



CARRERA DE DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL

PROPONER UN ESTUDIO FINANCIERO SOBRE LA FACTIBILIDAD DE UNA
MICROEMPRESA DE MATERIAL DIDÁCTICO, PARA NIÑOS Y NIÑAS DE
ETAPA INICIAL, UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO,
EN EL PERIODO ACADÉMICO 2016.

Proyecto previo a la obtención del título de Tecnólogo
En Desarrollo del Talento Infantil.

Autor: Nancy Patricia Chusin Pastuña

Tutor: Ing. Ramiro Toro

Quito, 2016

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.

Nancy Patricia Chusin Pastuña

C.C: 120556494-9

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.

Yo, **Nancy Patricia Chusin Pastuña** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 120556464-9 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “Tecnóloga de Desarrollo del Talento Infantil.” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA

NOMBRE

Nancy Patricia Chusin Pastuña

CEDULA

120556494-9

Quito, a los 21 de Noviembre del 2016.

AGRADECIMIENTO

A Dios por dar fortaleza, felicidad y cuidarme día a día de los peligros a los que me expongo, por llenarme de bendiciones y salud a lo largo de mi vida sobre todo por darme la dicha de ser madre y esposa una familia maravillosa.

Además un agradecimiento infinito al profesor Ing. Ramiro Toro por ser una persona intachable, humilde, ético y profesional, que siempre creyó en mí, quien me impulso para cumplir una más de mis metas que fue el camino para llegar al final.

A cada uno de los docentes que impartieron sus conocimientos en las aulas y que me ayudaron a ser mejor persona, inculcando valores y estrategias adecuadas. Gracias por su paciencia y sabiduría.

A mí querida familia por compartir momentos agradables y tristes en mi vida y saber comprender y alentar para poder llegar a esta meta tan anhelada.

Patricia Chusin

DEDICATORIA

Con amor infinito dedico mi proyecto a las personas que estuvieron junto a mí, apoyándome en todo momento hasta en los más difíciles y siempre alentándome para que no me desmaye y son: Mi esposo Juan Guanoluisa, quien fue el motor fundamental para que yo continúe estudiando, Gracias mi amor por tu confianza y sacrificio ya que tuviste que dejar de estudiar tú para que yo esté cumpliendo con mi meta. Mis hijos Génesis y Sebastián quienes me llenan de fortaleza. A mis padres porque son gran ejemplo de superación, por haberme inculcado valores indispensables en mi crecimiento personal y profesional.

Patricia Chusin

INDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	i
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT.....	xvi
CAPÍTULO I.....	17
1 INTRODUCCIÓN.	17
1.1 Justificación.....	18
1.2 Antecedentes	19
CAPÍTULO II	22
2 ANÁLISIS SITUACIONAL	22
2.1 AMBIENTE EXTERNO.....	22
2.1.1. Factor económico.	22
2.1.2 Factor social.....	36
2.1.3 Factor legal	37
2.1.4 Factor Tecnológico.	39
2.2 ENTORNO LOCAL.....	41
2.2.1 Clientes.....	41
2.2.2 Proveedores	41
2.2.3 Competidores	43

2.3	ANÁLISIS INTERNO.....	45
2.3.1	Propuesta estratégica.....	45
2.3.2	Gestión administrativa	50
2.3.3	Gestión operativa	60
2.3.4	Gestión comercial.....	63
2.4	ANÁLISIS FODA	74
CAPÍTULO III		76
3	ESTUDIO DE MERCADO	76
3.1	ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.	76
3.1.1	Determinación de la población y muestra.	77
3.1.2	Técnicas de obtención de información.....	79
3.1.3	Análisis de la Información.	81
3.1.4	Resultado Del Estudio De Mercado	85
3.1.5	Resultados De La Encuesta.....	87
3.2	OFERTA	97
3.2.1	Oferta Actual.....	98
3.2.2	Oferta proyectada.	99
3.2.3	Proyección de la Oferta.....	101
3.3	PRODUCTOS SUSTITUTOS.	101
3.4	DEMANDA.....	102
3.4.1	Demanda histórica	102
3.4.2	Demanda Actual.	103
3.4.3	Demanda proyectada.....	104
3.5	Balance actual oferta – demanda.....	105
3.5.1	Balance Actual.....	105

3.5.2 Balance Proyectado.....	106
CAPITULO IV:.....	107
4 ESTUDIO TÉCNICO.	107
4.1 Objetivos del Estudio Técnico	107
4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	108
4.2.1 Capacidad Instalada.	109
4.2.2 Capacidad Óptima.....	109
4.3 Localización.	110
4.3.1 Macro-localización.....	111
4.3.2 Micro –localización.....	112
4.3.3 Localización óptima.....	113
4.4 Ingeniería del Producto.	113
4.4.1 Definición del B y S.....	114
4.4.2 Distribución de planta.	114
4.4.3 Esquema de distribución de planta.....	116
4.4.4 Proceso Productivo.	117
4.4.5 Maquinaria.	118
4.4.6 Equipos.....	119
CAPÍTULO V	121
5 Estudio Financiero	121
5.1 Ingresos operacionales y no operacionales	121
5.2 Costos	125
5.2.1 Costo directo.	125
5.2.2 Costo indirecto.	128
5.2.3 Gastos administrativos.	129

5.2.4	Costo de venta	131
5.2.5	Costo financiero.	131
5.2.6	Costos fijos y variables.	132
5.3	Inversiones.....	133
5.3.1	Inversión fija.	134
5.3.2	Capital de trabajo	137
5.3.3	Fuentes de financiamiento y uso de fondos.	138
5.3.4	Amortización de financiamiento.	139
5.3.5	Depreciaciones.	141
5.3.6	Estado de situación inicial.....	143
5.3.7	Estado de resultados proyectados.....	144
5.3.8	Flujo de caja.	145
5.4	Evaluación Financiera	147
5.4.1	Calculo de la TMAR (TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO)	147
5.4.2	VAN (Valor Actual Neto).....	147
5.4.3	TIR (Tasa Interna de Retorno).	148
5.4.4	Periodo de recuperación de la inversión (PRI).	149
5.4.5	Relación costo beneficio (RBC).	150
5.4.6	Punto de equilibrio.	151
CAPÍTULO VI:.....		153
6 ANÁLISIS DE IMPACTOS.....		153
6.1	Impacto Ambiental.	153
6.2	Impacto Económico.....	154
6.3	Impacto Productivo.	154

6.4	Impacto Social.....	155
CAPÍTULO VII		157
7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		157
7.1	Conclusiones.	157
7.2	Recomendaciones.....	159
Referencias Bibliográficas		160
ANEXOS.		164

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación 2014-2015.....	23
Tabla 2 Tasa Pasiva y Activa.	25
Tabla 3 PIB	35
Tabla 4 Exigencia del cliente.	41
Tabla 5 Proveedores.....	42
Tabla 6 de competencias	44
Tabla 7 Lista de productos	64
Tabla 8 Segmentación del mercado	85
Tabla 9 Promedio en edades de la muestra encuestada.....	86
Tabla 10 Pregunta 1	87
Tabla 11 PREGUNTA 2	88
Tabla 12 PREGUNTA 3	89
Tabla 13 PREGUNTA 4	90
Tabla 14 PREGUNTA 5	91
Tabla 15 PREGUNTA 6	92
Tabla 16 PREGUNTA 7	93
Tabla 17 PREGUNTA 8	94
Tabla 18 PREGUNTA 9	95
Tabla 19 PREGUNTA 10	96
Tabla 20 Oferta Histórica.....	97
Tabla 21 Oferta Actual.....	98
Tabla 22.....	100

Tabla 23 Oferta Proyectada.....	101
Tabla 24 Demanda histórico	102
Tabla 25 Demanda actual.....	103
Tabla 26 Tasa de crecimiento Poblacional (%).....	104
Tabla 27 Demanda proyectada.....	105
Tabla 28 Balance actual	105
Tabla 29 Balance Proyectado.....	106
Tabla 30 Macro-localización.....	111
Tabla 31 Proceso productivos.	117
Tabla 32 Maquinaria.	118
Tabla 33 Equipos.....	119
Tabla 34 Sueldos y Salarios	120
Tabla 35 de Ingresos Proyectados.....	122
Tabla 36 de Ingresos Proyectados.....	123
Tabla 37 de Ingresos Proyectados.....	123
Tabla 38 de Ingresos Proyectados.....	124
Tabla 39 de Ingresos Proyectados.....	124
Tabla 40 Costo Directo	125
Tabla 41 Costo Directo	126
Tabla 42 Costo Directo	126
Tabla 43 Costo Directo.	126
Tabla 44 Costo Directo.	127
Tabla 45 Costo Directo.	127
Tabla 46 Costo Directo.	127
Tabla 47 Mano de obra Directa.....	128

Tabla 48 Costos Indirectos.....	129
Tabla 49 Gastos Administrativos.	130
Tabla 50 Gastos Administrativos.	130
Tabla 51 Gastos Administrativos.	131
Tabla 52.....	133
Tabla 53 Cuadro de activos.....	135
Tabla 54.....	137
Tabla 55 Capital de trabajo	138
Tabla 56 Fuentes de financiamiento.	139
Tabla 57.....	140
Tabla 58 de amortización.....	140
Tabla 59 Activos Fijos	142
Tabla 60 Estado situacional.	143
Tabla 61 Estado de Resultados proyectado.....	145
Tabla 62 Flujo de caja	146
Tabla 63 cálculo de la TMAR.....	147
Tabla 64 cálculo del VAN.....	148
Tabla 65 Inversión.....	149
Tabla 66.....	150
Tabla 67 relación costo beneficio.	151
Tabla 68 Datos Para Punto de Equilibrio.....	152
Tabla 69 Cuadro de componentes de contaminación:	154

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1 Inflación.....	24
Figura 2 PIB.....	30
Figura 3 VAB.....	31
Figura 4 PIB	32
Figura 5 PIB	33
Figura 6 PIB	34
Figura 7 de proceso administrativo	51
Figura 8 Organigrama Estructural.....	52
Figura 9 Organigrama funcional.	53
Figura 10 de Gestión operativa	62
Figura 11 Publicidad	69
Figura 12 Ubicación.....	71
Figura 13 Cristo Rey Parroquia Chillogallo	77
Figura 14 Segmentación del mercado	85
Figura 15 Promedio en edades de la muestra encuestada	86
Figura 16 Pregunta 1	87
Figura 17 Pregunta 3	89
Figura 18 Pregunta 4	90
Figura 19 Pregunta 5	91
Figura 20 Pregunta 6	92
Figura 21 Pregunta 7	93
Figura 22 Pregunta 8	94

Figura 23 Pregunta 9	95
Figura 24 Pregunta 10	96
Figura 25 Macro-localización.	111
Figura 26 Micro-localización.....	112

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto trató sobre el estudio de factibilidad de crear una microempresa de materiales didácticos, pensado en lograr un mejor proceso de desarrollo de la motricidad fina de los niños y niñas como es: fortalecer el agarre de pinza, realizar movimientos precisos y coordinados con las manos como ser la prensión de un objeto, manejo de utensilios, coger objetos con el dedo índice y el pulgar, ya que todos estos ejercicios serán de utilidad en el aprendizaje posterior de la caligrafía de los pequeños.

Además de ellos cada uno de los fundamentos teóricos de este proyecto consta con definiciones y contenidos organizados. Por lo tanto la información obtenida fue tabulada y representada en tablas y gráficos que ayudaron de una manera fácil el análisis y la interpretación del mismo, lo que permitió implantar conclusiones y recomendaciones que fundamentaron el diseño de la propuesta.

ABSTRACT

The present project dealt with the feasibility study of creating a microenterprise of didactic materials, thought to achieve a better process of development of the fine motor of the children as it is: to strengthen the grasp of clamp, to realize precise and coordinated movements with the Hands such as grasping an object, handling utensils, picking objects with the index finger and thumb, since all these exercises will be useful in the later learning of small calligraphy.

In addition to them, each of the theoretical foundations of this project consists of definitions and organized contents. Therefore the information obtained was tabulated and represented in tables and graphs that helped in an easy way the analysis and interpretation of the same, which allowed implanting conclusions and recommendations that supported the proposal design.

CAPÍTULO I

1 Introducción.

Éste proyecto se lo realiza en vista a la necesidad que hay en los Centros Infantiles sobre materiales adecuados para la utilización de los niños y niñas al momento de desarrollar la motricidad fina.

Por ende el desarrollo de éste plan de negocios ayudará a que los docentes tengan una herramienta más para sus actividades diarias y como también que las personas encargadas de dichos lugares concienticen cuán importante es el desarrollo de la motricidad fina en los pequeños para un mejor aprendizaje de la escritura posteriormente y como también es una propuesta que se ha planteado tanto el Ministerio de Educación (MINEDUC) como el Ministerios de Inclusión Económica y Social (MIES) que los infantes obtengan su aprendizaje mediante el juego mas no escolarizando a los párvulos.

Un Centro de Desarrollo infantil (CDI), Centro Infantil del Buen Vivir (CIBV) y Guaguas Kids que no cuente con materiales adecuados para jugar diariamente con los niños y niñas pierden el prestigio institucional y por lo que los padres de familia

van en busca de un centro que contemplen todas las necesidades que ellos desean para el aprendizaje de los pequeños.

Además de ellos el MIES y MINEDUC para extenderles el permiso de funcionamiento los Centros Infantiles deben contar además de espacios adecuados, con materiales didácticos acorde a las edades de los pequeños y las características a desarrollar. Cabe recalcar que éste proyecto se enfoca principalmente a la concienciación de dueños, docentes o personas que se encuentran a cargo de dicha institución educativa a la adquisición de los materiales didácticos y como también a los padres de familia que deseen adquirir. Entonces el plan de negocio bien dirigido arroja resultados para saber si el proyecto es factible y si lo podemos ejecutar en base a las respectivas investigaciones de campo que se realice con las herramientas adecuadas.

1.1 Justificación

Según la Dr. Vanessa Valdez (2012) afirma que “el material didáctico es todo aquel apoyo, instrumento, herramienta, objeto o dispositivo que existe y se constituye como recurso que facilita la comunicación, la transmisión y la mediación de la información o contenidos de la institución al estudiante”. Por lo que en este semestre he propuesto realizar un estudio sobre una microempresa de material didáctico, el mismo que será en beneficio de los niños – niñas, ya que es un instrumento que facilita la enseñanza aprendizaje, se caracteriza por despertar el interés del educando adaptándose a sus características, para facilitar la labor del docente y por ser sencillo, consistente y adecuado a los contenidos de aprendizaje.

Por ende este proyecto se justifica porque se desea determinar la viabilidad de la creación de una microempresa para la elaboración y comercialización de materiales didácticos para los niños-niñas de etapa inicial del cantón Quito, a través de la realización de un estudio de factibilidad, considerando ciertos factores como son; operativos, técnicos y económicos, elementos indispensables para que lo propuesto se ponga marcha. Así también mediante esta investigación se podrá conocer el tamaño ideal de la microempresa que se debe implantar para la correcta distribución y además se podrá calcular la inversión necesaria que se requiere para el negocio, utilizando los costos y gastos correctos. Y esperando que los resultados y acogida del material que se obtenga satisfagan la necesidad del educando con un producto de calidad, precios justos y servicio eficaz.

1.2 Antecedentes

Enrique Martínez-Salanova Sánchez (2007) nos dan a conocer sobre la Metodología Montessori comenzó en Italia y es tanto un método como una filosofía de la educación. Fue desarrollada por la Doctora María Montessori, a partir de sus experiencias con niños en riesgo social. Basó sus ideas en el respeto hacia los niños y en su impresionante capacidad de aprender. Por ende diseña el material didáctico como ayuda en el período de formación preescolar.

Es difícil actualmente comprender el impacto que tuvo María Montessori en la renovación de los métodos pedagógicos a principios del siglo XX, pues la mayoría de sus ideas hoy parecen evidentes e incluso demasiado simples. Pero en su

momento fueron innovaciones radicales, que levantaron gran controversia especialmente entre los sectores más conservadores.

María Montessori elaboró un material didáctico específico que constituye el eje fundamental para el desarrollo e implantación de su método. No es un simple pasatiempo, ni una sencilla fuente de información, es más que eso, es material didáctico para enseñar. Están ideados a fin de captar la curiosidad del niño, guiarlo por el deseo de aprender. Para conseguir esta meta han de presentarse agrupados, según su función, de acuerdo con las necesidades innatas de cada alumno. En general todos los materiales didácticos poseen un grado más o menos elaborado de los cuatro valores: funcional, experimental, de estructuración y de relación.

El Ministerio de Educación (2014) tiene como objetivo, en el currículo de Educación Inicial, propiciar ambientes, experiencias de aprendizaje e interacciones humanas positivas que fortalezcan el proceso educativo en los niños de 0 a 5; por ello uno de los aspectos importantes en el currículo es el uso de materiales concretos como un soporte vital para el adecuado desarrollo del proceso educativo. Ya que desde muy pequeños los niños manipulan objetos, se mueven, emiten diferentes sonidos, dan solución a problemas sencillos, estas actividades que parecen no tener mayor significado, son señales del pensamiento creativo.

El uso de material concreto desde los primeros años ofrece a los educandos la posibilidad de manipular, indagar, descubrir, observar, al mismo tiempo que se ejercita la práctica de normas de convivencia y el desarrollo de valores como por ejemplo: la cooperación, solidaridad, respeto, tolerancia, la protección del

medioambiente, entre otros. Por lo que los materiales concretos deben ser funcionales, visualmente atractivos, de fácil uso, seguros (no peligrosos), útiles para el trabajo grupal e individual, acordes a los intereses y la edad de los estudiantes.

En el Distrito Metropolitano de Quito en los Centros de Desarrollo Infantil (CDI), Centros Infantiles del Buen Vivir (CIBV), en los Centros Infantiles “Guaguas Kits” y en el nivel inicial I y II de los establecimientos educativos tanto fiscales, fisco misionales, municipales y particulares, utilizan el material didáctico como apoyo para la enseñanza - aprendizaje de los niños-niñas pues así afirma Jacqueline Hurtado directora de la Fundación FASEM (Fe, Alegría, Saber y Enseñanza), quien dice que a diario recibe muchas visitas de educadores y padres de familia en búsqueda de material lúdico que facilite el aprendizaje de los más pequeños y de los adolescentes.

CAPÍTULO II

2 Análisis situacional

2.1 Ambiente externo.

2.1.1. Factor económico.

2.1.1.1 Inflación

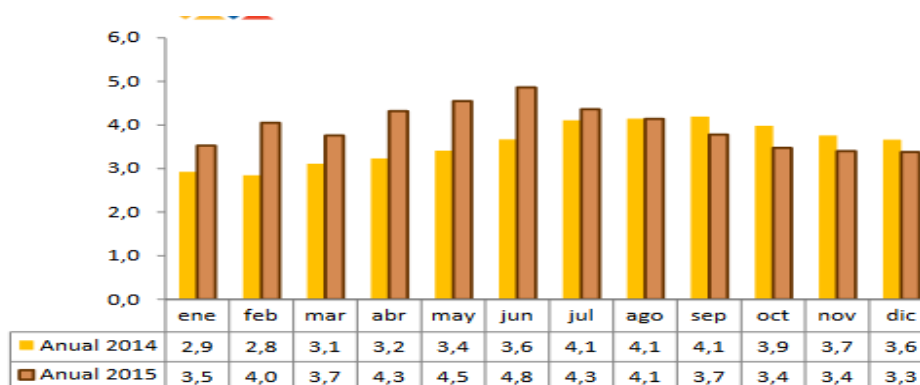
La inflación es el aumento sostenido y generalizado del nivel de precios de bienes y servicios, medido frente a un poder adquisitivo estable. Se define también como la caída en el valor de mercado o del poder adquisitivo de una moneda en una economía en particular.

La inflación es el aumento sostenido y generalizado en los precios de bienes y servicios de una economía a través del tiempo.

La evolución de los precios en una economía se suele medir mediante un índice de precios, como el Índice de Precios del Consumidor, que es elaborado por las direcciones de estadísticas de los países.

En diciembre de 2015, la inflación mensual fue de 0.09%, porcentaje inferior al de igual mes de 2014 (0,11%). En el resultado de diciembre, 8 divisiones de consumo cuya ponderación fue 69.35% se registró inflación, siendo el mayor el de la división de Bebidas Alcohólicas, Tabacos y estupefacientes, en tanto que las restantes 4 divisiones cuya ponderación agregada fue 30,65%, se registró deflación (gráfico anterior)

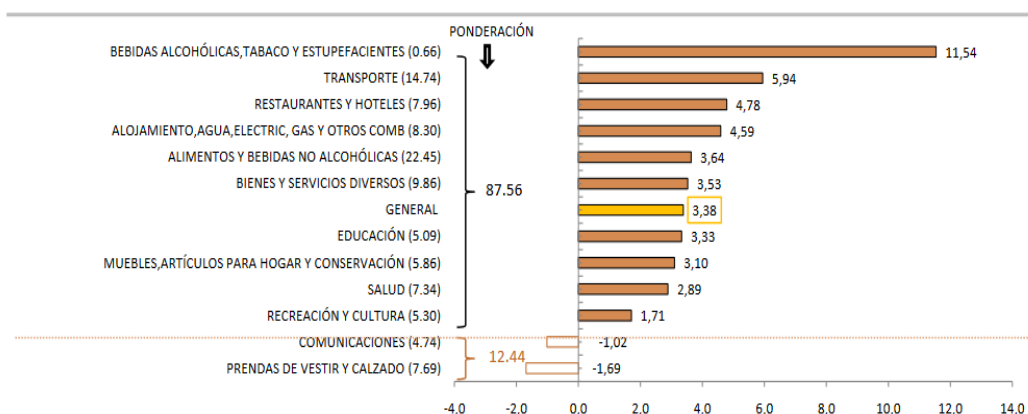
Tabla 1 Inflación 2014-2015



Fuente: Banco Central del Ecuador

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201512.pdf>

Elaborado por: Banco Central del Ecuador,



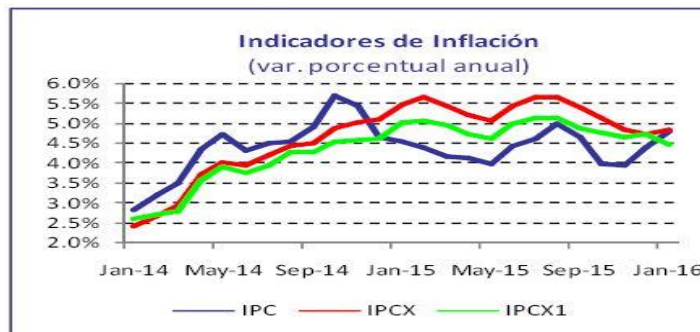
Fuente: INEC.

Fuente: Banco Central del Ecuador

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201512.pdf>

Elaborado por: Banco Central del Ecuador,

Figura 1 Inflación.



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, <http://blog.fol.cl/actualidad-financiera-internacional/wp-content/uploads/sites/4/2016/03/chile-inflaci%C3%B3n.jpg>

Elabora por: Instituto Nacional de Estadísticas

Elaborado por: Banco Central del Ecuador,

Análisis:

De acuerdo a lo visto en el cuadro podemos evidenciar que hay una **OPORTUNIDAD** por que presenciamos que los precios mantienen una tendencia sostenible y que la variación del valor de adquisición cambia muy poco.

2.1.1.2 Tasa de Interés Activa y Pasiva

Activa: Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca.

Pasiva: Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

Tabla 2 Tasa Pasiva y Activa.

Tasas de Interés			
julio – 2016			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima	% anual
para el segmento:		para el segmento:	
Productivo Corporativo	9.30	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.12	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.82	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.43	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.67	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.98	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.16	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.44	Consumo Ordinario*	17.30
Consumo Prioritario	16.30	Consumo Prioritario **	17.30
Educativo	9.43	Educativo **	9.50
Inmobiliario	10.78	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	24.96	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	23.80	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.87	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.23	Inversión Pública	9.33
Nota:			
*Según la Resolución 140-2015-F, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 627 de 13 de noviembre de 2015, se establece que la tasa de interés activa efectiva máxima para el segmento Consumo Ordinario será de 17.30%; la misma que entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.			

