



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
“INDOAMÉRICA”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE MATERIAL DIDÁCTICO SENSORIAL PARA NIÑOS, EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI.

Trabajo de investigación para la obtención del Título de Ingeniero en administración de empresas y negocios

Autora:

Morocho Chuquilla Mariuxi Nataly

Tutor:

Ing. Christopher López Samaniego. Mg.

AMBATO – ECUADOR

2018

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo Morocho Chuquilla Mariuxi Nataly, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE MATERIAL DIDÁCTICO SENSORIAL PARA NIÑOS, EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI”, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 31

días del mes de Julio, firmo conforme:

Autor: Morocho Mariuxi

Firma:

Número de Cédula: 050418271-8

Dirección: Cotopaxi, Saquisilí, Barrio El Calvario.

Correo Electrónico: natalymorocho94@gmail.com

Teléfono: 0983247101

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE MATERIAL DIDÁCTICO SENSORIAL PARA NIÑOS, EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI” presentado por Morocho Chuquilla Mariuxi Nataly, para optar por el Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Ambato, 31 de Julio del 2018.

.....
Lic. Christopher López.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, 31 de Julio del 2018

.....
Morocho Chuquilla Mariuxi Nataly

050418271-8

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE MATERIAL DIDÁCTICO SENSORIAL PARA NIÑOS, EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 31 de Julio del 2018

.....

Ing. Catalina Alexandra Silva Ordoñez
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Ing. Sandra Paulina Tejada Moyano
VOCAL

.....

Ing. Luis Gabriel Núñez Torres
VOCAL

DEDICATORIA

A dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta ese momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mi hijo y mi esposo, por ser esa compañía diaria y motivo de superación y esfuerzo.

A mis hermanos, Alexandra por ser un gran ejemplo de responsabilidad, Stalin y Lesly espero ser un ejemplo más para ustedes.

Morocho Chuquilla Mariuxi Nataly

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres Mesías y Delia, por ser ejemplo de perseverancia y constancia que los caracterizan y que me han infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mi hijo Alvaro Julián y a mi esposo Alvaro Bladimir por haber llegado a mi vida para alegrarme y por su incondicional apoyo.

A mi hermana Alexandra, por ser el ejemplo de responsabilidad y de hermana mayor, a mis hermanos Stalin y Lesly que con su amor me han enseñado a salir adelante, por estar en todo momento.

Gracias

ÍNDICE GENERAL

Autorización por parte del autor para la consulta, reproducción parcial o total, y publicación electrónica del trabajo de titulación.....	ii
Aprobación del tutor	iii
Declaración de autenticidad	iv
Aprobación tribunal	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento.....	vii
Índice general.....	viii
Índice de tablas.....	xiii
Índice de gráficos	xvi
Índice de imágenes.....	xvii
Resumen ejecutivo	xix
Abstract	xx
Introducción	1
CAPÍTULO I.....	3
ÁREA DE MARKETING.....	3
Definición del producto o servicio.....	3
Especificación del Servicio o Producto.....	3
Aspectos Innovadores (diferenciadores) que proporcionan.....	3
Definición del mercado	4
Qué mercado se va a tocar en general?.....	4
Categorización de sujetos.....	4
Estudio de Segmentación	5
Plan de Muestreo.....	6
Marco Muestral.....	6
Muestreo Madres.....	6
Muestreo Parvularios.....	7
Cuadros de necesidades.....	7
Objetivo Especifico 1	7
Objetivo Especifico 2.....	7

