346,-78.4450159,16z/data=!4m2!3m1!1s0x8e2a77df59525453:0x19d6b7f1a8ee1670)

<http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>. (s.f.). Obtenido de la inflación:

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

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/2/Capitulo%201.pdf>. (s.f.).

Obtenido de gestion administrativa:

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/2/Capitulo%201.pdf>

[http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-](http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html)

[operativa.html](http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html). (Diciembre de 2012). Obtenido de Gestión Operativa de las

Organizaciones:

[http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-](http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html)

[gestion-operativa.html](http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html)

<http://katita72.blogspot.com/2011/02/introduccion-al-fieltro.html>. (s.f.). Obtenido de

<http://katita72.blogspot.com/2011/02/introduccion-al-fieltro.html>

<http://www.fieltro.org/historia>. (s.f.). Obtenido de HISTORIA DEL FIELTRO:

<http://www.fieltro.org/historia>

<http://www.fieltro.org/que-es>. (s.f.). Obtenido de QUE ES EL FIELTRO:

<http://www.fieltro.org/que-es>

<http://www.fieltro.org/tipos>. (s.f.). Obtenido de TIPOS DE FIELTRO:

<http://www.fieltro.org/tipos>

- Hurtado, D. (Julio de 2008). *Principio de Administración*. (ITM, Editor) Obtenido de <http://books.google.com.ec/books?id=1Fp55-1oXv8C&pg=PA31&dq=concepto+de+gestion+administrativa&hl=es-419&sa=X&ei=LDchVLefLcbGggTP-IH4AQ&ved=0CDcQ6AEwBg#v=onepage&q=concepto%20de%20gestion%20administrativa&f=false>.
- Hurtado, Darío. (Julio de 2008). 31. (ITM, Editor) Obtenido de Principios de Administración: <http://books.google.com.ec/books?id=1Fp55-1oXv8C&pg=PA31&dq=concepto+de+gestion+administrativa&hl=es-419&sa=X&ei=LDchVLefLcbGggTP-IH4AQ&ved=0CDcQ6AEwBg#v=onepage&q=concepto%20de%20gestion%20administrativa&f=false>
- Inicial, E. S. (s.f.). *Contabilidad*. Obtenido de angelchico87.blogspot.com/2013/04/estado-de-situacion-inicial.html
- Inversion, B. d. (2014). *definicion*. Obtenido de definicion.de/banca-de-inversion/
- Javiero, S. S. (4 de junio de 2009). *mailxmail*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-contabilidad-practica-5-estado-ganancias-perdidas/ingresos-operacionales>
- Medio externo economico, s.-c. t. (22 de Noviembre de 2012). *Entorno externo de las empresas*. Obtenido de <http://entornoexterno.blogspot.com/2012/11/medio-externo-economico-social-cultural.html>:
<http://entornoexterno.blogspot.com/2012/11/medio-externo-economico-social-cultural.html>

Navarro, J. (s.f.). *que es la oferta y demanda*. Obtenido de salmon:

<http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>

Negocios, C. (2014). *como hacer publicidad*. Obtenido de

<http://www.crecenegocios.com/que-es-y-como-hacer-publicidad/>

Negocios, C. (2014). *La marca de un producto*. Obtenido de

<http://www.crecenegocios.com/la-marca-de-un-producto/>

Negocios, C. (2014). *La promoción de producto*. Obtenido de

<http://www.crecenegocios.com/la-promocion-del-producto/>

ORG, G. (AGOSTO de 2014). *LA COMPETENCIA EN LA EMPRESA DIRECTA E*

INDIRECTA. Obtenido de [http://www.gestion.org/estrategia-](http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35858/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/)

[empresarial/35858/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/](http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35858/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/)

QUITO, C. A. (2014). *CAMARA ARTESANAL DE QUITO*. Obtenido de

http://camaraartesanaldequito.com/?page_id=2

Rafael, M. G. (2014). *MARKETING XXI*. Obtenido de GRADO EN MARKETING:

<http://www.marketing-xxi.com/marketing-mix-9.htm>

Solamenterocío. (9 de julio de 2011). <http://huelva24.com/not/4775/>.

SRI. (2014). *RUC*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>