**Según la Resolución 154-2015-F, de 25 de noviembre de 2015, se establece que la tasa de interés activa efectiva máxima para el segmento Consumo Prioritario será de 17.30% y para el segmento Educativo será de 9.50%

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO

Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	6.01	Depósitos de Ahorro	1.28
Depósitos monetarios	0.62	Depósitos de Tarjetahabientes	1.10
Operaciones de Reporto	0.08		

3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO

Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	5.10	Plazo 121-180	6.55
Plazo 61-90	5.17	Plazo 181-360	7.01
Plazo 91-120	6.05	Plazo 361 y más	7.88

4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO

(según regulación No. 009-2010)

5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

6. OTRAS TASAS REFERENCIALES

Tasa Pasiva Referencial	6.01	Tasa Legal	8.67
Tasa Activa Referencial	8.67	Tasa Máxima Convencional	9.33

7. Tasa Interbancaria

8. Boletín de Tasas de Interés

8.1. Boletín Semanal de Tasas de Interés

8.2. Comparación Tasas: Activas Promedio – Referenciales BCE

9. Información Histórica de Tasas de Interés

9.1. Tasas de Interés Efectivas
9.2. Resumen Tasas de Interés
9.3. Tasas de Interés por Tipo de Crédito (Vigente hasta Julio de 2007)
9.4. Boletines Semanales de Tasas de Interés
10. Material de Apoyo:
10.1. Instructivo de Tasas de Interés
11. Informes de Tasas de Interés:
11.1. Evolución del Crédito y Tasas de Interés
12. Base legal:
NUEVO: Base Legal: Resolución No. 154-2015-F de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera
NUEVO: Base Legal: Resolución No. 140-2015-F de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera
NUEVO: Base Legal: Resolución No. 133-2015-M de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera
NUEVO: Base Legal: Resolución No. 043-2015-F de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera
NUEVO: Base Legal: Resolución No. 059-2015-F de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera
NUEVO: Base Legal: Resolución No. 044-2015-F de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera
12.1. Base Legal: Regulación No. 153 del Directorio del Banco Central del Ecuador
12.2. Base Legal: Regulación No. 154 del Directorio del Banco Central del Ecuador
12.3. Base Legal: Regulación No. 161 del Directorio del Banco Central del Ecuador
12.4. Base Legal: Regulación No. 184 del Directorio del Banco Central del Ecuador
12.5. Base Legal: Regulación No. 190 del Directorio del Banco Central del Ecuador
12.6. Base Legal: Regulación No. 197 del Directorio del Banco Central del Ecuador
12.7. Base Legal: Regulación No. 198 del Directorio del Banco Central del Ecuador

12.8. Base Legal: Regulación No. 009-2010 del Directorio del Banco Central del Ecuador
--

Nota: A partir de las tasas de enero 2016 se toma en consideración la información de operaciones activas y pasivas del Sector Financiero Popular y Solidario
--

Fuente: Banco Central del Ecuador
<https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Index.htm>
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

SISTEMA FINANCIERO

Tasa Activa.- Es el que se cobra.

Tasa Pasiva.- Es el que se paga.

Las tasas de interés son muy importantes porque son los indicadores para cualquier movimiento económico, así también es una ventaja que nos dan para depositar nuestro dinero en dicha entidad financiera por lo tanto se podrá realizar créditos.

Análisis.

Tasa Activa: De acuerdo al cuadro la tasa de interés activa para la inversión empresarial es del 10.12 % esto es una OPORTUNIDAD porque se puede realizar créditos para implementar o mejorar el negocio, también porque existe un límite en el cobro de interés el cual está impuesto por la ley de la Superintendencia de Bancos para que no cobren una tasa de interés mayor a la que esta ley determine.

Tasa Pasiva: El valor que la banca paga a sus clientes por los depósitos es una AMENAZA porque es casi la mitad de lo que cobran por los créditos, el dinero en

estas entidades financieras pagan es un interés de 6.01%, por lo tanto afecta de una forma media ya que gracias al control que las entidades financieras nos pagan lo que determina la ley.

2.1.1.3 Producto Interno Bruto (PIB)

Se trata de una noción que engloba a la producción total de bienes y servicios de una nación durante un determinado periodo de tiempo, expresada en un monto o precio monetario.

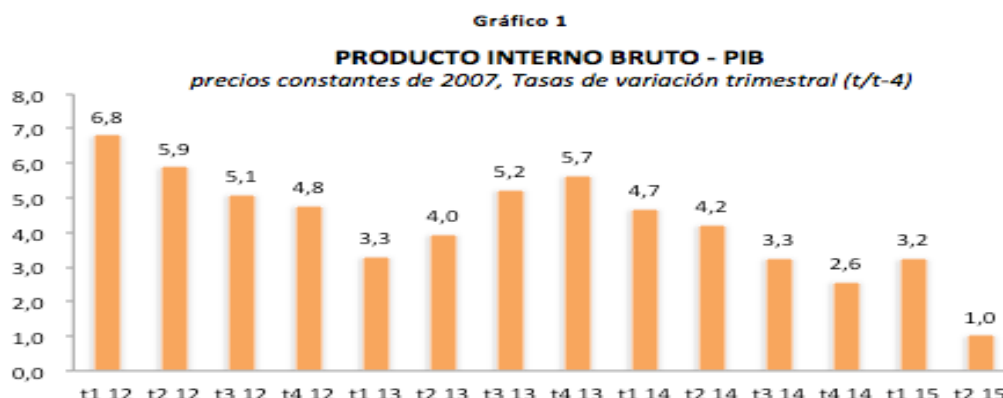
El PIB es usado como una medida del bienestar material de una sociedad y es objeto de estudio de la macroeconomía. Por lo que el Banco Central del Ecuador (2015), (BCE) pone a disposición de la ciudadanía el cálculo del PIB por el enfoque del ingreso. Esta información es esencial para el análisis económico, pues permite conocer cómo se reparte entre la población la riqueza generada en el país cada año: esto es el reparto de la riqueza nacional en salarios, ingreso del capital, entre otros. Entonces el Banco Central del Ecuador nos da la siguiente información:

- La economía ecuatoriana presentó un crecimiento de 1,0% en el segundo trimestre de 2015, comparado con igual período del año anterior.
- La economía no petrolera sostiene el crecimiento económico durante 22 trimestres consecutivos en su variación inter-anual. En el segundo trimestre de 2015 el VAB No Petrolero se incrementó en 2,4%.

- Las variables macroeconómicas que más contribuyeron al crecimiento de 1,0% del PIB fueron el Gasto de Consumo Final de los Hogares, el Gasto de Consumo Final del Gobierno y las Exportaciones. (Banco Central del Ecuador, 2015)

De acuerdo a los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales publicados por el Banco Central del Ecuador (BCE), la economía ecuatoriana registró un crecimiento de 1,0% en el segundo trimestre de 2015, comparado con igual período de 2014 (t/t-4) (Gráfico 1)

Figura 2 PIB.

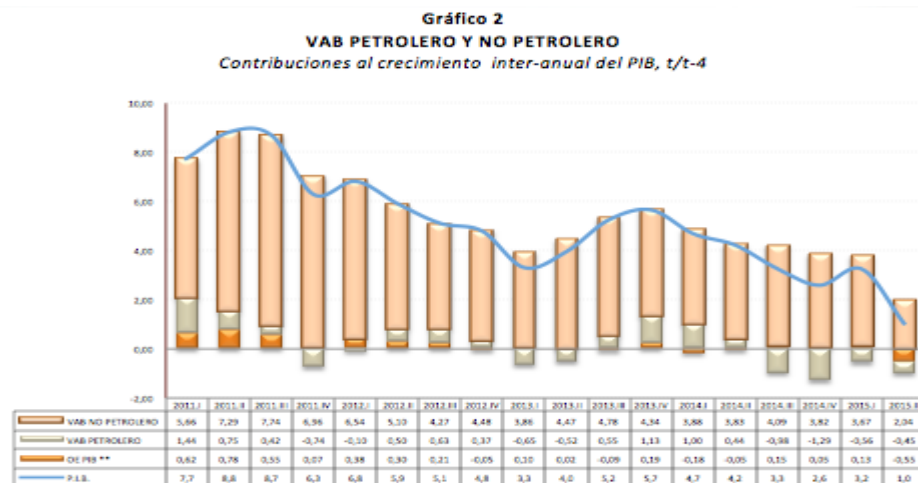


Fuente: Banco Central del Ecuador <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/836-en-el-segundo-trimestre-de-2015-el-pib-de-ecuador-mostr%C3%B3-un-crecimiento-inter-anual-de-10>

Elaborado por: Banco Central del Ecuador,

El resultado del 1,0%, de crecimiento inter-anual del PIB se explica en su mayoría por el desempeño del sector no petrolero, que contribuyó con 2,04 puntos porcentuales. De su parte, el valor agregado del sector petrolero tuvo un aporte negativo al crecimiento inter-anual de -0,45 puntos porcentuales, como se observa en el Gráfico 2.

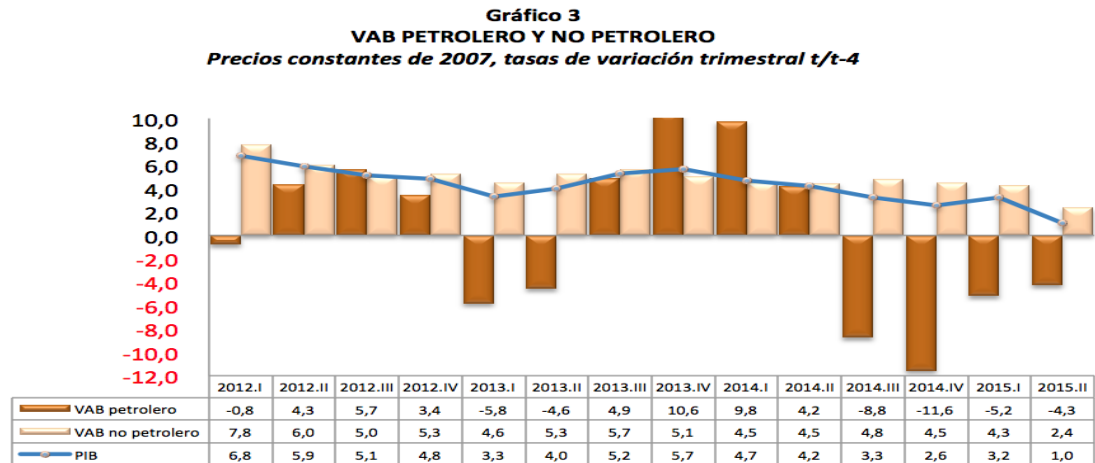
Figura 3 VAB



Fuente: Banco Central del Ecuador <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/836-en-el-segundo-trimestre-de-2015-el-pib-de-ecuador-mostr%C3%B3-un-crecimiento-inter-anual-de-10>
Elaborado por: Banco Central del Ecuador,

El VAB no petrolero se incrementó a una tasa del 2,4% interanual, mientras el VAB petrolero registró un decrecimiento de -4,3%, debido principalmente a la caída de la producción del petróleo crudo, como se ve en el Gráfico 3.

Figura 4 PIB

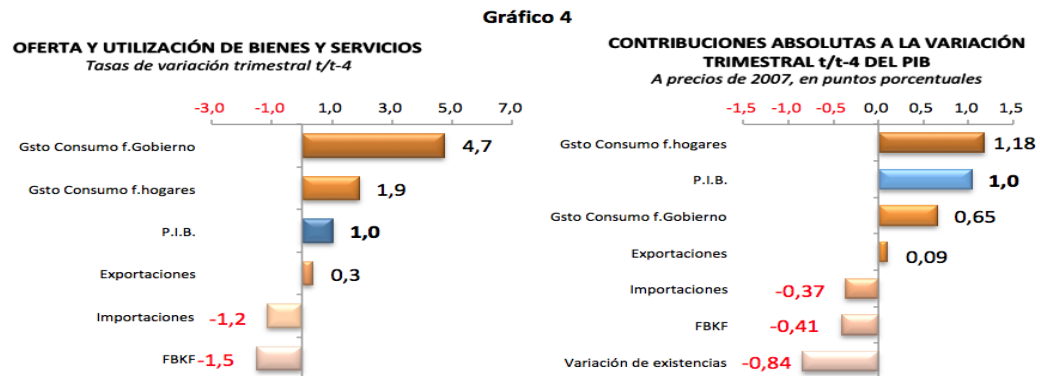


Fuente: BCE

Fuente: Banco Central del Ecuador <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/836-en-el-segundo-trimestre-de-2015-el-pib-de-ecuador-mostr%C3%B3-un-crecimiento-inter-anual-de-10>
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Como se observa en el Gráfico 4, en lo que respecta a la Oferta y Utilización de Bienes y Servicios, los componentes del PIB que más contribuyeron al crecimiento económico inter-anual en el segundo trimestre de 2015 en puntos porcentuales fueron el Gasto de Consumo Final de los Hogares (1,18), el Gasto Consumo Final del Gobierno (0,65) y las Exportaciones (0,09).

Figura 5 PIB



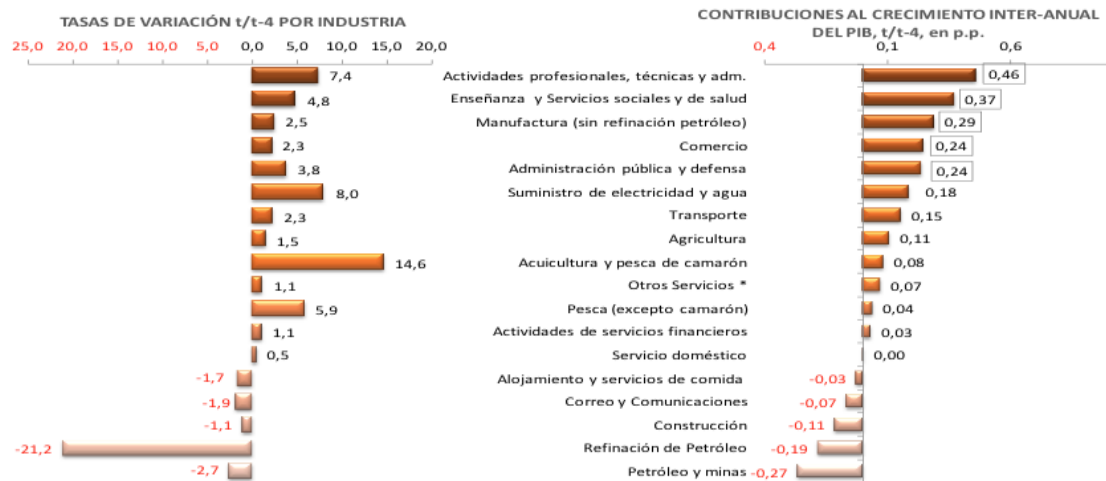
Fuente: BCE.

Fuente: Banco Central del Ecuador <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/836-en-el-segundo-trimestre-de-2015-el-pib-de-ecuador-mostr%C3%B3-un-crecimiento-inter-anual-de-10>
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

El Gráfico 5 muestra las ramas económicas que más contribuyeron al crecimiento interanual del PIB en puntos porcentuales: actividades profesionales (0,46), enseñanza y salud (0,37), manufactura (0,29), comercio (0,24) y administración pública (0,24).

Figura 6 PIB

Gráfico 5



Fuente: BCE

Fuente: Banco Central del Ecuador <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/836-en-el-segundo-trimestre-de-2015-el-pib-de-ecuador-mostr%C3%B3-un-crecimiento-inter-anual-de-10>
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Tabla 3 PIB

4.3.6 INDICADORES MACROECONOMICOS TRIMESTRALES (1)																				
tasas de variación t/t-1																				
Período	2011				2012				2013				2014				2015			
Indicador	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
	OFERTA Y UTILIZACIÓN FINAL																			
PIB	1,1	2,6	1,5	0,9	1,6	1,7	0,8	0,6	0,2	2,4	2,0	1,0	-0,7	1,9	1,1	0,3	-0,1	-1,0	0,1	0,1
Importaciones (FOB)	1,4	0,2	1,4	0,5	1,7	1,2	1,8	-0,9	6,3	3,0	1,9	0,4	0,6	5,4	3,1	-0,3	-4,6	-3,7	2,2	0,7
TOTAL OFERTA	1,2	1,9	1,5	0,8	0,8	1,6	1,0	0,2	1,6	2,5	1,1	0,7	-0,4	2,7	1,6	0,2	-1,2	-1,7	0,6	0,1
Demanda interna	0,8	2,5	1,0	1,0	0,3	1,6	1,4	0,3	1,8	2,9	1,0	0,5	-0,8	3,1	1,6	-0,2	-1,5	-1,1	1,2	0,0
Gasto de Consumo final Hogares	0,8	1,4	1,2	0,7	0,3	1,7	0,5	0,6	0,5	2,2	0,0	0,8	-0,9	2,6	1,8	1,1	-1,1	-1,4	0,1	0,0
Gasto de Consumo final Gobierno General	0,7	5,5	0,3	2,7	5,4	0,3	2,2	4,2	-0,5	3,5	1,6	0,3	-1,1	2,1	1,3	2,0	-2,5	0,4	1,1	0,6
Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF)	4,1	2,7	3,3	2,8	2,6	2,5	2,3	0,7	6,1	2,1	0,4	0,9	0,3	3,3	1,6	0,5	-1,7	-2,4	1,3	1,5
Exportaciones (FOB)	2,6	0,2	3,5	0,0	2,7	1,8	-0,5	-0,1	0,8	0,9	1,4	1,3	0,7	1,4	1,5	1,5	0,0	-3,7	1,8	0,4
TOTAL UTILIZACIÓN	1,2	1,9	1,5	0,8	0,8	1,6	1,0	0,2	1,6	2,5	1,1	0,7	-0,4	2,7	1,6	0,2	-1,2	-1,7	0,6	0,1
	VALOR AGREGADO BRUTO POR INDUSTRIAS																			
Agricultura	3,3	4,1	1,8	1,1	2,1	1,1	-0,9	1,1	3,3	0,7	3,0	1,7	-0,2	0,3	-0,4	0,3	1,5	-0,2	0,8	1,6
Acuicultura y pesca de camarón	6,3	0,5	11,9	7,0	6,5	3,4	0,2	2,5	2,8	6,0	2,7	1,3	1,4	2,7	0,9	7,1	4,5	2,7	2,7	3,8
Pesca (excepto camarón)	5,5	0,4	3,3	0,6	2,5	2,0	5,7	6,9	1,7	3,3	8,2	4,3	-0,4	9,3	7,4	-1,0	-2,1	-0,9	2,6	4,0
Petróleo y minas	0,0	1,1	1,0	1,8	1,4	0,4	2,7	-1,6	2,4	4,2	3,3	1,7	-1,6	0,5	0,3	0,2	-0,7	-1,7	1,0	1,1
Refinación de Petróleo	-1,1	-3,5	-5,6	-27,7	40,2	26,7	-15,5	-20,6	-47,5	14,6	82,7	-7,1	-26,1	-8,3	-52,8	-67,5	262,7	11,1	46,0	-5,5
Manufactura (excepto refinación de petróleo)	1,7	1,2	1,6	0,2	0,3	1,5	0,7	1,4	1,3	2,0	1,1	1,2	-0,5	1,2	1,1	0,3	0,6	0,2	0,4	0,3
Suministro de electricidad y agua	7,3	9,8	5,1	-0,2	13,9	2,5	-6,0	0,8	10,9	5,2	6,1	0,9	-1,7	9,0	3,1	0,5	1,5	2,8	0,9	2,0
Construcción	4,7	4,2	4,8	4,0	1,0	3,3	2,4	2,9	0,9	2,6	1,1	2,1	1,9	1,9	2,6	-1,3	-0,4	-0,3	1,4	0,2
Comercio	1,8	1,4	1,5	0,5	1,6	1,6	0,8	-0,2	3,2	2,2	0,6	1,5	0,6	4,9	2,8	0,3	-1,1	-1,0	0,6	0,0
Alojamiento y servicios de comida	-1,2	4,1	1,4	1,2	0,2	2,6	-0,5	-0,8	1,4	3,1	3,8	3,2	1,4	0,1	0,2	1,7	-1,2	-4,9	1,3	4,5
Transporte	1,0	1,7	1,5	1,3	1,0	2,5	1,3	1,0	0,9	2,8	1,0	1,4	2,2	0,7	1,5	1,2	0,1	-0,7	0,5	0,1
Correo y Comunicaciones	1,7	0,7	0,3	1,4	3,2	2,6	2,1	3,5	0,8	1,6	0,8	0,9	2,3	5,2	1,9	0,8	-2,6	-2,4	0,5	1,5

PROPONER UN ESTUDIO FINANCIERO SOBRE LA FACTIBILIDAD DE UNA MICROEMPRESA DE MATERIAL DIDÁCTICO, PARA NIÑOS Y NIÑAS DE ETAPA INICIAL, UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL PERIODO ACADÉMICO 2016.

Actividades de servicios financieros	2,6	4,2	5,7	2,0	8,8	1,9	0,4	0,3	-5,4	0,1	0,0	0,5	1,1	1,9	1,2	1,3	-1,5	-2,5	-1,3	-	-
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	1,7	4,5	3,4	1,6	1,1	2,3	0,0	0,0	1,4	2,9	1,7	0,7	-1,0	0,9	2,4	3,1	0,6	0,2	0,8	0,5	
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	- 0,6	0,9	- 0,1	2,8	1,8	0,0	2,8	4,4	-7,3	2,7	0,9	0,0	-2,4	2,6	1,0	2,2	-2,9	-1,1	1,7	0,7	
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	- 0,4	10,6	- 0,7	2,4	0,6	0,2	1,6	3,3	-1,0	4,0	2,1	1,0	-0,8	1,1	1,5	1,6	-2,9	1,8	0,4	0,4	
Servicio doméstico	- 1,6	- 1,9	0,0	-1,3	0,5	- 0,2	0,1	-1,4	0,7	0,5	1,0	5,5	0,3	- 0,8	0,7	0,5	-0,3	0,2	0,2	- 0,6	
Otros Servicios (2)	0,8	1,6	0,4	0,0	- 0,7	- 0,1	0,4	1,2	1,0	1,4	0,9	0,5	-2,1	0,6	0,4	0,8	-0,7	-0,3	- 0,1	- 0,4	
TOTAL VALOR AGREGADO BRUTO	1,5	2,4	1,4	1,0	1,7	1,6	0,7	0,9	0,0	2,4	2,1	1,0	-0,5	1,8	1,0	0,5	-0,2	-0,5	0,2	-	
OTROS ELEMENTOS DEL PIB	- 7,8	6,8	4,2	-0,9	0,6	4,7	1,9	-6,9	3,2	2,5	0,6	- 0,3	-6,0	6,1	4,4	-2,6	2,5	15,3	- 9,5	- 6,0	
PIB	1,1	2,6	1,5	0,9	1,6	1,7	0,8	0,6	0,2	2,4	2,0	1,0	-0,7	1,9	1,1	0,3	-0,1	-1,0	0,1	0,1	
(1) A partir del Boletín No.80 las Cuentas Nacionales Trimestrales, toman como referencia el año 2007 de las cuentas nacionales anuales. Para mayor información acceder al link: http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/763 .																					
(2) Incluye: Actividades inmobiliarias y Entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios.																					

Fuente: Banco Central del Ecuador <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/763>.
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

El PIB representa una **AMENAZA** para la industria manufacturera ya que ha bajado el -0.29% y en otros sectores económicos han tenido un decremento en este año, lo que demuestra que existe poca demanda en este sector manufacturero en el país.

2.1.2 Factor social.

Cuando hablamos de factor social nos referimos a toda la población del Distrito Metropolitano de Quito a la misma que está dirigida la implementación de la

microempresa de material didáctico, ya que dentro de este sector urbano podemos encontrar microempresas, medianas y grandes empresas de materiales didácticos de acuerdo a las estadísticas de la Cámara de Comercio de Quito, por ende el proyecto está dirigido a toda los tipos de papelerías, librerías y jugueterías del sector, por lo que implementar esta microempresa será beneficioso.

2.1.2.1 La cultura

Dentro de la cultura podemos mencionar las costumbres y tradiciones con las que cuenta la sociedad, el mismo que beneficiara al proyecto de una forma positiva ya que en la actualidad la mayoría de los Centros Infantiles trabajan con materiales didácticos como medio de apoyo para su enseñanza a los niños/niñas y por ende los padres de familia también tienen una mente abierta hacia el futuro de sus hijos e hijas, por lo que muchos comprar materiales didácticos para que sus niños y niñas fortalezcan su aprendizaje al 100% y más aún la sociedad compra dichos materiales si son innovadores y precios cómodos.