Objetivo Especifico 3.....	8
Objetivo Específico 4.....	8
Diseño y Recolección de Información.....	9
Análisis e Interpretación.....	9
Encuesta.....	9
Entrevista.....	17
Análisis de la Oferta.....	21
Determinantes de la oferta.....	22
Variables de la oferta.....	22
Elasticidad de Oferta.....	23
Análisis histórico de la Oferta.....	23
Análisis de la Oferta Actual.....	24
Proyección de la Oferta.....	24
Determinación de la Demanda Existente en el Mercado.....	25
Demanda Potencial.....	25
Demanda Potencial Insatisfecha.....	29
Análisis del macro y micro ambiente.....	30
Análisis del micro ambiente.....	30
Análisis Macro ambiente.....	31
Promoción y Publicidad que se realizara.....	33
Mezcla de marketing.....	33
Sistema de distribución a utilizar.....	37
Plan de medios.....	39
Asignar un presupuesto.....	41
Diseñar un calendario.....	42
Seguimiento de Clientes.....	43
Mercados alternos.....	43
CAPÍTULO II.....	44
ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	44
Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.....	44
Adquisición de materia prima.....	44
Trazado de diseño.....	44

Corte de fieltro	44
Seleccionar diseños	44
Coser diseños	45
Verificar páginas y diseño.....	45
Unir páginas	45
Verificar producto	45
Empaquetar	45
Traslado a bodega	45
Descripción de Instalaciones, Equipos y Personas	47
Plano de la empresa.....	47
Diagrama de flujo.....	48
Mapa de Procesos.....	49
Equipos.....	49
Tecnología a aplicar	50
Factores que afectan el plan de operaciones	50
Capacidad de producción	51
Definición de recursos necesarios para la producción	52
Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar. 52	
Proveedores	52
Calidad	52
Método de control de calidad.....	52
Lista de verificación.....	54
Normativas y permisos que afectan su instalación	55
Seguridad e higiene ocupacional.....	55
Permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo	58
Patentes municipales	58
Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios	59
Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos	59
CAPÍTULO III.....	61
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	61
Análisis estratégico y definición de objetivos.....	61
Visión de la empresa	61

Misión de la empresa	61
Análisis FODA.....	62
Organización funcional de la empresa	63
Control de gestión	67
Necesidades de personal	68
CAPÍTULO IV.....	69
ÁREA JURÍDICO LEGAL.....	69
Determinación de la forma jurídica.....	69
Constitución Jurídica.....	69
Compañía unipersonal de responsabilidad limitada.....	69
Responsabilidad Patrimonial.....	70
Objeto Social de la Empresa	71
Procedimiento de Constitución	72
Patentes y Marcas.....	73
Requisitos para sacar el RUC.....	75
Personas naturales	75
Requisitos para el permiso de funcionamiento – bomberos.....	75
Requisitos para solicitar el permiso de uso de suelo.....	75
CAPÍTULO V	77
ÁREA FINANCIERA.....	77
Plan de inversiones.....	77
Plan de financiamiento.....	78
Calculo de costos y gastos.....	79
Mano de obra.....	86
Depreciación	87
Calculo de ingresos	89
Flujo de caja	90
Punto de equilibrio	92
Estado de resultados proyectado	93
Evaluación financiera.....	94
Indicadores	94
Periodo de recuperación.....	96

BIBLIOGRAFÍA.....	97
ANEXOS.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1. Categorización de sujetos.....	4
Tabla No. 2. Dimensión conductual.....	5
Tabla No. 3. Dimensión geográfica	5
Tabla No. 4. Dimensión demográfica madres.....	5
Tabla No. 5. Dimensión demográfica parvularios	5
Tabla No. 6. Objetivo Especifico 1	7
Tabla No. 7. Objetivo Específico 2.....	8
Tabla No. 8. Objetivo Específico 3.....	8
Tabla No. 9. Objetivo Específico 4.....	8
Tabla No. 10. Adquirirían material que ayude al desarrollo motriz en los niños ...	9
Tabla No. 11. Importancia de la estimulación temprana en el desarrollo de los niños	10
Tabla No. 12. Importancia de la utilización de materiales para la estimulación .	11
Tabla No. 13. Lugares donde le gustaría encontrar los materiales	12
Tabla No. 14. Valor que estaría dispuesto a pagar por el material	13
Tabla No. 15. Valor que destinan para la compra de juguetes.....	14
Tabla No. 16. Lugar de donde han obtenido información de los materiales didácticos.....	15
Tabla No. 17. Medio de comunicación que las madres quieren escuchar sobre el producto.....	16
Tabla No. 18. Proyección de la Oferta.....	25
Tabla No. 19. Tendencia de la demanda-Mínimos cuadrados.....	26
Tabla No. 20. Proyección de la demanda.....	28
Tabla No. 21. Demanda Potencial Insatisfecha	29
Tabla No. 23. Fuerzas de Porter.....	30
Tabla No. 24. Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE).....	31
Tabla No. 25. Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)	31
Tabla No. 26. Plan de contingencia	32
Tabla No. 27. Descripción del logo del producto	36
Tabla No. 28. Presupuesto del Plan de medios	41