2.1.3 Factor legal

La Ley de Gestión Ambiental, Codificación (2004) nos da a conocer algunos aspectos importantes dentro de los siguientes artículos:

Art. 1.- La presente Ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de

participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

Art. 6.- El aprovechamiento racional de los recursos naturales no renovables en función de los intereses nacionales dentro del patrimonio de áreas naturales protegidas del Estado y en ecosistemas frágiles, tendrán lugar por excepción previo un estudio de factibilidad económico y de evaluación de impactos ambientales.

Art. 14.- Los organismos encargados de la planificación nacional y seccional incluirán obligatoriamente en sus planes respectivos, las normas y directrices contenidas en el Plan Ambiental Ecuatoriano (PAE).

Los planes de desarrollo, programas y proyectos incluirán en su presupuesto los recursos necesarios para la protección y uso sustentable del medio ambiente. El incumplimiento de esta disposición determinará la inejecutabilidad de los mismos.

Art. 41.- Con el fin de proteger los derechos ambientales individuales o colectivos, concédase acción pública a las personas naturales, jurídicas o grupo humano para denunciar la violación de las normas de medio ambiente,

sin perjuicio de la acción de amparo constitucional previsto en la Constitución Política de la República. (LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL, 2004)

Análisis.

En los últimos años las leyes han tenido un cambio radical tanto para los productores como para los consumidores, como lo podemos apreciar en los artículos de la Ley de Gestión Ambiental, Codificación que esta mencionados en la parte anterior, en la misma que esto no afecta al 100% al proyecto porque es una microempresa que se trabajara con productos poco contaminantes.

2.1.4 Factor Tecnológico.

- La tecnología representa un papel fundamental en la nueva economía digital, llegando incluso a posibilitar la aparición de nuevos negocios.
- Internet es, desde el punto de vista tecnológico, una red de redes de ordenadores, la red, interconectados por unos lenguajes o protocolos llamados TCP/IP.
- Las redes y los anchos de banda de las distintas tecnologías de acceso marcan diferencias importantes en cuanto a las posibilidades de uso de

Internet. La creación de redes con mayor ancho de banda supondrá un importante desarrollo de Internet y de sus aplicaciones.

- La plataforma tecnológica que escoja una empresa determinará las funciones que pueda realizar en el nuevo marco. (Andenser Consulting, S/F)

Es decir la Tecnología se refiere a los conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad. Nos referimos a uno de los factores de mayor efecto sobre la actividad empresarial, la ciencia proporciona el conocimiento y la tecnología lo usa para un mejoramiento continuo.

Análisis:

El aspecto tecnológico es una **OPORTUNIDAD** dentro de una microempresa, ya que en el país ha ido evolucionando y creciendo rápidamente en la mejora tecnológica y sujetándose a la gran demanda que existe para poder satisfacer todas las necesidades del consumidor mejorando la calidad el tiempo y el precio. Así también la tecnología brinda algunos beneficios como: tener mayor productividad, innovación y variedad de productos para el consumidor.

2.2 Entorno local

2.2.1 Clientes.

Son las personas que acceden a un producto o servicio a partir de un pago. Los clientes pueden ser **activos** (ya se les ha vendido algo) o **potenciales** (pueden estar interesados en comprar. Así también existen clientes constantes que acceden de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual entre ellos se puede encontrar a niños, jóvenes, adultos, y todas las personas que se encuentran dentro del PEA(Población Económicamente Activa).

Tabla 4 Exigencia del cliente.

EXIGENCIA DE NUESTROS CLIENTES	
Precio	Económicos y descuentos.
Calidad	Excelente Producto.
Servicio	Atención al cliente con eficiencia, calidad y calidez humana.
	Entrega a domicilio.

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

2.2.2 Proveedores

Es la persona que surte a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad o también es la persona o empresa que abastece con algo a

otra empresa o a una comunidad. Los mismos que posteriormente serán transformados para venderlos.

Es la persona que surte a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad o también es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. Los mismos que posteriormente serán transformados para venderlos.

Tabla 5 Proveedores

Proveedores	Ciudad / Provincia	Dirección	Productos	Teléfonos
Librería y papelería popular	Quito-Pichincha	Cañaris S9-573 y Av. Mariscal Sucre	Fomix, Barras de silicón, goma Fomix, Barras de silicón, goma, Cartón, fieltro	22660420
Mueblería Andreita	Quito-Pichincha	San Vicente de las Casa y Av. Mariana de Jesús	Madera y triples	999482350
Ferretería López	Quito-Pichincha	Obispo Días de la Madrid y Padre Damián	Goma para madera, tuercas, clavos	3027837

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis:

Los proveedores son una **OPORTUNIDAD** muy alta para el proyecto ya que existe varias empresas y microempresas que pueden abastecer de productos y servicios a la microempresa una vez que esté en funcionamiento, siempre y cuando la persona encargada de buscar productos encuentren proveedores responsables, honestos y puntuales al momento de realizar la entrega necesaria para la microempresa.

2.2.3 Competidores

El número de competidores en el área del mercado donde se piense establecer, en relación con el mercado potencial, le dará un indicador de la necesidad de una empresa del giro que usted quiere establecer en esa área. Por supuesto que, si las empresas existentes no están proporcionando servicios o productos adecuados, un nuevo competidor habrá de captar una parte sustancial del mercado.

Al identificar a los competidores, es importante saber que éstos pueden ser directos o indirectos. Es fácil saber quiénes son sus competidores directos, dado que venden el mismo producto o servicio que usted. Para identificarlos basta con consultar la sección amarilla, recorrer el área en la cual se pretende establecer, consultar los periódicos locales, etcétera. Por otro lado, los competidores indirectos son los que venden productos o servicios a su mercado aunque no exactamente lo mismo. Es decir, ellos compiten por el dinero del mercado.

Tabla 6 de competencias

Locales Comerciales	Calidad		Servicios
Didácticas Manitas Creativas	Buen Servicio infraestructura	Buena	Crédito directo Venta al por mayor y menor Variedad en productos.
MAPRADIC CIA. LTDA.	Buen Servicio infraestructura	Buena	Variedad de servicio y Atención personalizada
Garabatos	Buen Servicio infraestructura	Buena	Venta al por mayor y menor Entrega a Domicilio
Árbol de MAPLE	Buen Servicio infraestructura	Buena	Variedad de producto Entrega a domicilio.

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis

En el sector de Quito existe una competencia directa el cual es una amenaza media para la implementación de este tipo de microempresa que se dedicará a la comercialización de material didáctico, pero muchas de las microempresas que se encuentran alrededor pueden ubicarse en competidores indirectos y convirtiéndose así en una oportunidad, ya que mi microempresa fabricara directamente materiales manipulables para los niños y niñas y desarrollar específicamente la motricidad fina y además se tomara en cuenta los gustos y preferencias de nuestra clientela para brindar un mayor aprendizaje de sus pequeños.

2.3 Análisis interno.

2.3.1 Propuesta estratégica.

Satisfacer las necesidades de los niños y niñas a través del uso de materiales didácticos en su proceso de aprendizaje para un mejor desarrollo de la motricidad fina.

2.3.1.1 Misión.

Crear una microempresa para elaborar materiales didácticos para niños y niñas de etapa inicial con material de excelente calidad con precios competitivos y servicio de calidad.

2.3.1.2 Visión.

Dentro de los próximos 5 años ser la mejor microempresa líder en la distribución de material didáctico con variedad de productos y precios, y a la vez manteniendo siempre la filosofía de calidad, innovación y servicio eficiente.

2.3.1.3 Objetivos.

2.3.1.3.1 Objetivo General

Elaborar productos didácticos con una gran variedad de materiales de buena calidad a precios económicos, para ayudar a desarrollar la motricidad fina de los niños y niñas de 1 a 3 años de edad del Distrito Metropolitano de Quito.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar el mercado de comercialización de material didáctico en la ciudad de Quito.
- Contar con materia prima y herramientas de buena calidad.
- Tener personal capacitado.
- Establecer las diferencias y tipos de materiales didácticos de acuerdo a la edad del niño y niña
- Utilizar la publicidad como: Medios de comunicación, trípticos y hojas volantes para promover o dar a conocer los materiales que vamos a comercializar.

2.3.1.4 Principios y/o valores

Los principios empresariales unen las razones de ser o de existir de una empresa con la forma en que ésta desempeña su función en la sociedad, siempre y cuando integrando valores como la honestidad, confianza, respeto, justicia, ética, eficiencia, trabajo en equipo cumpliendo así con las funciones y responsabilidades de la microempresa.

Valores primordiales.

Trabajo en equipo.

Todos los miembros de una empresa desde el gerente hasta el personal de servicio deben tener prudencia, ser tolerante y escuchar las opiniones de los demás

sin hacer de menos a nadie. Además debemos tener dominio y confianza de sí mismo.

Responsabilidad.

El trabajador tiene que ser responsable de sus funciones delegadas o encomendadas del empleador dentro de la empresa.

Puntualidad

El trabajador tiene que cumplir con el horario de entrada a su labor para que no exista ningún retraso en la productividad de la microempresa y poder cumplir con nuestras obligaciones con los clientes.

Respeto.

Respetarse a sí mismo, a sus compañeros de trabajo y clientes para que exista muy buena comprensión entre el empleador y el trabajador dentro de la empresa.

Solidaridad.

El gerente y todos los trabajadores tienen que ser solidario entre compañeros de trabajo para fortalecer el trabajo en equipo.

Honradez.

El trabajador tiene que ser honrado que diga la verdad para generar confianza tanto para los clientes internos como externos de la empresa.

Eficiencia.

El gerente y los miembros de una empresa deben realizar las cosas correctamente utilizando los recursos disponibles para producir resultados deseados de alta calidad y satisfacer la necesidad del cliente.

Mejora continua.

- ❖ Estar permanentemente actualizándonos para un mejor desempeño.
- ❖ Tener siempre presente que nuestro desafío será de contar con una organización ágil, eficiente y flexible a cambios pensando siempre en satisfacer las necesidades de nuestra clientela.
- ❖ Además nuestro éxito se fundamentará por brindar calidad, servicio y competitividad.

Políticas internas.

Políticas Humanas.

- El equipo de trabajo deberá cumplir con la jornada establecida de 8 horas diarias.
- Tratar al empleado interno como se desea que él trate al externo.

- Todos los trabajadores de la empresa deberán recibir obligatoriamente las prestaciones sociales de ley, como primas, vacaciones e indemnizaciones según sea el caso, deben estar afiliadas al IESS, además de hacerles reconocimiento de horas extras y suplementarias, como también algunas novedades adicionales que suelen suceder durante el tiempo que lleve trabajando dentro de la microempresa.

- Además se brindara a los trabajadores un ambiente laboral digno y seguro.

Políticas de Equipo.

Mantener siempre la confianza, cordialidad, amabilidad, honestidad, sinceridad, eficiencia, comprensión y trabajo en equipo para con las personas que laboran dentro de la microempresa, y así conseguir un ambiente de calidad y calidez con personas comprometidas con su labor tanto por parte de los trabajadores como del gerente empresarial.

Análisis:

Los principios y valores representan una **FORTALEZA** dentro de la microempresa, ya que solo respetando las potencialidades y opiniones de los demás se podrá lograr nuestros objetivos propuestos y además se conseguirá un ambiente armonioso lleno de personas comprometidas con su labor y responsabilidad, por lo tanto se conseguirá que día a día la microempresa se fortalezca y abra sus puertas a más clientela.

Estrategias:

Impartir capacitaciones sobre Cursos de conocimientos de elaboración de Material Didáctico en diferentes recursos.

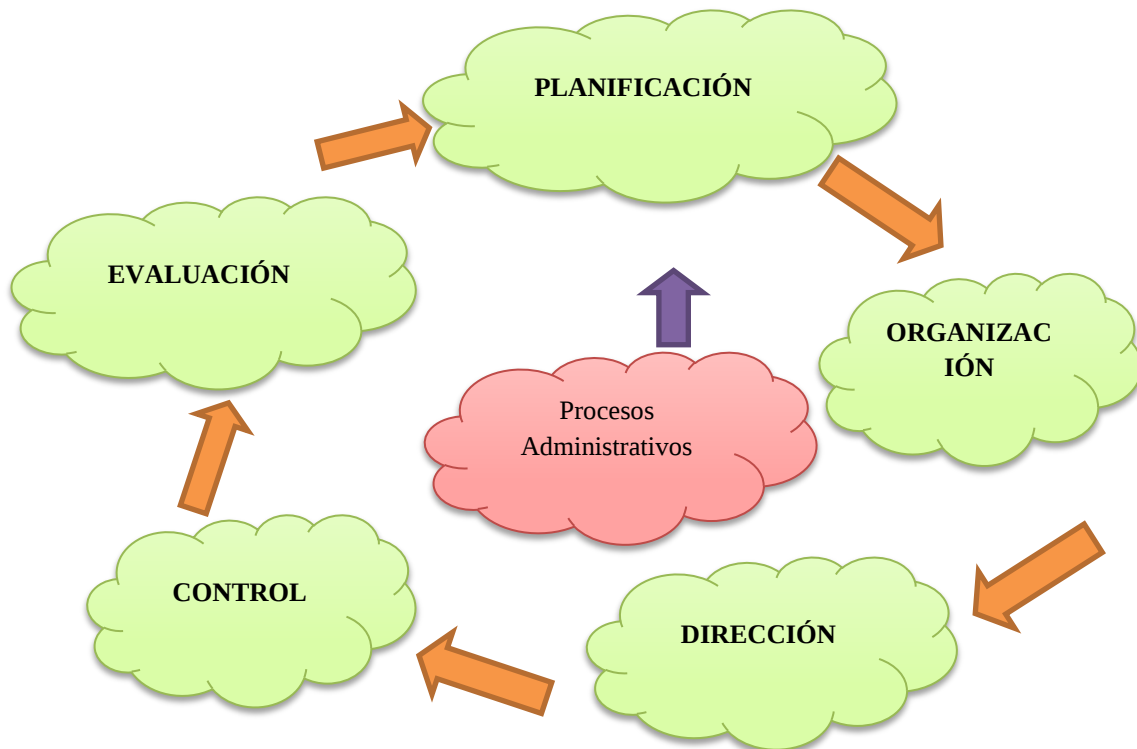
- ✓ Cursos de foami.
- ✓ Cursos de elaboración de material didáctico en madera o triples.
- ✓ Cursos de atención al cliente.
- ✓ Cursos de práctica de ventas.
- ✓ Además se invertirá tiempo y dinero con proveedores de alto reconocimiento y trayectoria en el mercado local.
- ✓ Se dará a conocer a los trabajadores las responsabilidades y actividades de deben realizar y a la vez generará confianza en sus delegaciones.
- ✓ Y como no también abrir sucursales a nivel local, y en un futuro a nivel nacional contando con personal altamente calificado.

2.3.2 Gestión administrativa

Según Universidad Nacional Mayor de San Marcos(1999) nos dice que la Gestión Administrativa es, “Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: **Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar o evaluar**” entonces la gestión administrativa es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que trabajador y el grupo los individuos que conforman la microempresa cumplan eficientemente los objetivos específicos y las funciones correspondientes.

Las fases del proceso administrativo son:

Figura 7 de proceso administrativo



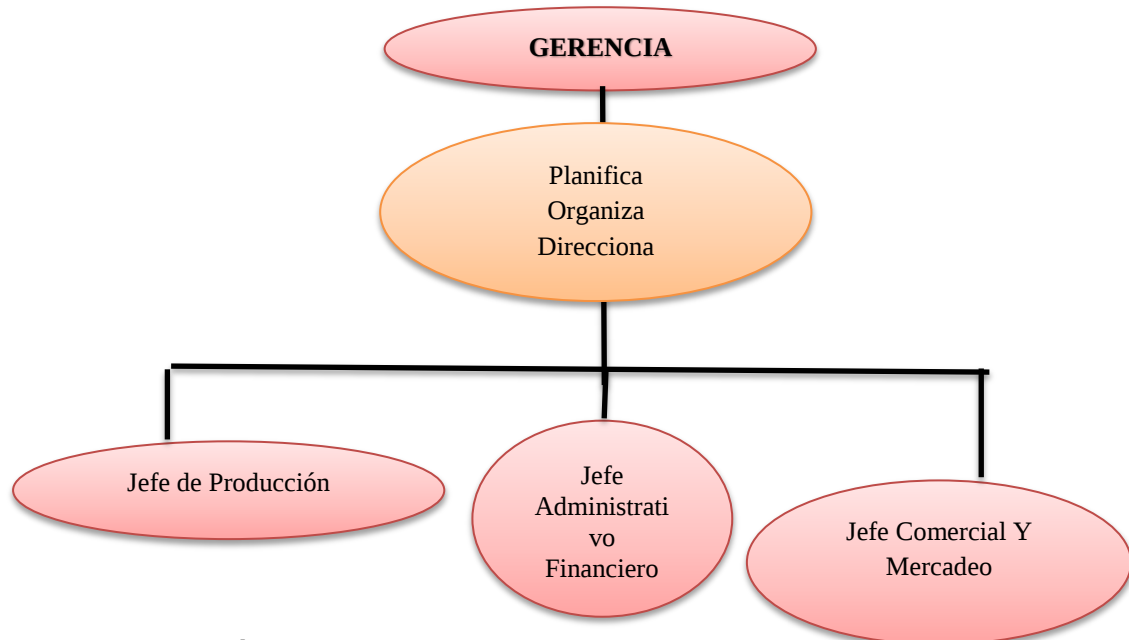
Fuente: Investigador
Elaborado por: Patricia Chusin

Planificación:

La empresa debe tener muy en claro su planificación estratégica para cumplir con sus objetivos que va realizar en su negocio para un futuro de la empresa. Además es un proceso continuo analítico y comprensivo que incluye tanto la formulación como la implementación de una estrategia.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.

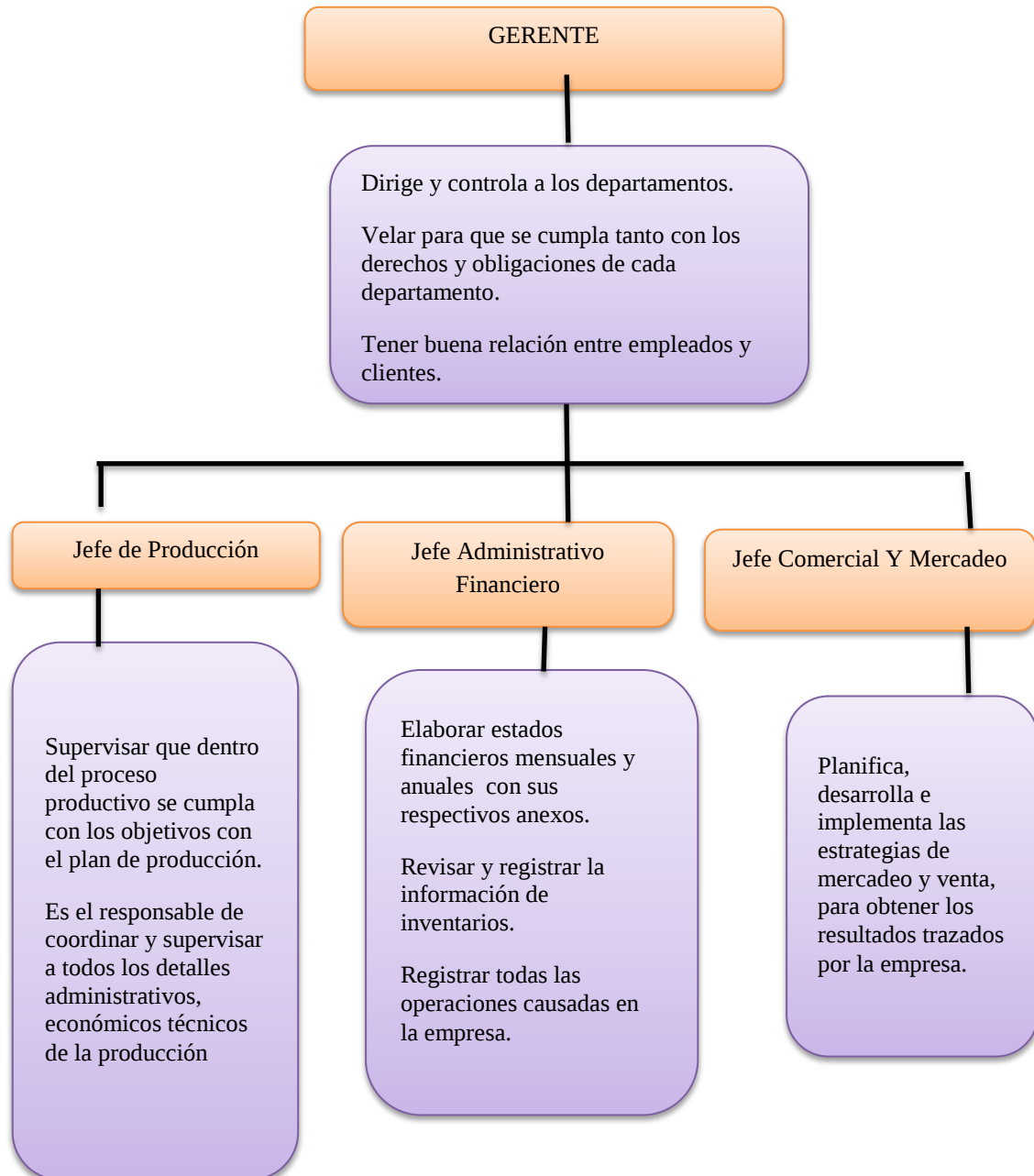
Figura 8 Organigrama Estructural



Fuente: Investigador
Elaborado por: Patricia Chusin

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Figura 9 Organigrama funcional.



Fuente: Investigador
Elaborado por: Patricia Chusin

Manual de funciones:

Departamento de producción:

- a) Supervisa que se cumpla los objetivos.
- b) Coordina los detalles de la administración.
- c) Determina los plazos de entrega.
- d) Planifica las compras y selecciona a los proveedores.

Departamento de administración financiera.

- a) Elabora los estados financieros mensuales y anuales.
- b) Elabora los presupuestos.
- c) Registra los inventarios de la microempresa
- d) Controla los ingresos y egresos.
- e) Análisis del balance general.
- f) Se encarga de las cobranzas y los pagos.

Departamento comercial.

- a) **Supervisa:** conoce a la perfección las tareas que realizan día a día sus vendedores y supervisa el trabajo del equipo.
- b) **Lidera:** representa a sus vendedores, frente al directorio y los clientes.

- c) **Clasifica:** para hacer eficiente el uso del tiempo y optimizar los resultados, el gerente comercial debe clasificar en categorías a los clientes de la empresa.
- d) **Fija Precios:** el gerente comercial, es el responsable de la fijación de precios y de definir la política de descuentos y bonificaciones.
- e) **Gestiona la cobranza:** en el afán de vender, los ejecutivos de cuenta, no miden y no tienen en cuenta, la problemática financiera.

Dirección:

- Es la ejecución de los planes a través de la toma de decisiones; se debe conocer cómo es el comportamiento de la gente, como individuo y como grupo. De manera apropiada para alcanzar los objetivos de una organización.
- El considerar los esfuerzos esenciales de aquellos que integran el sistema cooperativo, se hace notar debido que es la parte esencial y central de la administración, a la cual se debe ordenar los demás elementos.
- En fin la dirección es guiar a un grupo de individuos para lograr los objetivos de la empresa. En donde la comunicación es el mecanismo más eficiente para fortalecer todas las actividades administrativas.
- Dirigir implica mandar, influir a los empleados para que realicen tareas esenciales. La relación y el tiempo son fundamentales para las actividades de la dirección, de hecho la dirección llega al fondo de las relaciones de

los gerentes con cada uno de las personas que trabajan con ellos. Los gerentes dirigen tratando de convencer a los demás de que se les unan para lograr las metas planificadas.

- Es la aplicación de los conocimientos en la toma de decisiones incluye la tarea de fincar los objetivos, alcanzarlos, determinación de la mejor manera de llevar a cabo el liderazgo y ocuparse de la manera de planeamiento e integración de todos los sistemas en un todo unificado.
(Castillo, 2012)

Principios de la dirección:

De la resolución de conflictos.- Resolución de problemas desde el momento que aparece para que no se desarrolle.

Aprovechamiento de conflicto.- los problemas se presenta en la vida y no deben ser tomados como amenaza sino como una oportunidad de mejorar.

Impersonalidad de mando.- no debe haber abuso de autoridad porque esto genera que los trabajadores se sientan a gusto en su trabajo.

Coordinación de intereses.- el compromiso de los integrantes de la institución o microempresa para alcanzar la *Misión* planeada.