Tabla No. 29. Calendario de Medios	42
Tabla No. 30. Datos de Clientes.....	43
Tabla No. 31. Seguimiento de Clientes.....	43
Tabla No. 32. Descripción de la Maquinaria	49
Tabla No. 33. Descripción del tiempo	49
Tabla No. 34. Ritmo de producción horas diarias.....	50
Tabla No. 35. Ritmo de producción horas mensuales.....	50
Tabla No. 36. Nivel de inventario promedio.....	51
Tabla No. 37. Número de trabajadores	51
Tabla No. 38. Capacidad de producción	51
Tabla No. 39. Capacidad de producción futura.....	51
Tabla No. 40. Grado de sustitución del producto	52
Tabla No. 41. Lista de Proveedores	52
Tabla No. 42. Preguntas de lista de verificación.....	55
Tabla No. 43. Descripción Gerente.....	65
Tabla No. 44. Descripción Contador.....	65
Tabla No. 45. Descripción Supervisor	66
Tabla No. 46. Descripción Vendedor.....	66
Tabla No. 47. Descripción Operario	67
Tabla No. 48. Indicadores de Gestión	67
Tabla No. 49. Necesidades de personal	68
Tabla No. 50. Plan de inversiones.....	77
Tabla No. 51. Forma de financiamiento.....	78
Tabla No. 52. Detalle de costos	79
Tabla No. 53. Proyección de costos	80
Tabla No. 54. Proyección de Costos	81
Tabla No. 55. Detalle de gastos administrativos.....	82
Tabla No. 56. Detalle de gastos de ventas	83
Tabla No. 57. Detalle de gastos financieros.....	83
Tabla No. 58. Proyección de gastos	84
Tabla No. 59. Mano de obra.....	86
Tabla No. 60. Mano de obra.....	87

Tabla No. 61. Depreciación	87
Tabla No. 62. Proyección de la depreciación.....	88
Tabla No. 63. Calculo de ingresos	89
Tabla No. 64. Proyección de ingresos.....	89
Tabla No. 65. Proyección de ingresos.....	90
Tabla No. 66. Flujo de caja	91
Tabla No. 67. Punto de equilibrio	92
Tabla No. 68. Calculo para punto de equilibrio	92
Tabla No. 69. Estado de resultados proyectado	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1.	Pregunta 1 - Encuesta	9
Gráfico No. 2.	Pregunta 2 - Encuesta	10
Gráfico No. 3.	Pregunta 3 – Encuesta	11
Gráfico No. 4.	Pregunta 4 – Encuesta	12
Gráfico No. 5.	Pregunta 5 – Encuesta	13
Gráfico No. 6.	Pregunta 6 – Encuesta	14
Gráfico No. 7.	Pregunta 7 - Encuesta	15
Gráfico No. 8.	Pregunta 8 - Encuesta	16
Gráfico No. 9.	Demanda Pronosticada con método de regresión lineal.....	28
Gráfico No. 10.	Grafico Ishikawa	53
Gráfico No. 11.	Mapa estratégico de la empresa.....	62
Gráfico No. 12.	Organigrama Estructural de la empresa	63
Gráfico No. 13.	Organigrama Funcional de la empresa.....	64
Gráfico No. 14.	Punto de equilibrio	93

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No. 1. Diseño del empaque	34
Imagen No. 2. Diseño del empaque	34
Imagen No. 3. Marca.....	35
Imagen No. 4. Logotipo del producto	36
Imagen No. 5. Sistema de distribución	37
Imagen No. 6. Flujograma	46
Imagen No. 7. Diagrama de flujo.....	48
Imagen No. 8. Mapa de Procesos.....	49

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE MATERIAL DIDÁCTICO SENSORIAL PARA NIÑOS, EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI

AUTOR: Morocho Chuquilla Mariuxi Nataly

TUTOR: Lic. Christopher López.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios, consiste en determinar la factibilidad para la creación de material didáctico sensorial para niños de 1 a 3 años de la provincia de Cotopaxi, con el fin de ayudar en el desarrollo motriz con materiales que sean de uso seguro y que puedan ser manejados con facilidad. Mediante el estudio de mercado se llega a confirmar gustos y preferencias del consumidor final, también determinaremos nuestra oferta, demanda su cobertura y estrategias. Realizaremos una propuesta de marketing para el lanzamiento del producto y se triangula la investigación con criterio de profesionales, madres de familia y niños. Se diseña el producto, su marca y estrategias de comercialización. Para su producción empezaremos con la elaboración del plano de la empresa y el tiempo de demora para la creación del libro sensorial. Construiremos la misión y visión de la empresa, el análisis FODA con estrategias, contaremos también con un plan de acción, plan de contingencia y para la publicidad tenemos un plan de medios, se analiza la estructura de la organización y a la vez el perfil que deben cumplir los empleados. También investigar sobre los requisitos, marcas y patentes que están sujetas a las normas legalmente establecidas en Ecuador para la creación de nuestra empresa. Finalmente elaboraremos el plan de inversiones para poder revisar los costos de la materia prima, analizaremos las ventas y ganancias a futuro.

DESCRIPTORES: Empresa, material didáctico, desarrollo motriz, materia prima, sensorial.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

THEME: "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF SENSORIAL DIDACTIC MATERIAL FOR CHILDREN, IN COTOPAXI PROVINCE"

AUTHOR: Morocho Chuquilla Mariuxi Nataly

TUTOR: Lic. Christopher López.

ABSTRACT

The present business plan consists in determining the feasibility for the creation of sensorial didactic material for children from 1 to 3 years old in Cotopaxi province, in order to help in their motor development with safe use materials which can be handled easily. Through the market study we reach the tastes and preferences of the final consumer, we will also determine our supply and demand, its hedging strategies. We will make a marketing proposal for the product launch and we will triangulate the research with criteria of professionals, mothers of families and children. The product, its brand and marketing strategies are designed. For its production we will begin with the elaboration of the company plan and the delay time for the creation of the sensorial book. The company mission and vision will be created, the SWOT analysis with strategies, we will also have an action plan, contingency plan and for advertising, we have a media plan, we analyze the organization, structure and our employees must fulfill the profile demanded. Besides, it is necessary to investigate about the requirements, brands and patents which are subjected to legally established norms in Ecuador in order to create our company. Finally we will elaborate the investment plan to be able to review the costs of the raw material, we will analyze the future sales and profits.

KEYWORDS: Company, didactic material, motor development, raw material, sensorial.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación está enfocada al desarrollo psicomotriz de los niños ya que son de ayuda para el desarrollo de sus habilidades y creatividad, se pretende mediante los materiales didácticos, ser una guía o instrumento para conducir al niño hacia la formación de su personalidad, como también crear sus habilidades, destrezas e imaginación.

Actualmente, el propósito es adecuarse a los contenidos de los planes de estudios y de elaborar un excelente material didáctico para cumplir con los objetivos del proceso de enseñanza - aprendizaje planteado para los niños de las guarderías pareciera cosa sencilla. Utilizando material didáctico el cual favorece el desarrollo de las habilidades en los niños, así como en el perfeccionamiento de las actitudes relacionadas con el conocimiento, a través de la imaginación, la socialización, el mejor conocimiento de sí mismo y de los demás, por esto el propósito del uso de este material didáctico sensorial ya que van cumpliendo una creciente importancia en la educación.

El presente material consta de cinco capítulos los cuales contienen temas fundamentales que sustentan el tema de la elaboración del material didáctico sensorial.