De la vía jerárquica.- respetar el orden jerárquico con el fin que exista comunicación.

Etapas del proceso de dirección:

Integración.- consiste en la elección y obtención de recursos ya sean materiales, tecnológicos y humanos, es lo más importante de la microempresa o institución.

Toma de decisiones.- proceso mediante el cual se selecciona entre varias alternativas la acción óptima, es una responsabilidad muy importante del directivo.

Motivación.- es impulsar a la acción y es la labor del directivo de motivar al personal.

Comunicación y Liderazgo.- elemento clave mediante el cual se envía y recibe la información y ser líder significa que la persona tiene don de mando y capacidad de persuasión y además es el que enseña, escucha y facilita los planes.

Control:

Es la fase del proceso administrativo a través del cual se establece estándares para evaluar los resultados obtenidos, además permite corregir desviaciones, prevenirlas y mejorarlas continuamente operaciones, entonces la medida del control es la prevención es decir prácticamente todas las actividades de una microempresa deben estar bajo alguna forma de control o monitoreo.

Las principales áreas de control en la empresa son:

- **Áreas de adquisiciones:** Porque la empresa es de comercialización.
- **Control de calidad:** corregir cualquier desvío de los estándares de calidad de los productos o servicios en cada sección.
- **Control de costos:** verificar continuamente los costos de producción ya sea de materia prima o de mano de obra.
- **Recursos Materiales:** determinar el nivel más económico del inventario.
- **Control de compras.-** verificar que la adquisición de insumos sean óptimos.
- **Control presupuestal.-** abarca a todas las áreas de la microempresa, armonizar los distintos presupuestos.
- **Control contable.-** identifica las causa de los ocurrido en lo financiero para que las decisiones sean adecuadas a futuro.
- **Área comercial:** es el área de la empresa que se encarga de vender o comercializar los materiales didácticos o servicios producidos.

- **Control de ventas:** acompaña en volumen diario, semanal, mensual y anula de las ventas de la empresa por cliente, vendedor, región, producto o servicio con el fin de señalar fallas o distorsiones en relación con las previsiones.

- **Pueden mencionarse como controles principales de ventas:**
 - ☐ Por volumen total de las mismas ventas.

 - ☐ Por tipos de artículos vendidos.

 - ☐ Por volumen de ventas estacionales.

 - ☐ Por el precio de artículos vendidos.

 - ☐ Por clientes específicos.

 - ☐ Por territorios determinados.

 - ☐ Por vendedores.

 - ☐ Por utilidades producidas.

 - ☐ Por costos de los diversos tipos de ventas.

Evaluación:

El objetivo de las evaluaciones a pequeñas y medianas empresas (PyME's) es identificar el potencial de aquellas áreas específicas dentro de la empresa que mediante un proceso de mejora facilite su integración en la cadena productiva

regional de la alta tecnología y sus sectores estratégicos nacionales. (CADELEC, 2012)

Análisis:

Es decir el proceso de evaluación permite medir la calidad de servicio y atención que está prestando una microempresa o empresa en general, para en lo posterior rectificar los errores que se está cometiendo y así buscar estrategias para el cambio y facilitar la implementación de nuevas metodologías e innovación.

2.3.3 Gestión operativa

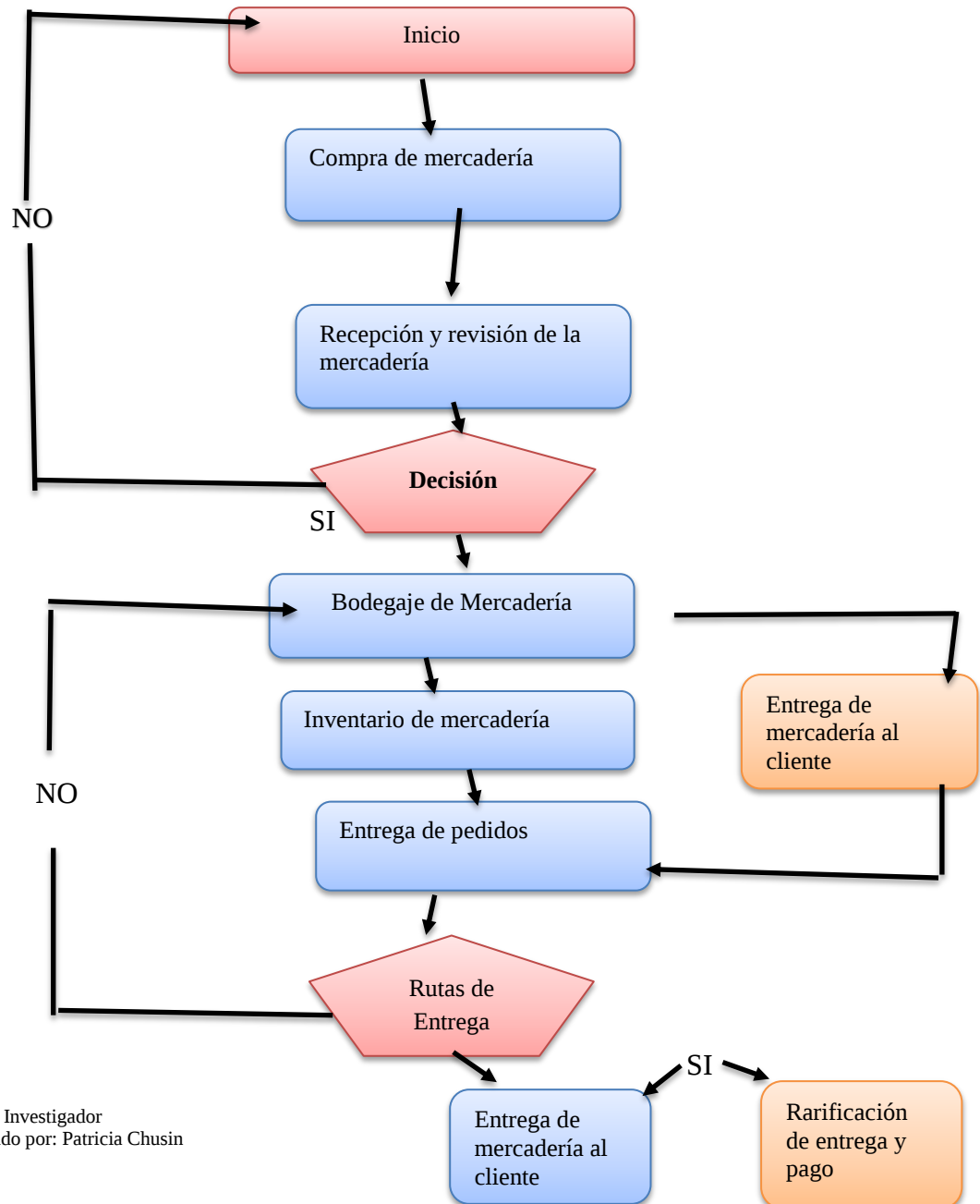
Se entiende por gestión operativa o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso. (Arnoletto & Díaz, S/F)

Es decir que la gestión operativa es el que orienta, previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un fin, un objetivo o a resultados de una organización en por lo que el objetivo principal del proceso es brindar al cliente un

producto de primera calidad y excelente presentación; así también brindar un eficiente servicio al cliente, en un ambiente acogedor y una higiene tanto del personal como de la microempresa intachable.

Figura 10 de Gestión operativa

FLUJOGRAMA DE PROCESOS



Fuente: Investigador
Elaborado por: Patricia Chusin

2.3.4 Gestión comercial.

- La microempresa se llama: “**Materiales Didácticos S & M**”
- Su eslogan es: “**TU APRENDIZAJE EN NUESTRAS MANOS**”
- Su logo tipo:



Fuente: Investigador
Elaborado por: Patricia Chusin

Producto: En sí el producto es el que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos elementos y servicios suplementarios a ese producto en sí. Estos elementos pueden ser: embalaje, atención al cliente, garantía, etc. Los artículos que se van a comercializar son:

Tabla 7 Lista de productos

Producto	Imagen	Descripción
Rompecabezas		Realizado en madera, triples o fomix, con piezas estables y acopladas al tamaño y edad del niño para una mejor concentración de los niños y niñas y además fortalecer la motricidad fina
Tendedero de ropa.		Hecho en madera con un alambre no oxidable, pinzas de ropa y prendas de vestir realizado en fomix o fieltro.
Tablero de Tornillos		Tabla de madera con tornillos y tuercas de distinto tamaño, para fortalecer la pinza digital de los niños y niñas.
Insertables		Realizados en madera con un cordón para que los niños y niñas cosan.
Cremalleras		Una tela fieltro cubierto en un trozo de madera y colocado cierres

		de distinto tamaño y grosor.
Tobos mágicos		Realizados en tubos de madera, ligas de colores u moños esto desarrolla en el niño y niña la precisión y coordinación viso-motriz
Abrochadores		Realizar en fieltro o fomix un libro con las diferentes prendas de vestir el mismo que servirá para que el niño y niña abroche y desbrochas su prenda y además fortalecerá su motricidad fina.
Pinzas y Pompones		Realizar en madera cajas y colocar pompones y pinza, y fortalecerá la pinza digital del pequeño.

Fuente: Investigador
Elaborado por: Patricia Chusin

Precio:

Es la información sobre el valor del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Por lo tanto es un competitivo dentro del mercado, y a su vez tiene un poder esencial sobre el consumidor, ya que él verificando el precio decide si comprar o no el producto y a través de ello genera ingresos a la microempresa.

Producto	Imagen	Descripción	Valor	Valor agregado	Valor total
Rompecabezas		Realizado en madera, triples o fomix, con piezas estables y acopladas al tamaño y edad del niño para una mejor concentración de los niños y niñas y además fortalecer la motricidad fina	3.00	1.00	4.00
Tendedero de la ropa		Hecho en madera con un alambre no oxidable, pinzas de ropa y prendas de vestir realizado en fomix o fieltro.	5.00	1.00	6.00
Tablero de Tornillos		Tabla de madera con tornillos y tuercas de distinto tamaño, para fortalecer la pinza digital de los niños y niñas.	6.00	1.00	7.00
Insertables		Realizados en madera con un cordón para que los niños y niñas cosan.	3.50	0.80	4.30

Cremalleras		Una tela fieltro cubierto en un trozo de madera y colocado cierres de distinto tamaño y grosor.	4.00	1.50	5.50
Tobos mágicos		-Tubos de madera. -ligas de colores u moños	3.00	1.00	4.00
Abrochadores		-Fieltro o fomix -Prendas de vestir. -Broches. -Botones. -Ganchos	4.00	1.00	5.00
Pinzas y Pompones		Madera Pompones Pinza Pegamento.			

Fuente: Investigador

Elaborado por: Patricia Chusin

ESTRATEGIA DEL PRODUCTO.

- Los artículos deben ser elaborado con materia prima de alta calidad.
- Tener una gran variedad de modelos y colores en todos los materiales.
- Cumplir con los requerimientos y necesidades del cliente.
- Tener que estar sujetos a todas las leyes establecidas.

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.

Los elementos que se utilizaran como estrategia para promocionar el producto dentro de una organización comercial, establecimiento educativo, librerías y papelerías serán:

Publicidad.

Figura 11 Publicidad

MATERIALES DIDÁCTICOS
S & M
"TÚ APRENDIZAJE EN NUESTRAS MANOS"

Disponemos:

- Rompecabezas
- Ensartables
- Abrochadores
- Tendedero de ropa
- Tablero de tornillos

Santa Mercedes de Jesús Lote 304 y Profeta Sofonías Fono: 3027837. Sector Chillogallo

Fuente: Investigador

Elaborado por: Patricia Chusin

Ofertas y promociones:

Dichas ofertas y promociones se darán a aquellas empresas que se conviertan en clientes fieles y que tengan una gran demanda de personal, estas instituciones obtendrán descuentos en los precios. Descuentos de acuerdo a la cantidad demandada.

Pero para los clientes que realizan sus compras individualmente se realizarán promociones como:

- ✓ Por la compra de un rompecabezas se obsequiará un lápiz.

- ✓ Por la compra de un tablero de tornillos se obsequiará una lámina para colorear.
- ✓ Por la compra de 2 materiales didácticos, el tercer material obtendrá un 50% de descuento.

FACTORES DE PRODUCCIÓN:

- **Capital**

El capital es una abstracción contable: son los bienes y derechos además es la sumatoria de capitales individuales.

- **Tierra**

Es lo que nos brinda la madre naturaleza.

- Primario: agricultura.
- Secundario: la transformación de la materia prima en un producto elaborado.
- Terciario: el financiero.

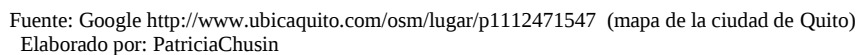
- **Trabajo**

Puede ser físico o intelectual.

Plaza

La venta se realizara de manera directa y la microempresa estar ubicada en el Barrio Cristo Rey de la parroquia Chillogallo en la siguiente dirección: Calle Santa Mercedes de Jesús lote 304 y Profeta Sofonías, al sur de la ciudad ya que en el

Figura 12 *Ubicación*



La microempresa, funcionará respetando los estrictos derechos de la Constitución, la misma que se tomara en cuenta artículos, leyes, reglamentos y normas requeridas para la apertura e instalación del negocio. Como también debemos tener en cuenta las ordenanzas municipales para la obtención de los permisos necesarios.

Documentos Legales

Requisitos Municipales:

1. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES USO DE SUELO
Pago de Tasa de Trámite
Presentación de Formulario en Departamento de Uso de Suelo
2. PATENTES MUNICIPALES
Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
RUC actualizado.
Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
3. LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS – LUAE
Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o representante legal
Copia de RUC actualizado
Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones (Persona natural o Representante legal)
Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera)
Certificado Ambiental (cuando se requiera)
4. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación a colores.
Original y copia de un documento que certifique la dirección del local donde se desarrolla la actividad económica.
Pago de la patente municipal (Inscripción y reapertura). Art.551 de la COOTAD (Código Orgánico de Ordenamiento Territorial y Autonomías)

5. CERTIFICADO DE SEGURIDAD DEL CUERPO DE BOMBEROS
Solicitud de inspección del local;
Informe favorable de la inspección;
Copia del RUC; y,
Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

6. Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del MSP Acuerdo Ministerial 818
Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
Copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen
Plano del establecimiento a escala 1:50 7.
Croquis de ubicación del establecimiento
Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública

Fuente: Google.com

Elaborado por: Municipio de Quito

Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento o microempresa que se vaya a crear, de acuerdo a la conformidad con los reglamentos correspondiente.

2.4 ANÁLISIS FODA

Análisis interno

DESCRIPCIÓN	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Filosofía corporativa						
Misión	X					
Visión	X					
Objetivos corporativos	X					
Políticas	X					
Gestión administrativa						
Planificación	x					
Organización	x					
Dirección	x					
Control	x					
Evaluación	x					
Gestión operativa						
Flujograma del proceso principal	x					
Gestión financiera						

Fuente: Investigador

Elaborado por: Patricia Chusin

ANÁLISIS MACRO ENTORNO

DESCRIPCIÓN	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
ASPECTOS ECONÓMICOS						
Inflación					x	
Tasa de interés pasiva y activa					x	
PIB						x
ASPECTO SOCIO-CULTURAL						
Social		x				
Cultural		x				
ASPECTO POLÍTICO LEGAL					x	
ASPECTO TECNOLÓGICO						x
ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES						

Fuente: Investigador
Elaborado por: Patricia Chusin

ANÁLISIS MICRO INTERNO

DESCRIPCIÓN	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Clientes		x				
Proveedores	x					
Competencias		x				

Fuente: Investigador
Elaborado por: Patricia Chusin

CAPÍTULO III

3 Estudio de mercado

3.1 Análisis del consumidor.

Para Kotler, Bloom y Hayes, el **estudio de mercado** "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"

Valentín Rico, (2016) afirma que el estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta)) ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución. El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización. (Rico, 2016).

Muestra.- Como la población es demasiado grande utilizaremos la siguiente fórmula.

Cálculo de la muestra.

$$n = NZ \times 2pq$$

$$(n-1) e^2 + 2pq$$

n= TAMAÑO DE LA MUESTRA

N=UNIVERSO POBLACIONAL

Z 2=COEFICIENTE DE PROBABILIDAD NORMAL

p=PROBABILIDAD QUE OCURRA

q=PROBABILIDAD QUE NO OCURRA

e=NIVEL DE ERROR

APLICACIÓN DE LA FÓRMULA

$$n = 57,885$$

$$Z \times 2 = 95\% = 1,96\%$$

$$P = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$e = 5\%$$

$$n = \frac{57.885(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(57.885 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2(0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{226.909(0.25)}{57884(0.1) + 3.92(0.25)}$$

$$n = \frac{56727}{5788.98}$$

$$n = 980$$

$$n = 980$$

$$n = 980$$

El número de encuesta a realizarse es de 980 en la parroquia Chillogallo.

3.1.2 Técnicas de obtención de información.

1. La Observación.

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

2. La Entrevista.

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas:

El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

La entrevista es una técnica antigua, pues ha sido utilizada desde hace mucho en psicología y, desde su notable desarrollo, en sociología y en educación. De hecho, en estas ciencias, la entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían muy difíciles conseguir.

3. La Encuesta.

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario. Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

4. El Fichaje.

El fichaje es una técnica auxiliar de todas las demás técnicas empleada en investigación científica; consiste en registrar los datos que se van obteniendo en los instrumentos llamados fichas, las cuales, debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación por lo cual constituye un valioso auxiliar en esa tarea, al ahorrar mucho tiempo, espacio y dinero.

5. El Test.

Es una técnica derivada de la entrevista y la encuesta tiene como objeto lograr información sobre rasgos definidos de la personalidad, la conducta o determinados comportamientos y características individuales o colectivas de la persona (inteligencia, interés, actitudes, aptitudes, rendimiento, memoria, manipulación, etc.). A través de preguntas, actividades, manipulaciones, etc., que son observadas y evaluadas por el investigador.

Análisis:

El método de investigación que se ha realizado es mediante encuestas a los usuarios de la Parroquia Chillogallo el mismo que nos permite verificar si los pobladores estarán dispuestos a cambiar sus lugares habituales de compra por la nueva competencia, así como también si la competencia posee desconocimiento en cuanto a recursos como tecnológicos, innovación, servicio de calidad y además si ellos estarán dispuestos a implementar cambios que les permita enfrentar dicha situación.

3.1.3 Análisis de la Información.

En el análisis de la información se determinará el tipo de encuesta que se va aplicar a la población de la Parroquia Chillogallo para determinar si existe la aceptación para la implementación de la microempresa de materiales didácticos.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

ESCUELA DE DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL.

ENCUESTA

OBJETIVO: Recolectar información a través de la encuesta para la implementación de una microempresa de material didáctico en beneficio de los niños y niñas de etapa inicial.

SECTOR: Sur de la Ciudad de Quito (Barrio Cristo Rey)

I: INSTRUCCIONES: Llenar con la mayor seriedad posible, ya que esto ayudará a obtener datos precisos sobre la investigación, Por favor marque con una X la opción que usted considere la mejor.

EDAD:

GENERO: **MASCULINO:** **FEMENINO:**

II: PREGUNTAS:

1) ¿Sabe Ud. La importancia de utilizar materiales didácticos en niños y niñas de 0 a 5 años?

SI..... NO.....

2) ¿Le gustaría a usted que en este sector se implemente una microempresa distribuidora de materiales didácticos?

SI..... NO.....

3) ¿Cuál de estas características sería su prioridad para la compra de materiales didácticos?

CALIDAD Y PRECIO..... PRECIO..... CALIDAD.....

4) ¿Con qué frecuencia compra usted materiales didácticos?

TRIMESTRAL..... SEMESTRAL..... ANUAL.....

5) ¿Cree usted que es necesario que antes de adquirir un material didáctico se le dé a conocer la importancia del mismo?

SI..... NO.....

6) ¿Cuánto suele invertir en cada visita a una papelería o juguetería en materiales didácticos?

\$5.....

\$10.....

\$15.....

\$ 20.....

7) ¿En caso de realizar la compra como sería su forma de pago?

EFFECTIVO..... CRÉDITO.....

8) ¿Está usted conforme con los servicios, productos, precios que le proporciona la competencia?

SI..... NO.....

9) ¿Cómo le gustaría que llegue nuestra publicidad y ofertas?

Páginas web.....

Hojas volantes.....

Publicidad móvil.....

10) ¿Qué servicios adicionales le gustaría que le ofrezca la microempresa de materiales didácticos?

Pedidos a domicilio..... Pedidos por pág. Web.....

Pedidos por teléfono..... Pedidos en el papelerías o librerías.....

Gracias por su colaboración y atención prestada

3.1.4 Resultado Del Estudio De Mercado

3.1.4.1 Segmentación del Mercado

Total de hombre y mujeres encuestados

Tabla 8 Segmentación del mercado

DETALLE	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
HOMBRES	505	51.53%
MUJERES	475	48.47%
TOTALES	980	100,00%

Fuente: Estudio de Mercado
 Elaborado por: Patricia Chusin

Figura 14 Segmentación del mercado



Fuente: Estudio de Mercado
 Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis:

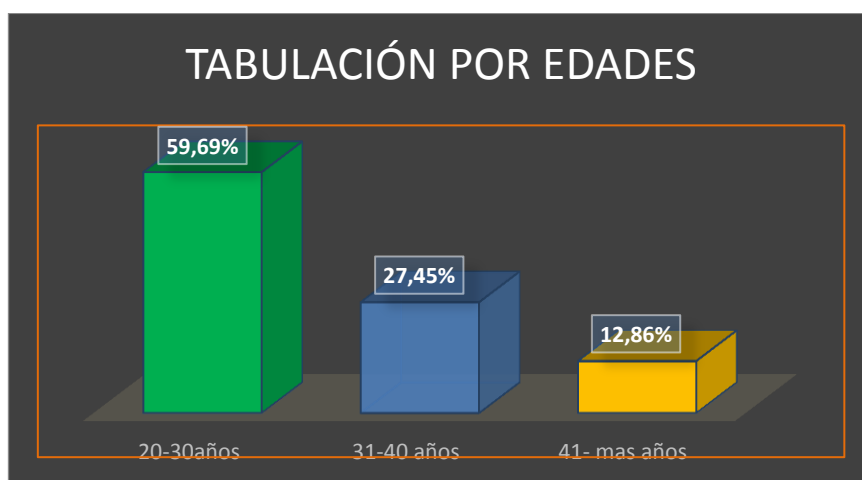
Como se puede visualizar en la interpretación el 51.53% pertenece al género masculino mientras que el 48.47% pertenece al género femenino, dando así a conocer a la población que nos dirigimos.

Tabla 9 Promedio en edades de la muestra encuestada.

DETALLE	TOTALES	PORCENTAJE
20 -30 Años	585	59.69%
31-40 Años	269	27.45%
41-MAS	126	12.86%
TOTALES	379	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Figura 15 Promedio en edades de la muestra encuestada



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis:

Se puede apreciar que la mayoría parte de los encuestados está en los rangos de 20 – 31 años de edad con el 59,69% seguido por los de 31-40 años de edad con el 27,45% y por último con el rango de persona con más de 41 años con el 12,86% lo que es una gran ventaja.

3.1.5 Resultados De La Encuesta

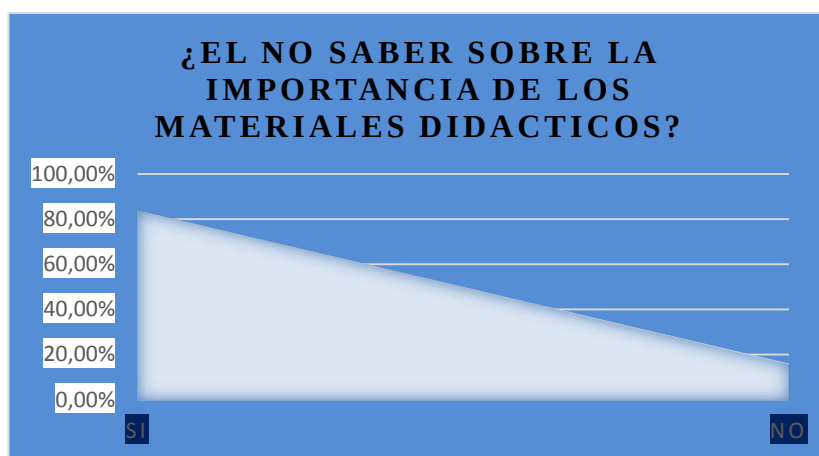
1) ¿Sabe Ud. La importancia de utilizar materiales didácticos en niños y niñas de 0 a 5 años?

Tabla 10 Pregunta 1

VALORACIÓN	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJES
Si	823	84 %
No	157	16 %
Total	980	100 %

Fuente: Estudio de Mercado
 Elaborado por: Patricia Chusin

Figura 16 Pregunta 1



Fuente: Estudio de Mercado
 Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis:

Como podemos observar en la figura el 84% nos dice que SI sabe de la existencia de los materiales didácticos y el 16% nos dice que NO conoce por lo que para la microempresa es una OPORTUNIDAD.

2) ¿Le gustaría a usted que en este sector se implemente una microempresa distribuidora de materiales didácticos?

Tabla 11 PREGUNTA 2

VALORACIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	905	92,35 %
No	75	7,65 %
Total	980	100 %

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

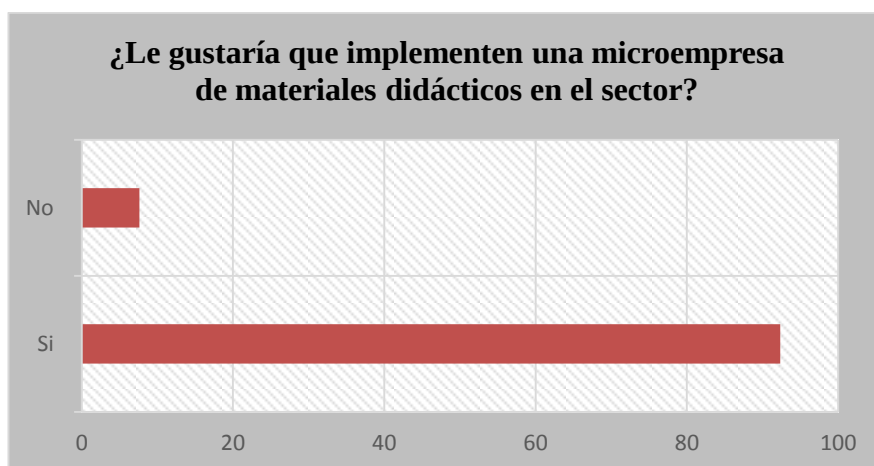


Figura # 17 Pregunta 2
Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis:

El 92,35% de la población encuestada SI está de acuerdo con la implementación de microempresa de materiales didácticos en el sector, por lo que esto es una OPORTUNIDAD para la empresa ya que solo el 7,65 % no está de acuerdo.

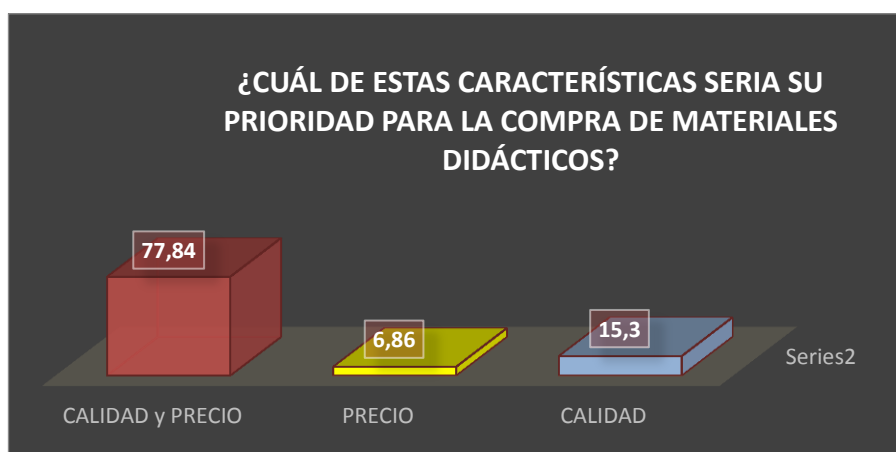
3) ¿Cuál de estas características sería su prioridad para la compra de materiales didácticos?

Tabla 12 PREGUNTA 3

VALORACIÓN	NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
CALIDAD y PRECIO	763	77,84 %
PRECIO	67	6,86 %
CALIDAD	150	15,30 %
Total	980	100 %

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Figura 17 Pregunta 3



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis:

Como podemos observar en la figura el 77,84% de las personas encuestadas le interesa más la calidad y el precio, seguido por el 15,30% que les interesa la calidad y por último solo el 6,86% les interesa el precio de los materiales didácticos.

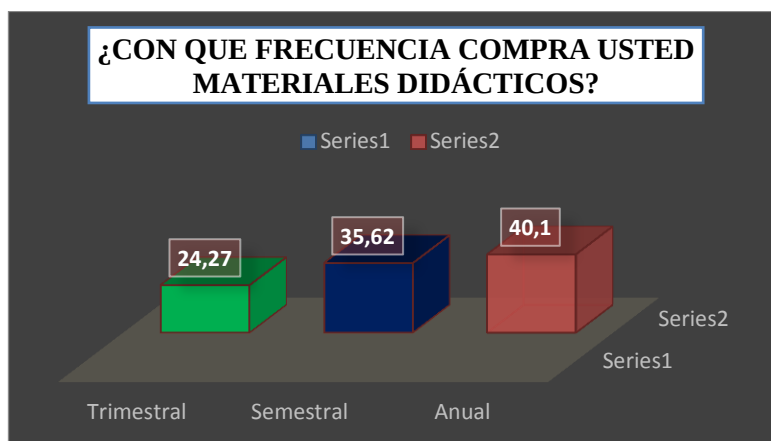
4) ¿Con que frecuencia compra usted materiales didácticos?

Tabla 13 PREGUNTA 4

VALORACIÓN	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Trimestral	238	24,27%
Semestral	349	35,62%
Anual	393	40,10 %
Total	980	100 %

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Figura 18 Pregunta 4



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis:

Como podemos observar en la figura el 40.10% de las personas encuestadas está dispuesto a comprar anualmente, seguido por el 35.62% de las personas encuestadas comprarían semestralmente y el 24,27% de las personas encuestadas realizan sus compras trimestralmente de material didáctico.

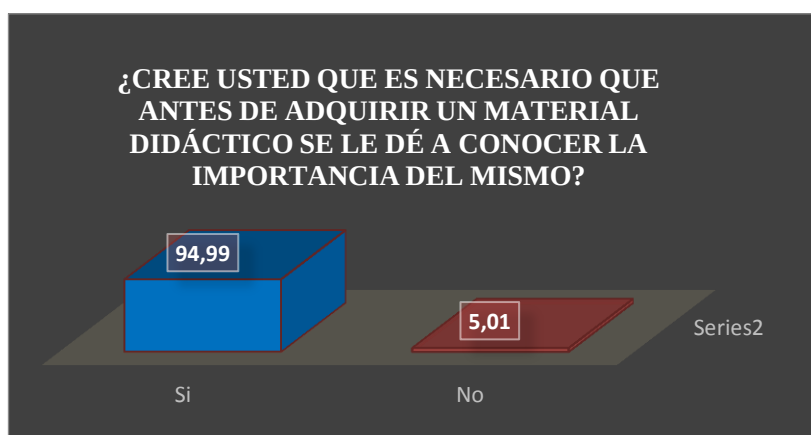
5) ¿Cree usted que es necesario que antes de adquirir un material didáctico se le dé a conocer la importancia del mismo?

Tabla 14 PREGUNTA 5

VALORACIÓN	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	931	94,99 %
No	49	5,01 %
Total	980	100 %

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Figura 19 Pregunta 5



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis:

El 94,99% de la población del sector está de acuerdo a que se a conocer antes de comprar la importancia de cada uno de los materiales didácticos. Y solo el 5.01% no les interesa conocer la importancia.

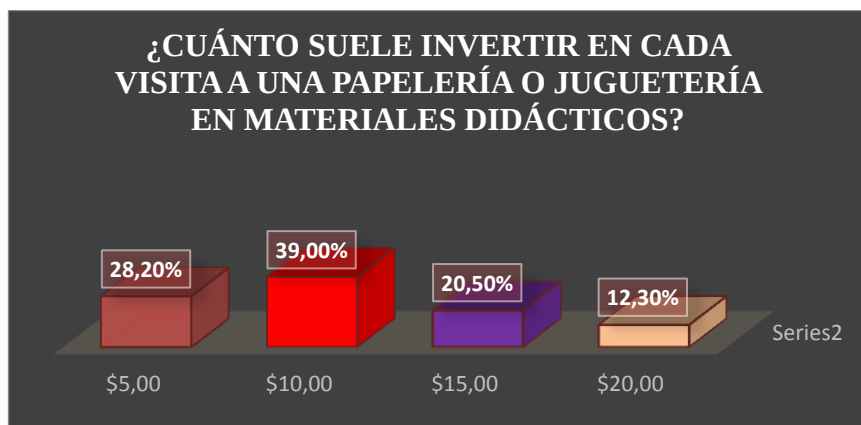
6) ¿Cuánto suele invertir en cada visita a una papelería o juguetería en materiales didácticos?

Tabla 15 PREGUNTA 6

VALORACIÓN	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
\$ 5,00	276	28,20%
\$10,00	382	39,00%
\$15,00	201	20,50 %
\$20,00	121	12,30%
Total	980	100 %

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Figura 20 Pregunta 6



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis:

Según la encuesta realizada el 39,00% de las personas dieron a conocer que compran el valor de \$10.00 en material didáctico, seguidamente el 28,20% dijeron que compraban materiales valorados en \$5,00 el 20,50% compran \$15,00 en materiales y el 12,30% comprar materiales didácticos en un valor de \$20,00.

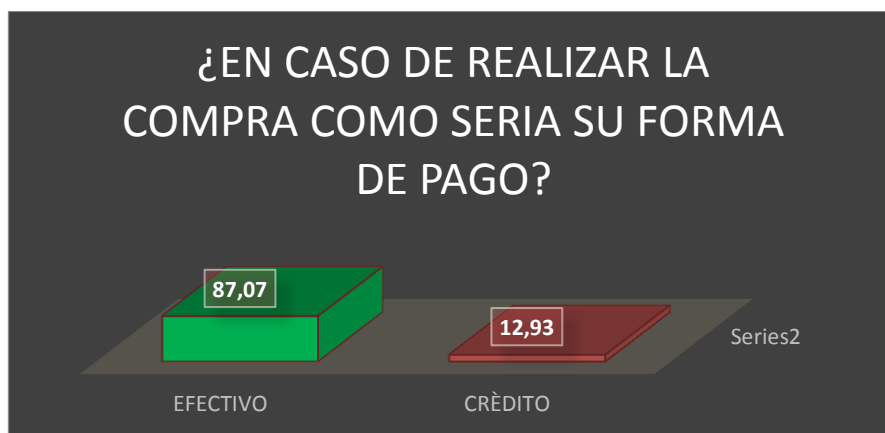
7) ¿En caso de realizar la compra como sería su forma de pago?

Tabla 16 PREGUNTA 7

VALORACIÓN	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
EFFECTIVO	853	87,07
CRÉDITO	127	12,93
Total	980	100

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Figura 21 Pregunta 7



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis:

El 87,07% de la población encuestada nos dio a conocer que su forma de pago es mediante crédito y solo el 12, 93% de la población encuestada realizan sus pagos al contado.

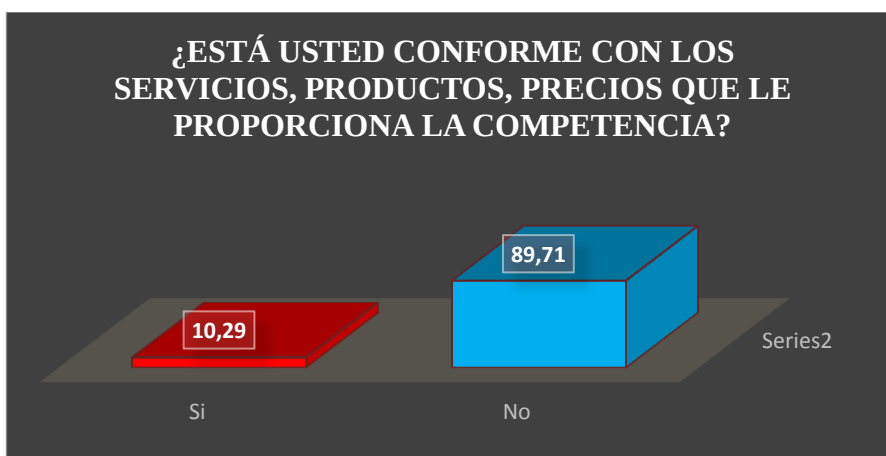
8) ¿Está usted conforme con los servicios, productos, precios que le proporciona la competencia?

Tabla 17 PREGUNTA 8

VALORACIÓN	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	101	10,29 %
No	879	89,71 %
Total	980	100 %

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Figura 22 Pregunta 8



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

9) ¿Cómo le gustaría que llegue nuestra publicidad y ofertas?

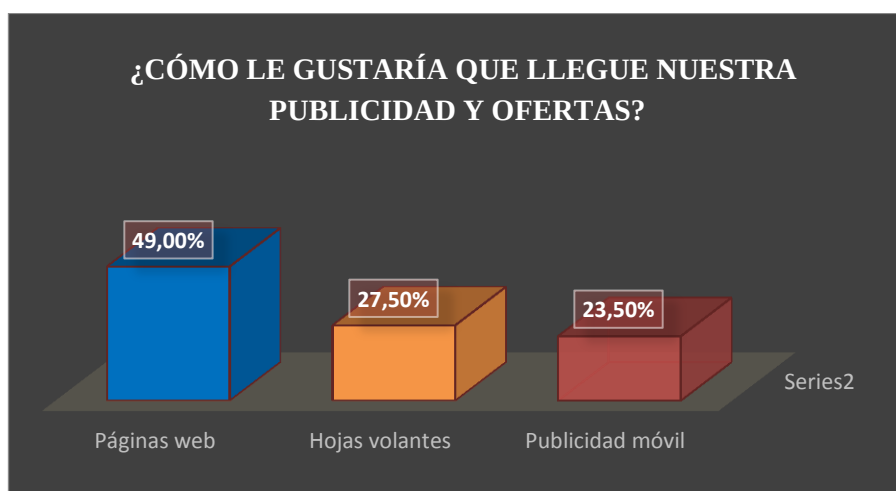
Tabla 18 PREGUNTA 9

VALORACIÓN	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Páginas web	480	49.00%
Hojas volantes	270	27.50 %
Publicidad móvil	230	23.50%
Total	980	100

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Patricia Chusin

Figura 23 Pregunta 9



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis:

El 49.00% de la población encuestada si le gustaría ver la publicidad y oferta de nuestros materiales por página web, mientras que el 27,50% desearía recibir la publicidad por medio de hojas volantes ya que dijeron que no contaban con un computador en sus viviendas y por el tiempo y el 23,50% les gustaría mirar la publicidad en los medios de transporte ya que es muy visible y accesible por motivo que todos ocupan este medio para trasladar de un lugar a otro.

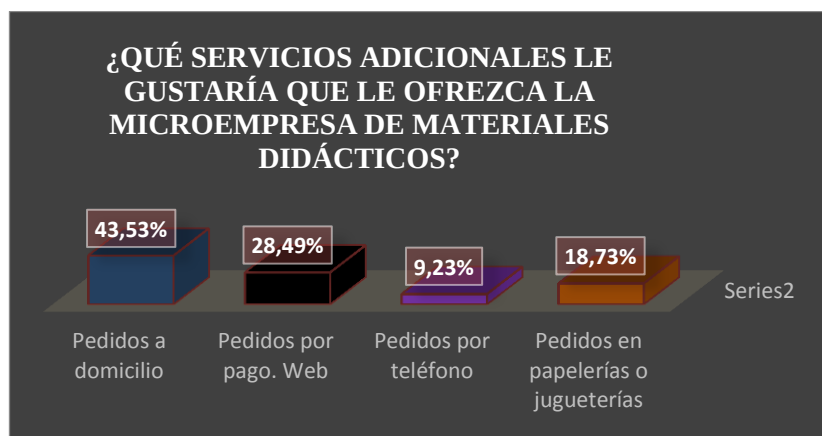
10) ¿Qué servicios adicionales le gustaría que le ofrezca la microempresa de materiales didácticos?

Tabla 19 PREGUNTA 10

VALORACIÓN	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Pedidos a domicilio	427	43,53%
Pedidos por pago. Web	279	28,49%
Pedidos por teléfono	90	9,23%
Pedidos en el papelerías o librerías	184	18,73%
Total	379	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Figura 24 Pregunta 10



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada se pudo determinar que el 43,53% de los clientes quieren que las ventas sean a domicilio el 28,49% los pedidos sean por medio de las páginas Web el 18,73% las compras lo realizarán directamente en papelerías o jugueterías y el 9,23% lo realizan los pedidos por teléfono.

3.2 OFERTA

- Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento.
- Es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida (Soriano, S/F)

Oferta histórica

Tabla 20 *Oferta Histórica.*

% DE LA COMPETENCIA	Años 3	2015	2014	2013
3.7%	22050	21234,45	20448,49	19691,89
3.7%	15750	15167,25	14606,06	14065,64
3.7%	13230	12740,49	12269,09	11815,13
3.7%	11970	11527,11	11100,61	10689,89
Total	63000	60669,3	58424,25	56262,55

*Fuente: Estudio de mercado.
Elaborado por: Patricia Chusin*

3.2.1 Oferta Actual

La oferta es la cantidad del bien o servicio provista en el área de influencia. Es decir que el vendedor pone a la venta siempre considerando la aspectos tales como:

- Capacidad de la infraestructura existente.
- Equipos y personal capacitado disponible.
- Cumplimiento de normas de calidad del servicio (Preparación y Evaluación de Proyectos)

3.2.1.1 Cálculo de la Oferta actual

Tabla 21 *Oferta Actual*

Participantes en el Mercado	Mensual	Anual
Didácticas Manitas Creativas	1837.50	22050
Garabatos	1312.50	15750
MAPRADIC CIA.LTDA	1102.5	13230
Árbol de MAPLE	997.50	11970
TOTAL		63000.00

*Fuente: Estudio de mercado.
Elaborado por: Patricia Chusin*

3.2.2 Oferta proyectada.

Para proyectar la oferta, se debe considerar la evolución esperada de la provisión del bien o servicio por parte de los oferentes actuales o la entrada de nuevos proveedores en al área de influencia. Junto con ello, se debe indagar sobre proyectos ya aprobados, próximos a ejecutarse que permitirán aumentar la oferta actual. (Preparación y Evaluación de Proyectos), como también para la oferta proyectada utilizaremos datos estadísticos que están relacionados con el crecimiento por rama de actividades del PIB perteneciente a otros servicios.

Tabla 22

	VALOR AGREGADO BRUTO POR INDUSTRIAS																			
Agricultura	3,3	4,1	1,8	1,1	2,1	1,1	-0,9	1,1	3,3	0,7	3,0	1,7	-0,2	0,3	-0,4	0,3	1,5	-0,2	0,8	1,6
Acuicultura y pesca de camarón	6,3	0,5	11,9	7,0	6,5	3,4	0,2	2,5	2,8	6,0	2,7	1,3	1,4	2,7	0,9	7,1	4,5	2,7	2,7	3,8
Pesca (excepto camarón)	5,5	0,4	3,3	0,6	2,5	2,0	5,7	6,9	1,7	3,3	8,2	4,3	-0,4	9,3	7,4	-1,0	-2,1	-0,9	2,6	4,0
Petróleo y minas	0,0	1,1	1,0	1,8	1,4	0,4	2,7	-1,6	2,4	4,2	3,3	1,7	-1,6	0,5	0,3	0,2	-0,7	-1,7	1,0	1,1
Refinación de Petróleo	-1,1	-3,5	-5,6	-27,7	40,2	26,7	-15,5	-20,6	-47,5	14,6	82,7	-7,1	-26,1	-8,3	-52,8	-67,5	262,7	11,1	46,0	-5,5
Manufactura (excepto refinación de petróleo)	1,7	1,2	1,6	0,2	0,3	1,5	0,7	1,4	1,3	2,0	1,1	1,2	-0,5	1,2	1,1	0,3	0,6	0,2	0,4	0,3
Suministro de electricidad y agua	7,3	9,8	5,1	-0,2	13,9	2,5	-6,0	0,8	10,9	5,2	6,1	0,9	-1,7	9,0	3,1	0,5	1,5	2,8	0,9	2,0
Construcción	4,7	4,2	4,8	4,0	1,0	3,3	2,4	2,9	0,9	2,6	1,1	2,1	1,9	1,9	2,6	-1,3	-0,4	-0,3	1,4	0,2
Comercio	1,8	1,4	1,5	0,5	1,6	1,6	0,8	-0,2	3,2	2,2	0,6	1,5	0,6	4,9	2,8	0,3	-1,1	-1,0	0,6	0,0
Alojamiento y servicios de comida	-1,2	4,1	1,4	1,2	0,2	2,6	-0,5	-0,8	1,4	3,1	3,8	3,2	1,4	0,1	0,2	1,7	-1,2	-4,9	1,3	4,5
Transporte	1,0	1,7	1,5	1,3	1,0	2,5	1,3	1,0	0,9	2,8	1,0	1,4	2,2	0,7	1,5	1,2	0,1	-0,7	0,5	0,1
Correo y Comunicaciones	1,7	0,7	0,3	1,4	3,2	2,6	2,1	3,5	0,8	1,6	0,8	0,9	2,3	5,2	1,9	0,8	-2,6	-2,4	0,5	1,5
Actividades de servicios financieros	2,6	4,2	5,7	2,0	8,8	1,9	0,4	0,3	-5,4	0,1	0,0	0,5	1,1	1,9	1,2	1,3	-1,5	-2,5	1,3	0,8
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	1,7	4,5	3,4	1,6	1,1	2,3	0,0	0,0	1,4	2,9	1,7	0,7	-1,0	0,9	2,4	3,1	0,6	0,2	0,8	0,5
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	-0,6	0,9	0,1	2,8	1,8	0,0	2,8	4,4	-7,3	2,7	0,9	0,0	-2,4	2,6	1,0	2,2	-2,9	-1,1	1,7	0,7
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	-0,4	10,6	-0,7	2,4	0,6	0,2	1,6	3,3	-1,0	4,0	2,1	1,0	-0,8	1,1	1,5	1,6	-2,9	1,8	0,4	0,4
Servicio doméstico	-1,6	-1,9	0,0	-1,3	0,5	0,2	0,1	-1,4	0,7	0,5	1,0	5,5	0,3	0,8	0,7	0,5	-0,3	0,2	0,2	0,6
Otros Servicios (2)	0,8	1,6	0,4	0,0	0,7	0,1	0,4	1,2	1,0	1,4	0,9	0,5	-2,1	0,6	0,4	0,8	-0,7	-0,3	0,1	0,4
TOTAL VALOR AGREGADO BRUTO	1,5	2,4	1,4	1,0	1,7	1,6	0,7	0,9	0,0	2,4	2,1	1,0	-0,5	1,8	1,0	0,5	-0,2	-0,5	0,2	0,1
OTROS ELEMENTOS DEL PIB	-7,8	6,8	4,2	-0,9	0,6	4,7	1,9	-6,9	3,2	2,5	0,6	0,3	-6,0	6,1	4,4	-2,6	2,5	15,3	9,5	6,0
PIB	1,1	2,6	1,5	0,9	1,6	1,7	0,8	0,6	0,2	2,4	2,0	1,0	-0,7	1,9	1,1	0,3	-0,1	-1,0	0,1	0,1

Fuente: Banco Central del Ecuador <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/763>.

Elaborado por: Banco Central del Ecuador,

3.2.3 Proyección de la Oferta

El cálculo de la proyección de oferta nos permite ver la oferta futura, en el período de los 3 años, para en base a este dato establecer planes de acción.

Tabla 23 *Oferta Proyectada*

DE LA COMPETENCIA	Años 3	2017	2018	2019
3.7%	22050	22865,85	23711,89	24589,22
3.7%	15750	16332,75	16937,06	17563,73
3.7%	13230	13719,51	14227,13	14753,53
3.7%	11970	12412,89	12872,17	13348,44
TOTAL	63000	65331	67748,25	70254,92

*Fuente: Estudio de mercado.
Elaborado por: Patricia Chusin*

3.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS.

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Con el avance tecnológico el sustituto se va posicionando sobre el otro hasta sacar al producto original del mercado. (BLOGDIARIO.COM, 2008)

Análisis.

Los productos sustitutos son aquellos que los clientes pueden consumir como alternativa cuando el lugar donde compraban ha bajado de calidad o simplemente ha aumentado su valor, por ende este factor puede presentar como una **AMENAZA** media para mi microempresa, ya que existe varios lugares que comercializan materiales didácticos, pero los mismos que solo expenden por una ganancia económica propia, por lo que la microempresa que creare estará pensado en el beneficio y aprendizaje de los niños y niñas para que fortalezcan así sus conocimientos posteriores.

3.4 DEMANDA

Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. (blogspot.com, 2012)

3.4.1 Demanda histórica

Tabla 24 Demanda histórico

% DE LA COMPETENCIA	Años	2015	2014	2013
1.37%	503.475	503.468	503.461	503.454
1.37%	359.625	359.620	359.615	359.610
1.37%	302.085	302.080	302.075	302.070
1.37%	273.315	273.311	273.307	273.303

Fuente: Estudio de mercado.
Elaborado por: Patricia Chusin

3.4.2 Demanda Actual.

La demanda actual del proyecto se calcula mediante la tabulación de la encuesta que se realizó en el estudio de mercado y se calcula con la aceptación de la empresa.

Cálculo de la demanda actual

Población de Chillogallo: 57885

$57885 \times 84\% = 48.623$ personas que desean el servicio

$48.623 \times 0.40\% \times 12 = 2'333.904$ Frecuencia de compra, anual

Precio promedio de consumo es de \$10., con una frecuencia anual

Población segmentada $2'333.904 \times \$ 10 = 23.339.040$

Una vez filtrado la información, podemos concluir que la demanda total del proyecto es de 23.339.040 al año.

Tabla 25 Demanda actual.

Participantes en el Mercado	Clientes	Anual
CENTROS INFANTILES DEL BUEN VIVIR (MIES)	1000	12.000
CENTROS INFANTILES GUAGUAS	800	9600
LIBRERÍA Y PAPELERIA POPULAR	500	6000
SUPER PACO	600	7200
TOTAL	2900	34800

Fuente: Estudio de mercado.
Elaborado por: Patricia Chusin

3.4.3 Demanda proyectada.

Para la proyección de la demanda utilizaremos datos relacionados con el crecimiento poblacional.

Tasa de crecimiento: 1,37% (2014 est.)

Promedio porcentual anual del cambio en el número de habitantes, como resultado de un superávit (o déficit) de nacimientos y muertes, y el balance de los migrantes que entran y salen de un país. El porcentaje puede ser positivo o negativo. La tasa de crecimiento es un factor que determina la magnitud de las demandas que un país debe satisfacer por la evolución de las necesidades de su pueblo en cuestión de infraestructura (por ejemplo, escuelas, hospitales, vivienda, carreteras), recursos (por ejemplo, alimentos, agua, electricidad), y empleo. El rápido crecimiento demográfico puede ser visto como una amenaza por los países vecinos. (INDEXMUNDI.COM, 2015)

Tabla 26 Tasa de crecimiento Poblacional (%).

Tasa de crecimiento Poblacional (%).															
Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ecuador	2,04	2	1,96	1,91	1,03	1,24	1,5	1,55	0,94	1,5	1,47	1,44	1,42	1,4	1,37

Fuente: INDEXMUNDI <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=24&l=es>

Elaborado por: Patricia Chusin.

Tabla 27 Demanda proyectada.

% DE LA COMPETENCIA	Años 3	2017	2018	2019
1.37%	503.475	503.482	503.488	503.495
1.37%	359.625	359.630	503.635	359.640
1.37%	302.089	302.093	502.097	503.102
1.37%	273.315	273.319	273.322	273.326

Fuente: Estudio de mercado.
Elaborado por: Patricia Chusin

3.5 Balance actual oferta – demanda.

3.5.1 Balance Actual.

Tabla 28 Balance actual

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	23.339.040	63000	23.276.040

Fuente: Estudio de mercado.
Elaborado por: Patricia Chusin

De 23.276.040 que son consideradas como demanda potencial insatisfecha, este proyecto pretenderá satisfacer y sus expectativas.

3.5.2 Balance Proyectado.

.

Tabla 29 Balance Proyectado.

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	23339040	63000	23276040
2017	23455735,2	63.315	23392420,2
2018	23572430,4	63.630	23508800,4
2019	23689125,6	63.945	23625180,6

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: Patricia Chusin

CAPITULO IV

4 Estudio técnico.

El siguiente proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las estrategias que se deben utilizar en la comercialización de materiales didácticos. Por lo que se deberá y enseres precisar la cantidad, precio y el servicio que vamos a prestar así como también deberemos identificar a proveedores, el sector o lugar, las potencialidades de los clientes y todos lo relacionado con muebles que necesitaremos y que nos ayuden a lograr el desarrollo de la microempresa, además se debe crear un plan estratégico que permitan alcanzar las metas propuestas y satisfacer la demanda estimada en planeación realizada.

4.1 Objetivos del Estudio Técnico

- Determinar la ubicación de la empresa
- Identificar la capacidad de empleados en la empresa.
- Establecer los espacios y condiciones de las áreas de la empresa
- Evitar el mal uso de los espacios físicos.

4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO.

Cuando hablamos del tamaño del proyecto nos referimos a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Por ende a través de ello podemos conocer la cantidad de comercialización que entregaremos en un tiempo determinado, mediante la calidad y la rapidez de respuesta que tengamos.

Variables de Viabilidad

- **Variable Geográfica.**

El presente proyecto estará destinado para la implementación de la microempresa **“MATERIAL DIDÁCTICO S & M”** destinada a la comercialización de materiales didácticos. En la Parroquia de Chillogallo, del Cantón Quito provincia de Pichincha, la mercadería está destinado para todos los niños y niñas de etapa inicial.

- **Variable Financiera.**

Para la implementación de la microempresa el financiamiento estará dado por el 40% de capital propio el 60% mediante un crédito en una Institución Financiera el cual ayudaría dar inicio al giro del negocio.

- **Variable Física.**

La Microempresa cuenta con 120 metros cuadrados, más un área de parqueo para 2 vehículos, el área está distribuida de la siguiente manera: recepción, almacén, área de trabajo o fabricación de material didáctico, oficina de gerencia general y departamento financiero, bodega, y baño.

4.2.1 Capacidad Instalada.

Capacidad instalada se refiere al volumen de producción que puede obtenerse en un periodo determinado en una cierta rama de actividad, se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas y depende del conjunto de bienes que la microempresa posee y la oferta que exista en el momento.

4.2.2 Capacidad Óptima.

Para realizar una implementación apropiada debe contar con un tamaño y distribución adecuada de las áreas de trabajo, por lo que si hablamos de distribución nos estaremos basando a la demanda de recursos que se va a utilizar ya sea físicos o financieros. Por ende para ésta microempresa se va a contar con una planta única la cual va tener un área de $12\text{m}^2 \times 10\text{m}^2$ igual a 120 m^2 total del área con un parqueadero para 2 vehículos.

4.3 Localización.

El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas de localización con el fin de buscar un lugar estratégico para la instalación de la empresa con el objetivo de obtener la facilidad de comercialización, minimizar el tiempo de entrega, obtener ganancia máxima y a su vez que los costos sean mínimos.

Factores de localización.

Para determinar la localización hay que tener en cuenta varios factores que influyen más comúnmente en la decisión de localización de un proyecto que son:

- Medios y costos de transporte.
- Disponibilidad y costo de mano de obra idónea.
- Cercanía a fuentes de abastecimiento.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de local, amplio con infraestructura adecuada.

El objetivo que queremos obtener con la localización de nuestro proyecto es lograr conseguir competencias basándonos en menores costos de distribución y rapidez de la entrega, ya que si logramos conseguir estas competencias será para largo plazo por lo que la microempresa una vez posesionada deberá permanecer por un largo tiempo para satisfacer a nuestra clientela.

4.3.1 Macro-localización.

Consiste en determinar en qué lugar del país es más conveniente ubicar el proyecto: Provincia, Cantón, Ciudad, Parroquia.

Tabla 30 Macro-localización.

MACROLOCALIZACIÓN	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Cantón	Quito
Parroquia	Chillogallo

Elaborado por: Patricia Chusin

Figura 25 Macro-localización.



Fuente: Google www.mundoecuador.com

Elaborado por: Patricia Chusin

4.3.3 Localización óptima.

La localización del proyecto es una ventaja competitiva que nos permitirá aumentar los beneficios y optimizar los costos. Al realizar la localización óptima para la implementación de una microempresa se considera adecuado el sector de Cristo Rey debido a que es una zona tranquila, comercial y además nuestro productos se basa en la entrega a distintos lugares como papelerías, jugueterías y librerías del Cantón Quito y especialmente en los CIBV, y CDI.

4.4 Ingeniería del Producto.

Se entiende por ingeniería del producto a la etapa que se encuentra dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo.

- Todas las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento del establecimiento productivo.
- Lugar de implantación del proyecto.
- Las actividades necesarias para el suministro de los insumos y de los materiales
- Los requerimientos de recursos humanos.
- Las cantidades requeridas de insumos y materiales.
- Diseñar el plano funcional y material de la planta productora.
- Determinar las obras complementarias de servicios públicos.

- Determinar gastos de inversión y costos durante la operación.
- Planear el desarrollo del proyecto durante la instalación y creación de material didáctico.

4.4.1 Definición del B y S.

Es todo lo que satisface la necesidad o deseo de cada uno de los seres humanos ya sea de manera directa o indirecta, por lo tanto el Objetivo de la microempresa **“MATERIALES DIDÁCTICOS S&M”** es principalmente la elaboración diferentes materiales didácticos como en madera, triplex, fomix los mismo que son utilizados por los pequeños para satisfacer sus curiosidades y la vez ir adquiriendo un aprendizaje significativo.

4.4.2 Distribución de planta.

Para poder llevar a cabo el proyecto se ha visto la necesitara de crear las siguientes áreas que ayudaran para brindar un mejor servicio y a la vez facilitara a la entrega de un producto de calidad en el menor tiempo posible.

Recepción.- Es el que facilita una información precisa, además tramita cualquier solicitud que será de servicio al cliente el mismo que puede ser de manera personal, telefónica, correos electrónicos o fax, es decir su principal papel cuenta con una serie

de funciones y responsabilidades que varían dependiendo del tipo de establecimiento.

Almacén.- En esta área encontraremos todos los materiales didácticos que tengamos para exponer a nuestros clientes y además se localizara la oficina del gerente propietario, departamento de contabilidad conjuntamente con el área de finanzas.

Área de trabajo.- En este lugar será en donde el personal se encuentre trabajando o elaborando el material didáctico para los niños y niñas.

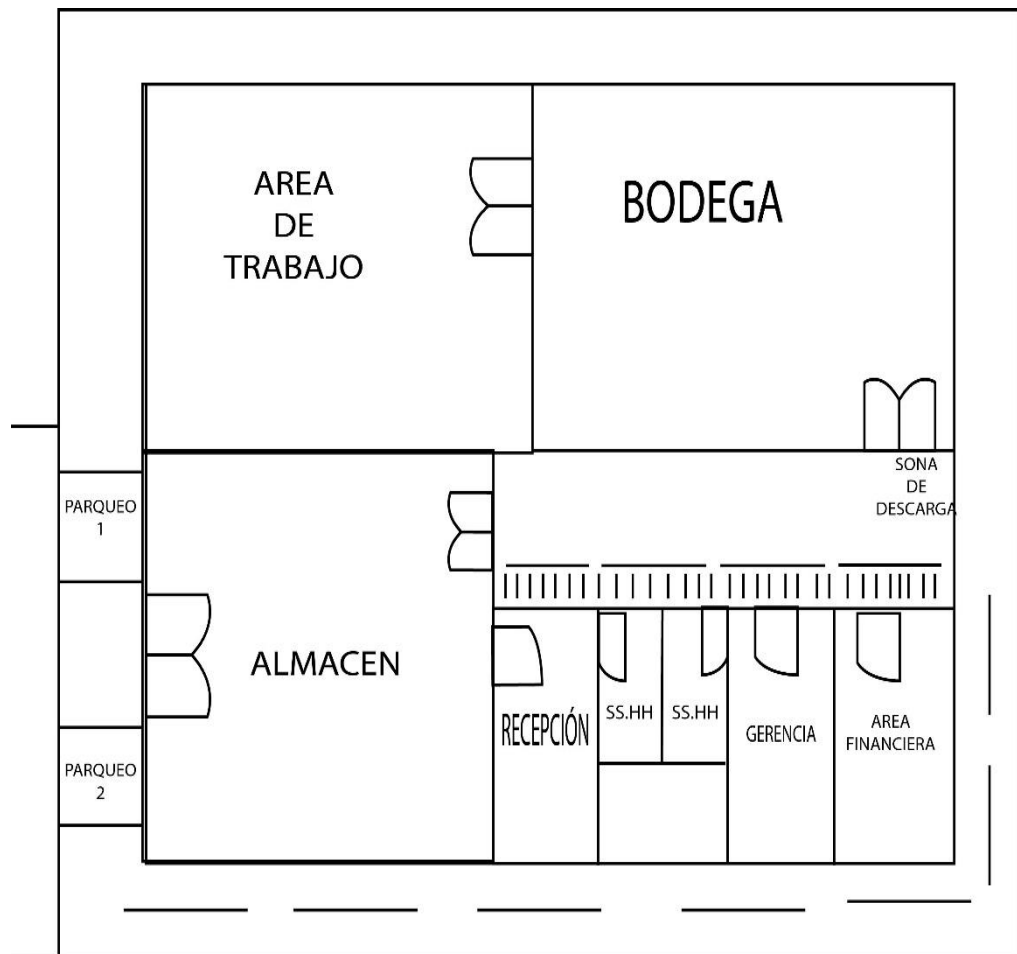
Bodega.- En esta área se encontrara almacenada todos los materiales que adquiere la microempresa a sus diferentes proveedores, la misma que se clasifica de acuerdo a sus características cada uno de sus producto, como también se prepara los pedidos de venta.

Oficina Gerencia.- Es donde el gerente realizar su trabajo como también recibirá a los clientes.

Área Financiera.- En este lugar trabajaran las personas encargadas de todo el movimiento financiero de la empresa.

Baño.- Para una mejor atención al cliente se contara con baños separados, tanto para damas como para caballeros para cumplir con las normas de higiene.

4.4.3 Esquema de distribución de planta.



Fuente: Investigador
Elaborado por: Patricia Chusin

4.4.4 Proceso Productivo.

Tabla 31 *Proceso productivos.*

ITEMS	PROCESO MATERIAL DIDÁCTICO	RESPONSABLE
1	Adquisición de materia prima: triplex, fomix, silicón, fieltro, pegamento, pinturas entre otro,	Gerente
2	Ingreso de materia prima a bodega.	Operador 1
3	Elección del modelo y distribución de actividades.	Gerente
4	Orden de producción, selección de materiales.	Gerente
5	Corte y detallado de los materiales	Operador 1
6	Armado de los materiales	Operador 2
7	Control de calidad	Gerente
8	Empaque de carteras.	Operador 1 o 2
9	Entrega de pedido para su distribución	Jefe de ventas o marketing

Fuente: Investigador

Elaborado por: Patricia Chusin

4.4.5 Maquinaria.

Tabla 32 Maquinaria.

MAQUINARIA		
N°	DETALLES	CANTIDAD
1	Perforadoras a laser.	3
2	Cierra de madera	2
3	Pistolas de silicón	10
4	Perforadoras de ojales	3
5	Taladros	2
6	Brocas	30
7	Barras de silicón	50
8	Máquina de coser	1

Elaborado por: Patricia Chusin

4.4.6 Equipos.

Tabla 33 Equipos.

EQUIPO		
N°	DETALLE	CANTIDAD
1	Equipos de Trabajo	
1.1	Vitrinas	2
1.2	Estanterías	10
1.3	Vitrina caja	1
2	Equipo de computo	
2.1	Computadora hp	2
2.2	Impresora	1
3	Equipo de oficina	
3.1	Escritorio	2
3.2	Sillas	8
3.3	Suministros de oficina	1
3.4	Archivador	1
4	Equipo de Seguridad	
4.1	Extintor	1
4.2	Cámaras de seguridad	1
5	Muebles y Enseres	
5.1	Trapeadores	3
5.2	Implementos de limpieza generales(jabón líquido, papel higiénico, desinfectantes)	6
5.3	Escoba	3

Elaborado por: Patricia Chusin

Tabla 34 Sueldos y Salarios

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO	13°R O	14°T O	F. RESERVA	IESS PERSONAL	IESS PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GERENTE GENERAL	1	500	41,67	41,67	41,67	47,25	60,75	733	8796
CONTADOR	1	400	33,33	33,33	33,33	37,8	48,6	586,4	7036,8
ARTESANO 01	1	366	30,5	30,5	30,5	34,587	44,469	536,556	6438,672
ARTESANO 02	1	366	30,5	30,5	30,5	34,587	44,469	536,556	6438,672
VENDEDOR	1	366	30,5	30,5	30,5	34,587	44,469	536,556	6438,67
TOTAL		1998	166,5	166,5	166,5	188,811	242,757	2929,068	35148,816

Elaborado por: Patricia Chusing

El Recurso Humano dentro de una microempresa o empresa en general es lo más importante, ya que son los responsables en desarrollar las diferentes funciones en cada una de sus áreas designadas con el fin de brindar a la clientela producto de calidad y servicio de calidez y así conseguir un buen funcionamiento de la misma.

CAPÍTULO V

5 Estudio Financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, 2012)

5.1 Ingresos operacionales y no operacionales

Ingresos operacionales:

Son todos los aumentos brutos del patrimonio originados directamente en el desarrollo del objeto social del ente, un ingreso operacional tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa.

Ingresos no operacionales:

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. Disponible en: http://www.contabilidad.com.py/articulos_73_costos-directos-e-indirectos.html

Por ser nueva la empresa no se tiene ingresos no operacionales.

Ingresos:

Crecimiento poblacional según el sector es del 2,5% y el precio es con el porcentaje de inflación del 3,7%.

En este caso el proyecto se lo realizara en una proyección de cinco años:

Tabla 35 de Ingresos Proyectados.

AÑO 2017			
PRODUCTO	CANTIDAD (Juegos)	PRECIO	TOTAL
Rompecabezas	1920	4	7680,00
Tablero de Tornillos	1440	5	7200,00
Insertables	1200	4	4800,00
Abrochadores	1920	4	7680,00
tendedero de ropa	720	4,5	3240,00
tubos mágicos	1200	3,5	4200,00
Cremalleras	720	5	3600,00
pinzas y pompones	2880	5	14400,00
			52800,00

Fuente: Estudio del caso.

Elaborado por: Patricia Chusin

Tabla 36 de Ingresos Proyectados.

AÑO 2018			
PRODUCTO	CANTIDAD (Juegos)	PRECIO	TOTAL
Rompecabezas	1968	4,15	8163,26
Tablero de Tornillos	1476	5,19	7653,06
Insertables	1230	4,15	5102,04
Abrochadores	1968	4,15	8163,26
tendedero de ropa	738	4,67	3443,88
tubos mágicos	1230	3,63	4464,29
Cremalleras	738	5,19	3826,53
Pinzas y pompones	2952	5,19	15306,12
Total			56122,44

Fuente: Estudio del caso.

Elaborado por: Patricia Chusin

Tabla 37 de Ingresos Proyectados

AÑO 2019			
PRODUCTO	CANTIDAD (Juegos)	PRECIO	TOTAL
Rompecabezas	2017	4,30	8676,94
Tablero de Tornillos	1513	5,38	8134,63
Insertables	1261	4,30	5423,09
Abrochadores	2017	4,30	8676,94
tendedero de ropa	756	4,84	3660,58
Tubos mágicos	1261	3,76	4745,20
Cremalleras	756	5,38	4067,31
Pinzas y pompones	3026	5,38	16269,26
Total			59653,94

Fuente: Estudio del caso.

Elaborado por: Patricia Chusin

Tabla 38 de Ingresos Proyectados.

AÑO 2020			
PRODUCTO	CANTIDAD (Juegos)	PRECIO	TOTAL
Rompecabezas	2068	4,46	9222,93
Tablero de Tornillos	1551	5,58	8646,50
Insertables	1292	4,46	5764,33
Abrochadores	2068	4,46	9222,93
Tendedero de ropa	775	5,02	3890,93
Tubos mágicos	1292	3,90	5043,79
Cremalleras	775	5,58	4323,25
Pinzas y pompones	3101	5,58	17293,00
Total			63407,67

Fuente: Estudio del caso.

Elaborado por: Patricia Chusin

Tabla 39 de Ingresos Proyectados.

AÑO 2021			
PRODUCTO	CANTIDAD (Juegos)	PRECIO	TOTAL
Rompecabezas	2119	4,63	9803,29
Tablero de Tornillos	1589	5,78	9190,58
Insertables	1325	4,63	6127,05
Abrochadores	2119	4,63	9803,29
Tendedero de ropa	795	5,20	4135,76
Tubos mágicos	1325	4,05	5361,17
Cremalleras	795	5,78	4595,29
Pinzas y pompones	3179	5,78	18381,16
Total			67397,60

Fuente: Estudio del caso.

Elaborado por: Patricia Chusin

Análisis

Con los ingresos proyectados se podrá saber un estimado de como ira creciendo nuestra producción como también como subirá el precio del producto, pudiendo establecer la cantidad que se va a producir y el precio al cual se va a vender.

5.2 Costos

El Costo o Coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Dicho en otras palabras, el costo es el esfuerzo económico (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.) que se debe realizar para lograr un objetivo operativo. Cuando no se alcanza el objetivo deseado, se dice que una empresa tiene pérdidas.

5.2.1 Costo directo.

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.

Tabla 40 Costo Directo

MATERIA PRIMA DIRECTA ROMPECABEZAS					
COSTO DE PRODUCCION	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Madera o triplex	Tablón	2	10	20	240
Pintura	Galón	2	16	32	384
Pegamento	Galón	2	15	30	360
ESTIQUER	Unidad	150	0,1	15	180
TOTAL			41,1	97	1164

Fuente: Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

Tabla 41 Costo Directo

MATERIA PRIMA DIRECTA TABLERO DE TORNILLOS					
COSTO DE PRODUCCION	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Madera	Tablón	1	10	10	120
Tuercas	Unidad	240	0,02	4,8	57,6
Tornillos.	Unidad	240	0,04	9,6	115,2
Pegamento	Galón	1	15	15	180
TOTAL			25,06	39,4	472,8

Fuente: Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

Tabla 42 Costo Directo

MATERIA PRIMA DIRECTA INSERTABLES					
COSTO DE PRODUCCION	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Madera	Tablón	2	10	20	240
Pegamento	Unidad	1	15	15	180
Cordón	Unidad	200	0,12	24	288
TOTAL			25,12	59	708

Fuente: Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

Tabla 43 Costo Directo.

MATERIA PRIMA DIRECTA CREMALLERAS					
COSTO DE PRODUCCION	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Madera	Tablón	1	10	10	120
Fieltro	Metros	3	3,5	10,5	126
Cierres	Unidad	60	0,25	15	180
Hilos	Tubos	2	2,5	5	60
Agujas	Unidad	60	0,06	3,6	43,2
TOTAL			16,31	44,1	529,2

Fuente: Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

Tabla 44 Costo Directo.

MATERIA PRIMA DIRECTA TUBO MAGICO					
COSTO DE PRODUCCION	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Madera	Tablón	2	10	20	240
Pegamento	Galón	1	15	15	180
Ligas	Unidad	100	0,2	20	240
Moños	Unidad	100	0,12	12	144
TOTAL			25,32	67	804

Fuente: Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

Tabla 45 Costo Directo.

MATERIA PRIMA DIRECTA ABROCHADORES					
COSTO DE PRODUCCION	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Fieltro	Metros	5	3,5	17,5	210
Broches	unidad	160	0,15	24	288
Ganchos	unidad	160	0,05	8	96
Hilos	tubos	2	2,5	5	60
Botones	Unidad	160	0,01	1,6	19,2
Agujas	Unidad	160	0,06	9,6	115,2
TOTAL			6,27	65,7	788,4

Fuente: Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

Tabla 46 Costo Directo.

MATERIA PRIMA DIRECTA PINZAS Y POMPONES					
COSTO DE PRODUCCION	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Madera	Tablón	2	10	20	240
Pegamento	Galón	1	15	15	180
Pompones	unidad	200	0,15	30	360
TOTAL			25,15	65	780
TOTAL COSTO DIRECTO					5720,4

Fuente: Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

Tabla 47 Mano de obra Directa.

MANO DE OBRA DIRECTA									
COSTO DE PRODUCCIÓN	CANTIDAD	SUELDO	13° RO	14° TO	F. RESERVA	IESS PERSONAL	IESS PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ARTESANO1	1	366	30,5	30,5	30,5	34,587	44,469	536,556	6438,672
ARTESANO2	1	366	30,5	30,5	30,5	34,587	44,469	536,556	6438,672
TOTAL	2	732	61	61	61	69,174	88,938	1073,112	12877,344

Fuente: Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

5.2.2 Costo indirecto.

Aquel coste que afecta al proceso productivo en general de uno o más productos, por lo que no se puede asignar directamente a un solo producto sin usar algún criterio de asignación.

Es decir, no lo podemos asignar únicamente, a una unidad de referencia concreta. Sino a criterios más generales, que dependen en cierta manera del tipo de producción, como el gasto de electricidad, agua, climatización, etc. de un proceso de producción.

Son otros costos necesarios en la operación del taller, son de naturaleza más general que no pueden identificarse como parte primordial del costo de un producto terminado. (Cisneros, 2010).

Tabla 48 *Costos Indirectos.*

COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION	CANTIDAD mensual	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Fundas plásticas	200	0,01	2	24
Agujas	5	0,06	0,3	3,6
Papel	3	0,03	0,09	1,08
Ganchos	10	0,05	0,5	6
Barras de silicona	30	0,08	2,4	28,8
Cartón	6	0,8	4,8	57,6
Hilos	2	2,5	5	60
Etiquetas	1100	0,02	22	264
TOTAL			37,09	445,08

Fuente: Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

5.2.3 Gastos administrativos.

Son pagos que se aplican a la empresa, en las funciones de dirección, asesoría, planificación y en actividades generales del personal, estos pueden ser: sueldos a los directivos, al personal de contabilidad, útiles de oficina, teléfonos y alquileres.

Son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas. Disponible en:

<http://grantspace.org/Tools/Knowledge-Base/Preguntas-y-respuestas-en-espanol/Propuestas-de-proyectos/costos-administrativos-overhead>

Tabla 49 Gastos Administrativos.

PERSONAL	SUELDO	13° TERCERO	14° CUARTO	F. DE RESERVA	IESS PERSONAL	IESS PATRONAL	V. MENSUAL	V. ANUAL
GERENTE GENERAL	500	41,67	41,67	41,67	47,25	60,75	733	8796
CONTADOR	400	33,33	33,33	33,33	37,8	48,6	586,4	7036,8
TOTAL	900	75,00	75,00	75,00	85,05	109,35	1319,40	15832,80

Fuente: Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

Tabla 50 Gastos Administrativos.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ARRIENDO	200	2400
UTILES DE OFICINA	10	120
UTILES DE ASEO	15	180
SERVICIOS BASICOS (AGUA, LUZ)	30	360
TELEFONO, INTERNET	30	360
TOTAL	285	3420

Fuente: Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

5.2.4 Costo de venta

Los gastos de venta usualmente comprenden todos los costos asociados o vinculados con las ventas de la compañía. Esto incluye salarios del personal de ventas y de ejecutivos, publicidad y gastos de viaje. En general, los gastos de venta crecen y caen con las ventas de la compañía. Disponible en: http://www.ehowenespanol.com/gastos-venta-vs-gastos-administrativos-info_348500/

Tabla 51 Gastos Administrativos.

PERSONA L	SUELDO	13° TERCERO	14° CUARTO	F. RESERVA	DE IESS PERSONAL	IESS PATRONAL	V. MENSUAL	V. ANUAL
VENDEDOR	366	30,5	30,5	30,5	34,587	44,469	536,56	6438,67

Fuente: Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

TOTAL COSTOS

38295,62

5.2.5 Costo financiero.

Son los gastos que reflejan el costo de capital o el costo que representa para la empresa financiarse con terceros. Son el costo de los pasivos, es decir de las deudas que tiene la empresa. El más importante es el interés que se paga sobre las deudas con bancos o con terceros, también las comisiones que se pagan cuando se formalizan préstamos, algunos servicios bancarios que tienen que ver con financiamiento, etc. Disponible en:

http://cmap.upb.edu.co/rid=1236386222735_2108514068_2146/Tema1.CostosFijosyVariablesTeor%C3%ADayProblemas.pdf

5.2.6 Costos fijos y variables.

COSTO FIJO: Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos; son los que no cambian sea cual sea su nivel de producción, entre estos son: arriendos, depreciaciones, seguros, sueldos.

COSTO VARIABLE: Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación, varían de forma directa o proporcional con el volumen de producción, si queremos producir más aumentaremos la materia prima y en caso contrario se disminuiría. Disponible en:

http://cmap.upb.edu.co/rid=1236386222735_2108514068_2146/Tema1.CostosFijosyVariablesTeor%C3%ADayProblemas.pdf

Tabla 52

No	DETALLE	C.F.	C.V.
1	Materia Prima directa		*
2	Materiales e insumos directos		*
3	Mano de Obra directa		*
4	Materiales indirectos		*
5	Mano de obra indirecta	*	
6	Gasto indirecto de Fabricación	*	
7	Gastos de Administración	*	
8	Impuestos o Patentes	*	
9	Gastos de Comercialización	*	*
10	Depreciación	*	*
11	Amortización inversión directa	*	
12	Costo Financiero	*	

Clasificación de Costos

Fuente: Google.com

Elaborado por: Patricia Chusin

5.3 Inversiones.

Una **inversión**, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una **ganancia futura**.

Es aquella parte de la producción que no se destina al Consumo inmediato sino a la producción de nuevos Bienes De Consumo o de nuevos bienes de Capital.

En este sentido es equivalente a la acumulación de activos físicos.

El fin de la Inversión es mantener e incrementar la producción de Bienes de Consumo, para lo cual es necesario reponer el Stock de capital que se gasta en el proceso de producción, además de incrementar dicho Stock.

De aquí surge la distinción entre inversión bruta e Inversión neta.

La primera es igual a la inversión total; es decir, aquella parte del Producto que repone e incrementa el Stock de Capital existente.

La Inversión neta es igual a la inversión bruta menos la Depreciación, o reposición del capital gastado en la producción. Vale decir, es equivalente al incremento neto en el Stock de Capital.

Disponible en: <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INVERSION.htm>

5.3.1 Inversión fija.

Son aquellos recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización de un proyecto.

Las inversiones fijas tienen una vida útil mayor a un año se deprecia, tal es el caso de las maquinarias, equipos, muebles, enseres, vehículos y otros.

Se llama Inversión fija porque el Proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello perjudique la actividad productiva.

5.3.1.1 Activos fijos.

Los activos fijos son 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.

Cuadro de activos

El cuadro de activos fijos es el reporte más importante y completo para el cierre del ejercicio o para un cálculo de resultados intermedios. Igual que con el resto de las listas, puede configurarse con cualquier variante de clasificación, y sumarse a cualquier nivel de grupo.

Tabla 53 Cuadro de activos

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
INFRAESTRUCTURA	0	0	0
VEHICULO	0	0	0
TOTAL			0
MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Perforadoras a laser.	3	200	600
Cierra de madera	2	30	60
Pistolas de silicón	10	4	40
Perforadoras de oiales	3	30	90
Taladros	2	35	70
Brocas	30	1,5	45
Máquina de coser	1	500	500
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS			1405
MUEBLES Y ENCERES			

Estación de trabajo	1	213	213
Silla giratoria	8	56	448
Vitrinas	2	100	200
Estanterías	10	50	500
Vitrina caja	1	80	80
Escritorio	1	150	150
Archivador	1	100	100
TOTAL MUEBLES Y ENCERES			1691
UTILES DE OFICINA			
PERFORADORA	1	3,5	3,5
CALCULADORA	1	6	6
TELEFONO	1	25	25
ESFERO CAJA *24	1	6,48	6,48
GRAPADORA	2	15	30
PAPEL BOND RESMAS	4	5	20
TOTAL UTILES DE OFICINA			90,98
UTILES DE ASEO			
Trapeadores	3	2,5	7,5
(jabón líquido, papel higiénico, desinfectantes)	6	3	18
Escoba	3	2,5	7,5
TOTAL UTILES DE ASEO			25,5
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
LAPTOS HP	2	600	1200
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	1	250	250
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION			1450
TOTAL			4662,48
Fuente: Estudio de caso			

Fuente. Estudio de caso
Elaborado por: Patricia Chusin

5.3.1.2 Activos nominales

Corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Disponible en: <http://www.spw.cl/proyectos/inversiones.htm>

Tabla 54

CONCEPTO	RECURSOS PROPIOS	CAPITAL SOCIO	RECURSOS FINANCIADOS	RECURSOS UTILIZADOS
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	350	0	0	350
INVERSION TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	350	0	0	350

Fuente. Estudio de caso
Elaborado por: Patricia Chusin

5.3.2 Capital de trabajo

Se define como **capital de trabajo** a la capacidad de una empresa para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo.

El capital de trabajo resulta útil para establecer el **equilibrio patrimonial** de cada organización empresarial. Se trata de una herramienta fundamental a la hora de realizar un análisis interno.

Tabla 55 Capital de trabajo

.

CUADRO DE INVERSIONES			
CONCEPTO	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS	RECURSOS UTILIZADOS
INFRAESTRUCTURA	0	0	0
VEHICULO	0	0	0
MAQUINARIA Y EQUIPO	1405	0	1405
MUEBLES Y ENSERES	1353,48	337,52	1691
EQUIPOS DE COMPUTO		4662,48	4662,48
UTILES DE OFICINA	90,98	0	90,98
UTILES DE ASEO	25,5		25,5
INVERSION TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	2874,96	5000	7874,96
%PARTICIPACION DE LA INVERSION	38%	62%	100%

Fuente. Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

5.3.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.

Identifican el origen de los recursos que se cubren las asignaciones presupuestarias. Pueden ser las instituciones bancarias y financieras, tanto internas como externas por cuyo medio se obtienen los recursos necesarios para equilibrar las finanzas.

Tabla 56 Fuentes de financiamiento.

CONCEPTO	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS	RECURSOS UTILIZADOS
ACTIVOS FIJOS			
INFRAESTRUCTURA	0	0	0
VEHICULO	0	0	0
MAQUINARIA Y EQUIPOS	1405	0	1405
MUEBLES Y ENSERES	1353,48	337,52	1691
EQUIPOS DE COMPUTO		4662,48	4662,48
UTILES DE OFICINA	90,98	0	90,98
UTILES DE ASEO	25,5		25,5
INVERSION TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	2874,96	5000	7874,96
%PARTICIPACION DE INVERSION	38%	62%	100%
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCION	350	0	350
INVERSION TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	350	0	350
%PARTICIPACION DE LA INVERSION	100%	0%	100%
COSTOS DE PRODUCCION	15878,16	3164,66	19042,82
GASTOS ADMINISTRATIVOS	19252,80	0,00	19252,80
GASTOS DE VENTA	6438,67	0,00	6438,67
INVERSION TOTAL CAPITAL	41569,63	3164,66	44734,29
%PARTICIPACION DE LA INVERSION	71%	29%	100%
TOTAL	44794,592	8164,66	52959,25

Fuente. Estudio de caso
Elaborado por: Patricia Chusin

5.3.4 Amortización de financiamiento.

Es el pago gradual que se realiza para liquidar un adeudo proveniente generalmente de algún préstamo o crédito. En la actividad financiera es común que las empresas y las personas busquen financiamiento o crédito, sea para capitalizarse o para la adquisición de bienes (activos).

Tabla 57

CAPITAL	8164,66	
TASA DE INTERES	22,25%	0,2225
PAGO	ANUAL	
PLAZO	3AÑOS	1



5.3.4.1 Amortización De Financiamiento

Tabla 58 de amortización

N° Cuota	Valor Presente	Intereses	Abono Capital	Valor de la Cuota	Saldo
1	\$ 8.164,66	\$ 164,93	\$ 128,62	\$ 293,54	\$ 8.036,04
2	\$ 8.036,04	\$ 161,52	\$ 132,02	\$ 293,54	\$ 7.904,03
3	\$ 7.904,03	\$ 158,87	\$ 134,67	\$ 293,54	\$ 7.769,35
4	\$ 7.769,35	\$ 155,39	\$ 138,16	\$ 293,54	\$ 7.631,20
5	\$ 7.631,20	\$ 152,62	\$ 140,92	\$ 293,54	\$ 7.490,28
6	\$ 7.490,28	\$ 142,32	\$ 151,23	\$ 293,54	\$ 7.339,05
7	\$ 7.339,05	\$ 132,10	\$ 161,44	\$ 293,54	\$ 7.177,62
8	\$ 7.177,62	\$ 114,84	\$ 178,70	\$ 293,54	\$ 6.998,92
9	\$ 6.998,92	\$ 104,98	\$ 188,56	\$ 293,54	\$ 6.810,36
10	\$ 6.810,36	\$ 95,34	\$ 198,20	\$ 293,54	\$ 6.612,16
11	\$ 6.612,16	\$ 92,57	\$ 200,97	\$ 293,54	\$ 6.411,19
12	\$ 6.411,19	\$ 83,35	\$ 210,20	\$ 293,54	\$ 6.200,99
13	\$ 6.200,99	\$ 80,61	\$ 212,93	\$ 293,54	\$ 5.988,06
14	\$ 5.988,06	\$ 71,86	\$ 221,69	\$ 293,54	\$ 5.766,38
15	\$ 5.766,38	\$ 69,20	\$ 224,35	\$ 293,54	\$ 5.542,03
16	\$ 5.542,03	\$ 66,50	\$ 227,04	\$ 293,54	\$ 5.314,99
17	\$ 5.314,99	\$ 63,78	\$ 229,76	\$ 293,54	\$ 5.085,23
18	\$ 5.085,23	\$ 61,02	\$ 232,52	\$ 293,54	\$ 4.852,71
19	\$ 4.852,71	\$ 53,38	\$ 240,16	\$ 293,54	\$ 4.612,55
20	\$ 4.612,55	\$ 50,74	\$ 242,80	\$ 293,54	\$ 4.369,74
21	\$ 4.369,74	\$ 48,07	\$ 245,48	\$ 293,54	\$ 4.124,27
22	\$ 4.124,27	\$ 41,24	\$ 252,30	\$ 293,54	\$ 3.871,97
23	\$ 3.871,97	\$ 38,72	\$ 254,82	\$ 293,54	\$ 3.617,15
24	\$ 3.617,15	\$ 32,55	\$ 260,99	\$ 293,54	\$ 3.356,16
25	\$ 3.356,16	\$ 30,21	\$ 263,34	\$ 293,54	\$ 3.092,82
26	\$ 3.092,82	\$ 27,84	\$ 265,71	\$ 293,54	\$ 2.827,12
27	\$ 2.827,12	\$ 22,62	\$ 270,93	\$ 293,54	\$ 2.556,19
28	\$ 2.556,19	\$ 20,45	\$ 273,09	\$ 293,54	\$ 2.283,10
29	\$ 2.283,10	\$ 15,98	\$ 277,56	\$ 293,54	\$ 2.005,54
30	\$ 2.005,54	\$ 14,04	\$ 279,50	\$ 293,54	\$ 1.726,03
31	\$ 1.726,03	\$ 12,08	\$ 281,46	\$ 293,54	\$ 1.444,57
32	\$ 1.444,57	\$ 8,67	\$ 284,87	\$ 293,54	\$ 1.159,70
33	\$ 1.159,70	\$ 6,96	\$ 286,58	\$ 293,54	\$ 873,11
34	\$ 873,11	\$ 4,37	\$ 289,18	\$ 293,54	\$ 583,94
35	\$ 583,94	\$ 3,15	\$ 290,39	\$ 293,54	\$ 293,55
36	\$ 293,55	\$ 0,29	\$ 293,25	\$ 293,54	\$ 0,00

Fuente. Estudio de caso
Elaborado por: Patricia Chusin

5.3.5 Depreciaciones.

Pérdida de valores y bienes del activo fijo, que se produce por las siguientes causas:

- Desgaste por el uso
- Envejecimiento por la mera acción del tiempo
- Deterioro de diverso orden
- Falta de una apropiada conservación o mantenimiento
- Obsolescencia (Valdivieso, 2004)

Es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que al final lo lleva a ser inutilizable. El ingreso generado por el activo usado, se le debe incorporar el gasto correspondiente al desgaste que ese activo ha sufrido para poder generar el ingreso, puesto que como según señala un elemental principio económico, no puede haber ingreso sin haber incurrido en un gasto, y el desgaste de un activo por su uso, es uno de los gastos que al final permiten generar un determinado ingreso. Disponible en;

<http://www.gerencie.com/depreciacion.html>

Tabla 59 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS										
DEPRECIACION	CANTI DAD	VAL OR INICI AL	VAL OR TOT AL	AÑOS					VALOR SALVAME NTO	VALOR RESID UAL
				1	2	3	4	5		
MAQUINAS Y HERRAMIENTAS										
Perforadoras a laser.	3	200	600	60	60	60	60	60	300	300
Cierra de madera	2	30	60	6	6	6	6	6	30	30
Pistolas de silicón	10	4	40	4	4	4	4	4	20	20
Perforadoras de ojales	3	30	90	9	9	9	9	9	45	45
Taladros	2	35	70	7	7	7	7	7	35	35
Brocas	30	1,5	45	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	22,5	22,5
Máquina de coser	1	500	500	50	50	50	50	50	250	250
TOTAL		800,5	1405	140,5	140,5	140,5	140,5	140,5		
EQUIPOS DE OFICINA										
silla giratoria	8	56	448	44,8	44,8	44,8	44,8	44,8	224	224
Escritorio	1	150	150	15	15	15	15	15	75	75
Archivador	1	100	100	10	10	10	10	10	50	50
TOTAL		306	698	69,8	69,8	69,8	69,8	69,8		
MUEBLES Y ENSERES										
Estación de trabajo	1	213	213	21,3	21,3	21,3	21,3	21,3	106,5	106,5
Vitrinas	2	100	200	20	20	20	20	20	100	100
Estanterías	10	50	500	50	50	50	50	50	250	250
Vitrina caja	1	80	80	8	8	8	8	8	40	40
TOTAL		443	993	99,3	99,3	99,3	99,3	99,3		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN										
Laptop HP	2	600	1200	400	400	400			1200	0,00
Impresora multifuncional	1	250	250	83,33	83,33	83,33			250,00	0,00
TOTAL		850	1450	483,33	483,33	483,33				

Fuente. Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

5.3.6 Estado de situación inicial.

Es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, ya sea de una organización pública o privada, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital contable. Se formula de acuerdo con un formato y un criterio estándar para que la información básica de la empresa pueda obtenerse uniformemente como por ejemplo: posición financiera, capacidad de lucro y fuentes de fondeo. Disponible en: <http://estadconta1933.blogspot.com/>

Tabla 60 Estado situacional.

ESTADO DE SITUACION INICIAL		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTE		4200
BANCO	4000	
CAJA CHICA	200	
ACTIVO FIJO		7874,96
MAQUINARIA Y EQUIPO	1405	
MUEBLES Y ENSERES	1691	
EQUIPOS DE COMPUTO	4662,48	
UTILES DE OFICINA	90,98	
UTILES DE ASEO	25,5	
ACTIVO DIFERIDO		350
GASTOS DE CONSTITUCION	350	
TOTAL ACTIVOS		12424,96
		-
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		8164,66
PRESTAMO BANCARIO POR PAGAR	8164,66	
TOTAL PASIVOS		8164,66
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	2874,96	
TOTAL PATRIMONIO		2874,96
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		11039,62

Fuente. Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

5.3.7 Estado de resultados proyectados.

Surge de la conjunción de los presupuestos integrantes del presupuesto económico, entre los que podemos enumerar a: Presupuesto de ventas; Presupuesto de costo de ventas; Presupuesto de Gastos operativos, Presupuesto de otros ingresos y egresos y Presupuesto de resultados financieros.

Estado de Ganancias y Pérdidas El Estado de Resultado o Estado de Ganancias y Pérdidas, es uno de los estados financieros básico, el cual muestra la utilidad o pérdida obtenida en un período determinado por actividades ordinarias y extraordinarias. Se habla de un período determinado, por cuanto una utilidad o pérdida se obtiene por actividades de diversa naturaleza y realizadas a lo largo del tiempo. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos89/estado-resultados/estado-resultados.shtml#ixzz2xoZfjaZw>

Tabla 61 Estado de Resultados proyectado.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	48960,0 0	52040,80 8	55315,4 8	58796,2 0	62495,9 5
COSTO DE PRODUCCION	19042,8 2	19747,41	20241,0 9	20747,1 2	21265,8 0
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	29917,1 8	32293,40	35074,3 8	38049,0 8	41230,1 5
GASTOS. ADMINISTRATIVO	19252,8 0	19965,15	20464,2 8	20975,8 9	21500,2 9
GASTOS. VENTAS	6438,67	6676,90	6843,83	7014,92	7190,29
GASTOS. FINANCIERO	3522,48	3522,48	3522,48	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	703,22	2128,86	4243,79	10058,2 7	12539,5 7
15% TRABAJADORES	105,48	319,33	636,57	1508,74	1880,94
UTILIDAD ANTES DE IMP. RENT	597,74	1809,53	3607,23	8549,53	10658,6 4
22% IMP. RENT	131,50	398,10	793,59	1880,90	2344,90
UTILIDAD DEL EJERCICIO	466,24	1411,44	2813,64	6668,63	8313,74

Fuente. Estudio de caso
Elaborado por: Patricia Chusin

5.3.8 Flujo de caja.

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa.

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

El objetivo del estado de flujo de caja es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo de una empresa durante un período de tiempo. Es un estado financiero dinámico y acumulativo. Disponible en:

<http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx>

Tabla 62 Flujo de caja

DESCRIPCION	AÑO BASE	2017	2018	2019	2020	2021
TOTAL FUENTE	7874,9 6	3805,09	4910,49	6482,97	10035,6 4	11873,1 3
CAPITAL PROPIO	2874,9 6					
PRESTAMO	5000,0 0					
INGRESOS		52800,0 0	56122,4 4	59653,9 4	63407,6 7	67397,6 0
COSTO DE PRODUCCION		19042,8 2	19747,4 1	20241,0 9	20747,1 2	21265,8 0
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		33757,1 8	36375,0 3	39412,8 5	42660,5 5	46131,8 0
GASTO. ADMINISTRATIVO		19252,8 0	19965,1 5	20464,2 8	20975,8 9	21500,2 9
GASTOS. VENTAS		6438,67	6676,90	6843,83	7014,92	7190,29
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		4543,22	6210,50	8582,26	14669,7 4	17441,2 2
15% TRABAJADORES		681,48	931,57	1287,34	2200,46	2616,18
UTILIDAD ANTES DE IMP. RENT		3861,74	5278,92	7294,92	12469,2 8	14825,0 3
22% IMP. RENT		849,58	1161,36	1604,88	2743,24	3261,51
UTILIDAD NETA		3012,16	4117,56	5690,04	9726,04	11563,5 3
Depreciaciones		792,93	792,93	792,93	309,60	309,60
valor residual						1548
USOS	7874,9 6					
Inversión	7874,9 6					
Préstamo	8164,7					
Amortización del crédito		3522,48	3522,48	3522,48	0,00	0,00
Capital de trabajo	4200				4.200,00	
Recuperación Capital					4.200,00	
FLUJO ACTUAL						
		282,61	1388,01	2960,49	10345,2 4	13730,7 3

Fuente: Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

5.4 Evaluación Financiera

Una evaluación financiera de proyectos es un análisis del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto.

5.4.1 Cálculo de la TMAR (TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO)

Tabla 63 cálculo de la TMAR

CÁLCULO DE LA TMAR= (TASA ACTIVA + TASA PASIVA)		
TMAR		
TASA ACTIVA	8,17	
TASA PASIVA	4,53	
TOTAL	12,7	
	0,127	
TMAR	12,70 %	

Fuente. Estudio de caso
Elaborado por: Patricia Chusin

5.4.2 VAN (Valor Actual Neto)

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t Representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n Es el número de períodos considerado.

k , d o TIR es el tipo de interés.

Tabla 64 cálculo del VAN

CALCULO DEL VAN		
INVERSION	-7874,96	CALCULO DE FLUJOS
7874,96		-7874,96
FNE 1	282,61	250,76
FNE2	1388,01	1092,81
FNE3	2960,49	2068,2
FNE4	10345,24	6412,76
FNE5	13730,73	7552
VAN	9501,78	

Fuente. Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

En el VAN se calcula de los flujos netos de efectivo dividido para $1 + TMAR$ elevado a cierto periodo de tiempo.

5.4.3 TIR (Tasa Interna de Retorno).

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para reinvertir.

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad, así, se utiliza como uno de los criterios para decidir

sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Recuperado de:
Evaluación de Proyectos Quinta Edición.

Tabla 65 *Inversión*

INVERSION	-7874,96
FNE 1	282,61
FNE2	1388,01
FNE3	2960,49
FNE4	10345,24
FNE5	13730,73
VAN	9501,78
TIR	37%

*Fuente. Estudio de caso
Elaborado por: Patricia Chusin*

5.4.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI).

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Tabla 66

AÑOS	FLUJO	FLUJO ACUMULADO	
FNE 1	282,61	282,61	1 AÑO
FNE2	1388,01	1670,62	2 AÑO
FNE3	2960,49	4631,12	3 AÑO
FNE4	10345,24		
FNE5	13730,73		
INVERSION INICIAL	7874,96		
ULTIMO FLUJO	10345,24		
POR RECUPERAR	3243,84		
PR: AÑO	3,19	3 MESES 19 DIAS	

Fuente. Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

EL (PRI) Periodo de Recuperación de Inversión es de 3 años 3 meses y 19 días.

5.4.5 Relación costo beneficio (RBC).

La técnica de Análisis de Costo/Beneficio, tiene como objetivo fundamental proporcionar una medida de la rentabilidad de un proyecto, mediante la comparación de los costos previstos con los beneficios esperados en la realización del mismo.

Esta técnica se debe utilizar al comparar proyectos para la toma de decisiones.

$$R^c/b = \frac{\Sigma \text{Flujos actualizados}}{\text{Inversion}}$$

$$R^c/b = \frac{28707,08}{7894,96}$$

Tabla 67 relación costo beneficio.

RELACIÓN COSTO BENEFICIO	
CALCULO	
RC/B	3,64

Fuente. Estudio de caso

Elaborado por: Patricia Chusin

5.4.6 Punto de equilibrio.

Es aquel nivel de operaciones en el que los egresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos.

También se puede decir que es el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a obtener utilidades.

Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida

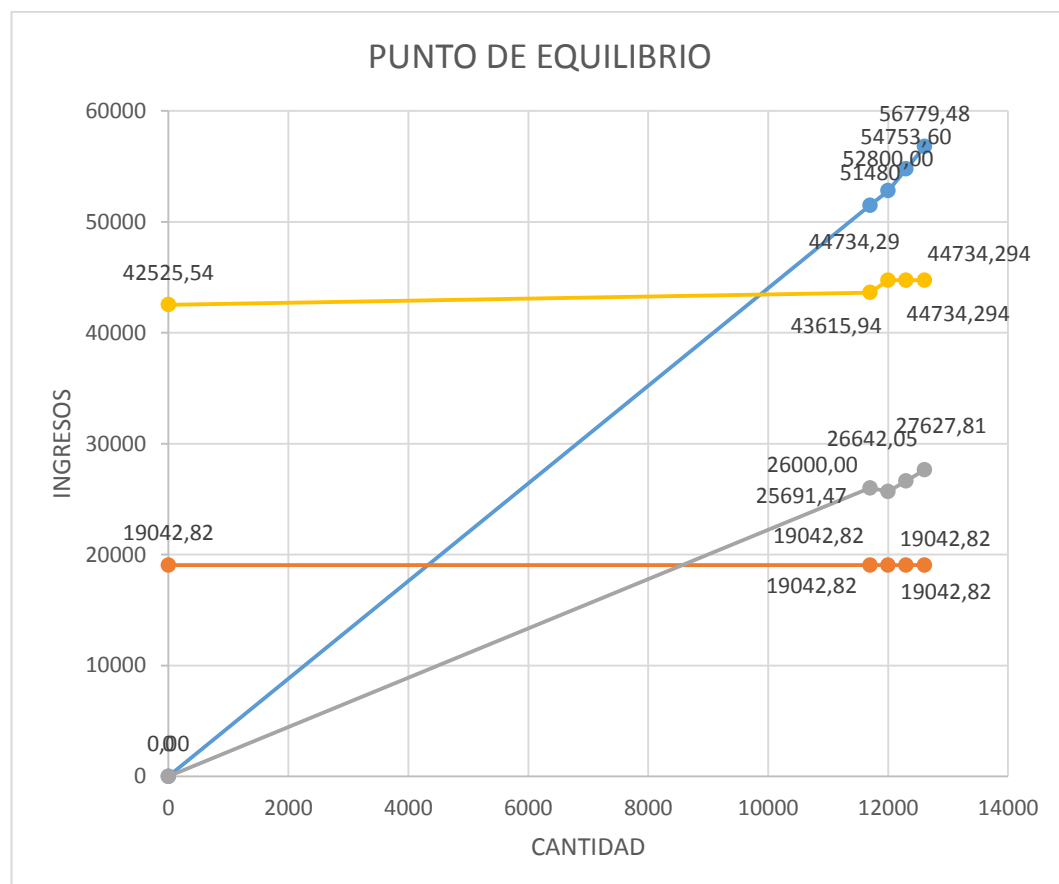
Punto de equilibrio mensual

Tabla 68 Datos Para Punto de Equilibrio

PRECIO DE VENTA U	UNIDADES VENDIDAS	INGRESO TOTAL	COSTO FIJO TOTAL	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL	COSTO TOTAL
4,12	0	0	19042,82	2,06	0,00	42525,54
4,12	11700	51480	19042,82	2,10	26000,00	43615,94
4,12	12000,00	52800,00	19042,82	2,14	25691,47	44734,29
4,12	12300,00	54753,60	19042,82	2,22	26642,05	44734,294
4,12	12607,50	56779,48	19042,82	2,30	27627,81	44734,294

Fuente. Estudio de caso
Elaborado por: Patricia Chusin

Figura # 28 PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Estudio del Caso
Elaborado por: Patricia Chusin

CAPÍTULO VI:

6 Análisis de impactos.

6.1 Impacto Ambiental.

El estudio de impacto ambiental EIA es un documento que describe pormenorizadamente las características de un proyecto o actividad que se pretende realizar o modificar. Un estudio de impacto ambiental debe proporcionar antecedentes fundados para la predicción, identificación, e interpretación de su impacto ambiental y describir la o las acciones que ejecutará para impedir o minimizar sus efectos significativamente adversos. (Gestión en Recursos Naturales , 2016)

Es decir son los efectos causados por el ser humano los mismo que pueden ser favorables o desfavorables para el ecosistema, ya que las diversas actividades realizadas los sectores productivos han hecho que no existan una adecuada protección y conservación de la misma, por lo tanto al ser una empresa productora de materiales didácticos y sabiendo que seremos quienes también afectaremos a la naturaleza nuestro compromiso será minimizar a lo máximo la contaminación ya que se procederá a realizar una adecuada organización y clasificación de basura, telas entre otros.

Tabla 69 Cuadro de componentes de contaminación:

COMPONENTES AFECTANTES	COMPONENTES AFECTADOS	EFFECTOS	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
DESECHOS SOLIDOS	ENTORNO	Acumulación de basura	Colorar en sitios de fácil recolección y respetar los horarios de EMASEO
HIGIENIZACION	SUELO AIRE	Contaminación	Reciclar los desechos

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Patricia Chusin

6.2 Impacto Económico.

José Antonio Peláez (s/f) afirma que “Los estudios de impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios”

Es decir los impactos económicos están definidos con cierta precisión. Ya que es el que dispone el pago de diferentes gastos que ha obtenido la microempresa, y la vez se puede adquirir una información clara de costos y el mismo que evitara pérdidas o mala toma de decisiones y por ende la microempresa contribuirá con la economía del país ya que cumplirá con el pago de los impuestos y generando empleo.

6.3 Impacto Productivo.

La degradación del medio ambiente incide en la competitividad del sector productivo a través de varias vertientes, entre otras: (I) falta de calidad intrínseca a lo

largo de la cadena de producción; (II) mayores costos derivados de la necesidad de incurrir en acciones de remediación de ambientes contaminados; y (III) efectos sobre la productividad laboral derivados de la calidad del medioambiente.

También afectan la competitividad la inestabilidad del marco regulatorio en materia ambiental y la poca fiscalización por parte de las autoridades, lo cual conduce a incertidumbre jurídica y técnica. Esto puede influir en costos adicionales que deben incurrir las empresas para demostrar que los productos o servicios son limpios o generados amigablemente con el medio ambiente. (Aristeo, 2009)

Por lo tanto cuando hablamos de impacto productivo se puede ver como un resultado de cambio en el proceso y productos, más no en las personas o grupos de personas.

6.4 Impacto Social.

El impacto social se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones”. Implican un mejoramiento significativo y, en algunos casos, perdurable o sustentable en el tiempo, en alguna de las condiciones o características de la población objetivo y que se plantearon como esenciales en la definición del problema. Un resultado final suele expresarse como un beneficio a mediano y largo plazo obtenido por la población atendida. (C.G., 2009)

Es decir el impacto social se refiere a la intervención de la comunidad en general, por lo que este proyecto de elaboración y distribución de materiales didácticos es fundamental para la sociedad porque garantizara el aprendizaje de los niños y niñas de etapa inicial en un 100% en su desarrollo motriz fino, ya que si cuenta con un buen desarrollo motriz fino el infante tendrá mejor una mejor escritura académica en lo posterior.

CAPÍTULO VII

7 Conclusiones y recomendaciones.

7.1 Conclusiones.

Al culminar el proyecto para la elaboración y comercialización de materiales didácticos y teniendo como propuesta desarrollar la motricidad fina de los niños y niñas de etapa inicial se ha determinado las siguientes conclusiones.

- Que la comercialización de materiales didácticos es factible en la creación de esta microempresa. Ya que se puede percibir potenciales clientes.
- Además se consideró a favor la demanda insatisfecha, ya que no contaban con una explicación adecuada sobre la utilidad del material antes de comprar, como también es importante contar con materiales actualizados, que la entrega sea puntual y el respeto a los clientes sea primordial tanto en precio y calidad.
- El uso de una adecuada metodología y la utilización de preguntas apropiadas en la encuesta han permitido obtener información valiosa, para así recopilar

datos correctos sobre la implementación de la microempresa y llegar a tener menos riesgo en la inversión.

- Al observar lo que en la actualidad los padres de familia buscan en los materiales didácticos como: calidad, variedad, precio y además que permita a sus niños y niñas a fortalecer un aprendizaje significativo, se ha implementado un manejo adecuado de publicidad y ofertas para que la microempresa no tarde de ser visualizada en todo Quito y por ende sea un éxito.
- Luego de realizar un análisis financiero se puede apreciar que el proyecto de materiales didácticos es rentable, pese a que existen varias competencias, pero sin embargo, a medida que pase el tiempo se ira adoptando diferentes estrategias para día a día ir fortaleciendo la microempresa y así alcanzar a un nivel económico considerable y como no llegar a ser una microempresa de renombre y éxito.

7.2 Recomendaciones.

- Es importante estar innovando cada uno de los materiales o productos que se está promocionando, como también no se debe descuidar el campo tecnológico ya que este medio permitirá realizar los pedidos de una manera más rápida y así se verá la comodidad tanto del cliente como de la microempresa.
- Incrementar materiales acorde a la necesidad de los infantes, para que los docentes puedan trabajar las diferentes características de los niños y niñas.
- Es esencial estar actualizado sobre los nuevos cambios que se genera en la malla curricular de educación inicial para mejorar el producto y así satisfacer a los clientes y para mejorar y fortalecer las falencias que se tenga e implementar cambios necesarios.
- Implementar un plan de marketing con la finalidad de promocionar al 100% los productos ecuatorianos.
- Es aconsejable estar al pendiente de la atención que se le brinda a los clientes, con el fin de conocer sus expectativas o necesidades y así lograr conseguir la satisfacción y fidelidad del mismo.
- Además tener siempre motivados a los clientes internos y externos, con precios competitivos y promociones.

Referencias Bibliográficas

- Andenser Consulting. (S/F). Recuperado el 19 de Julio de 2016, de Aspectos Tecnológicos: <http://ciberconta.unizar.es/ftp/pub/docs/bsch/pdf/A.pdf>
- Anzil, F. (Enero de 2012). Recuperado el 5 de Agosto de 2016, de Zona Económica.com: <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>.
- Aristeo, S. (7 de Noviembre de 2009). Recuperado el 8 de Agosto de 2016, de Impacto Productivo: <http://impactoambientalecologia.blogspot.com/2009/11/impactos-sobre-el-sector-productivo.html>
- Arnoletto, E. J., & Díaz, A. C. (S/F). Recuperado el 20 de Julio de 2016, de Biblioteca Virtual de Derecho Econinía y Ciencias Sociales: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm>
- Banco Central del Ecuador. (13 de Septiembre de 2015). Recuperado el 13 de Julio de 2016, de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/archivo/item/609-el-banco-central-del-ecuador-retoma-el-c%C3%A1lculo-del-producto-interno-bruto-por-el-enfoque-del-ingreso>
- BLOGDIARIO.COM. (19 de Mayo de 2008). *¿Qu+e es producto suatituto?* Recuperado el 01 de Agosto de 2016, de Comercialización: <http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/>
- blogspot.com. (21 de Mayo de 2012). Recuperado el 5 de Agosto de 2016, de Demanda de Mercado: <http://analiseconomicomaass.blogspot.com/>
- Botero, M. (25 de Agosto de 2011). *Costos Indirectos*. Obtenido de Gerence.com: <http://www.gerencie.com/clasificacion-de-los-costos.html>

CADELEC. (2012). Recuperado el 23 de Julio de 2016, de Evaluación de Empresas:
<http://www.cadelec.com.mx/evaluacion.php>

Castillo, J. (2012). *¿Qué es Dirección?* Recuperado el 20 de Julio de 2016, de Monografías.com:
<http://www.monografias.com/trabajos15/direccion/direccion.shtml>

Circunscripciones Eleccionales de Pichincha. (S/F). *Población de Chillogallo*.
Recuperado el 29 de Julio de 2016, de Tabla de Circunscripciones Pichincha:
<http://www.agroecuador.com/HTML/infocamara/2012/15102012/TABLA%20-%20CIRCUNSCRIPCIONES%20PICHINCHA.pdf>

Cisneros, J. F. (2010). *Contabilidad de Costos*. Quito: Editores JF.

Condo, E. (Diciembre de 2015). *Técnicas de Investigación*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Diccionario de Contabilidad. (s/f). *¿Que es costo?* Recuperado el 4 de Agosto de 2016, de Solo Contabilidad:
<http://www.solocontabilidad.com/costos/concepto-de-costo>

Distrito Metropolitano de Quito. (S/F). Recuperado el 10 de Julio de 2016, de Emprendimiento:
http://prensa.quito.gob.ec/Noticias/news_user_view/una_microempresa_que_trabaja_por_el_desarrollo_ludico--4380

ECO-FINANZAS. (s/f). *Capacidad instalada*. Recuperado el 01 de Agosto de 2016, de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm

Gerencie.com. (12 de Junio de 2010). Recuperado el 5 de Agosto de 2016, de Costo de venta: <http://www.gerencie.com/costo-de-venta.html>

GERENCIE.COM. (13 de Junio de 2010). *¿Qué es costo fijo?* Obtenido de Gerencie.com: Costos Fijos

Gestión en Recursos Naturales . (2016). Obtenido de Estudio de Impacto Ambiental:
<http://www.grn.cl/estudio-de-impacto-ambiental.html>

INDEXMUNDI.COM. (2015). Recuperado el 4 de Agosto de 2016, de Tasa de Crecimiento:

http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa_de_crecimiento.html

LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL. (10 de Septiembre de 2004). *Articulos sobre la ley ambiental*. Recuperado el 19 de Julio de 2016, de Ley de gestion Ambiental, Codificación: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

Manzuela, J. (1 de Mayo de 2004). *Costos Directos*. Recuperado el 5 de Agosto de 2016, de El derecho.com:

http://www.elderecho.com/tribuna/contable/costes_directos-costes_indirectos_11_685180004.html

Martinèz, E., & Sanches, S. (2007). Recuperado el 10 de Julio de 2016, de Pedagogia de Maria Montessori:

http://www.uhu.es/cine.educacion/figuraspedagogia/0_montessori.htm

Ministerio de Educaciòn. (2014). *Material Didàctico*. Obtenido de MINEDUC:

<http://educacion.gob.ec/tips-de-uso/>

Peguero, R. (31 de Marzo de 2011). *Gastos administrativos*. Recuperado el 4 de Agosto de 2016, de Prezi: <https://prezi.com/woqrujbii19d/presupuesto-de-gastos-de-administracion/>

Pelaez, J. (s/f). Recuperado el 5 de Agosto de 2016, de Documento PDF de Estudio de impacto económico: <https://www.pwc.es/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf>

Preparación y Evaluación de Proyectos. (s.f.). Obtenido de Blog:

<http://proyectos.ingenotas.com/2010/12/oferta-actual-y-proyectada.html>

PROMONEGOCIOS.NET. (2012). *Costos Financieros* . Obtenido de Tipos de costos: <http://www.promonegocios.net/costos/tipos-costos.html>

Rico, V. (2016). *Estudio de Mercado*. Recuperado el 24 de Julio de 2016, de

http://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html

- Soriano, A. (S/F). *¿Qué es oferta?* Recuperado el 01 de Agosto de 2016, de Monografías .com:
<http://www.monografias.com/trabajos82/ofertademanda/ofertademanda.shtml>
- Thompson, I. (2012). *¿ Qué es estudio de mercado?* Recuperado el 23 de Julio de 2016, de Promonegocios.net:
<http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Valdès, V. (12 de Octubre de 2012). *Que es Material didàctico*. Recuperado el 10 de Julio de 2016, de Slideshare: <http://es.slideshare.net/Vanessavvs/concepto-de-material-didactico>

ANEXOS.

Anexo 1

Fotografías

Insertables:



Tablero de tornillos.



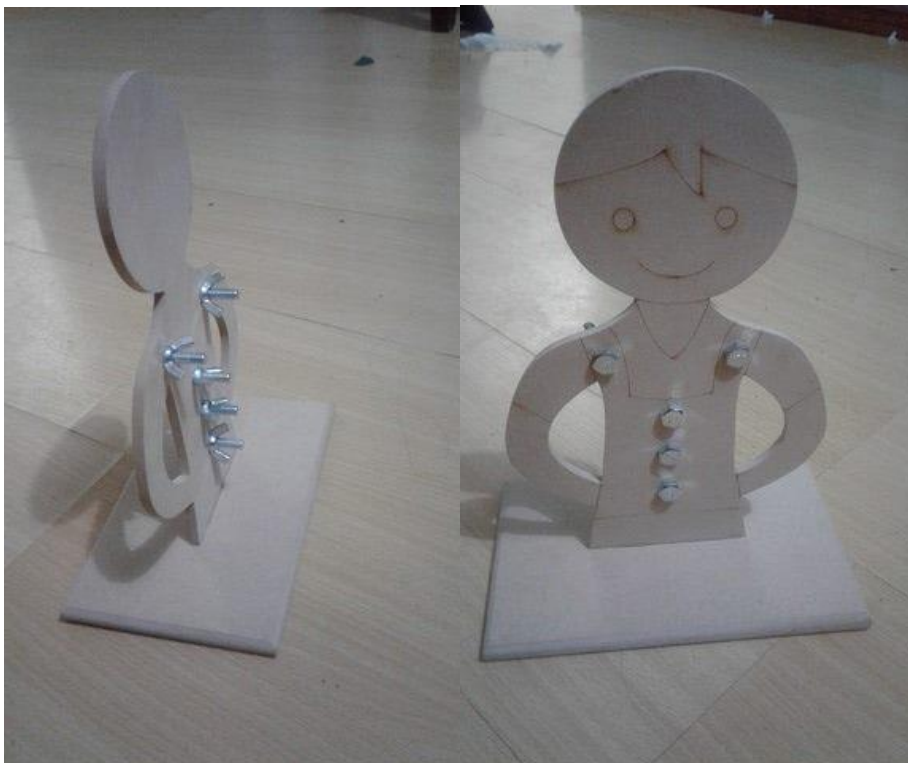
Tendedero de ropa.



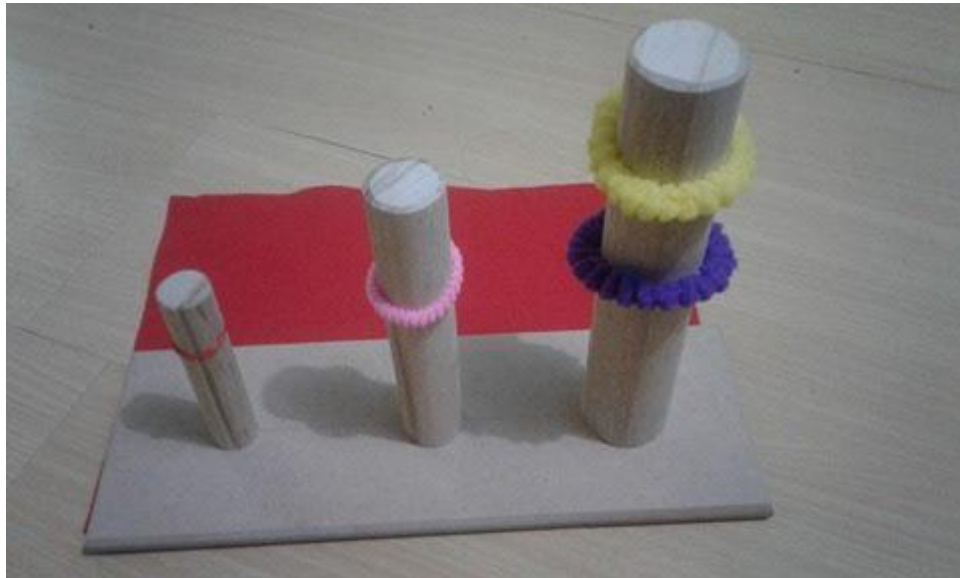
Rompecabezas



Tableros de tornillos



Tubos mágicos

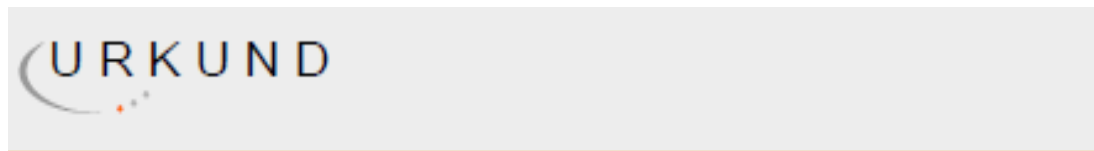


Insertables



Anexo2

Resultado análisis del Urkund



Urkund Analysis Result

Analysed Document: proyecto Final Paty.pdf (D23328649)
Submitted: 2016-11-15 06:49:00
Submitted By: npchp01@gmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

Metodologia.doc (D14699269)
Que es objetivo dolly.docx (D14583586)
TESIS RANDOLD PIZA.docx (D12982763)
DOS Mirasol FABIAN MATABAY TESIS FINAL.docx (D15809293)
material final_20151205_230053026.doc (D16863758)
Metodologia de desarrollo de software.docx (D11336416)
<http://www.pymesfuturo.com/Indicadores.htm>
http://www.uhu.es/cine.educacion/figuraspedagogia/0_montessori.htm
<http://mariamontessorieuoc.blogspot.com/2012/11/la-importancia-del-material-didactico.html>
<https://desarrollopnunah.files.wordpress.com/2014/09/4fijacion-de-precio.pdf>
http://www.bomberos.cl/bomberos2011/operaciones_bomberos/fndr/FNDR%20-%20Metodologia%20Preparacion%20Evaluacion%20Proyectos.pdf
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201512.pdf>
http://cmap.upb.edu.co/rid=1236386222735_2108514088_2146/Tema1.CostosFijosyVa
<http://estadconta1933.blogspot.com/>
<http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx>
<http://www.monografias.com/trabajos15/direccion/direccion.shtml>
http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm
<http://educacion.gob.ec/tips-de-uso/>
<http://proyectos.ingenotas.com/2010/12/oferta-actual-y-proyectada.html>
<http://www.monografias.com/trabajos82/ofertademanda/ofertademanda.shtml>
<http://www.unmsm.edu.pe/ogp/ARCHIVOS/Glosario/indg.htm>

Instances where selected sources appear:

36