Capítulo I.- Área de marketing, en este capítulo se investiga el mercado potencial para el producto, con recolección de datos y se determinara la oferta, demanda, cobertura y estrategias. Posteriormente se realizara una propuesta de marketing para el lanzamiento del producto y se triangula la investigación con criterios profesionales, madres de familia y niños.

Capítulo II.- Área de producción, se realiza un análisis el tiempo de elaboración del producto, desde la llegada de la materia prima elaboraremos el plano de la empresa e investigaremos los mejores proveedores de materia prima.

Capítulo III.- Área de organización, analizaremos la estructura de la organización y a la vez el perfil que deben cumplir los empleados, construiremos la misión y visión de la empresa, el análisis FODA.

Capítulo IV.- Área legal, Se realizará la investigación en cuanto a los requisitos, marcas y patentes están sujetos a las normas legalmente establecidos en Ecuador para la creación de nuestra empresa.

Capítulo V.- Área financiera, consolidando los resultados de nuestra investigación determinaremos si es viable la creación de la empresa, realizando plan de inversiones, y terminando en el estado de resultados, analizaremos el sueldo de los empleados y graficando el punto de equilibrio para determinar si el proyecto es viable o no.

CAPÍTULO I

ÁREA DE MARKETING

Definición del producto o servicio

Especificación del Servicio o Producto

El producto es un libro sensorial de forma cuadrada con hojas de fieltro con diseños infantiles y colores llamativos; además contiene juegos didácticos, esto quiere decir, que contiene actividades manipulativas y multisensoriales para los niños más pequeños y es elaborado de un material seguro que es el fieltro. Este libro busca mejorar la enseñanza para los niños que aún no ingresan a la escuela, para que puedan desarrollar su motricidad, a la coordinación de las manos y poder diferenciar colores y figuras.

Aspectos Innovadores (diferenciadores) que proporcionan

El diseño del libro está basado en el método Montessori. Sistema de educación centrado en el respeto a los derechos de los niños y en su capacidad espontánea para aprender.

El libro silencioso (también así denominado), estimula la habilidad manual y el aprendizaje sensorial de los niños de 1 a 3 años, el material está seleccionado para que constituya el primer libro de un bebé.

“El producto tiene como elemento principal el fieltro ya que es un material exclusivamente para seguridad de los niños al utilizarlo. El mismo que podemos moldear según nuestro gusto y necesidad, siendo una tela biodegradable lo cual podemos reutilizarla”. (Montessori, 2015).

La innovación del producto se observa al elaborar con actividades donde el niño o niña aprenderá a diferenciar colores, ver los números, atarse los cordones y varias actividades más, ya que esto ayudara en su motricidad, y aprenden a diferenciar objetos y el niño utilizaría la mente. Siempre, los materiales didácticos, responderán a la concepción que se tiene sobre la enseñanza y el aprendizaje, aunque la historia de los materiales didácticos es tan antigua como la propia enseñanza.

Definición del mercado

Qué mercado se va a tocar en general?

En el mercado que se va a enfocar son padres de familia que cuenten con hijos de 1 a 3 años de edad y a Parvularios de la Provincia de Cotopaxi. Que buscan la mejor enseñanza para sus hijos y párvulos que aún no ingresan a la escuela, para que puedan desarrollar su motricidad, con seguridad y de los mejores materiales.

Categorización de sujetos

Tabla No. 1.

Categorización de sujetos

Categoría	Sujeto
¿Quién compra?	Madre
¿Quién usa?	Niños de 1 – 3 años
¿Quién decide?	Madre
¿Quién influye?	Parvulario

Elaborado por: N. Morocho

Estudio de Segmentación

Tabla No. 2.

Dimensión conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad	Pertenencia
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	No
Actitud frente al producto	Positivo

Elaborado por: N. Morocho

Tabla No. 3.

Dimensión geográfica

Variables		
País	Ecuador	16.777.868
Provincia	Cotopaxi	409.205
Región	Costa-sierra	409.205

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: INEC

Tabla No. 4.

Dimensión demográfica madres

Variables		2010	2018
Sexo	Mujeres	210.580	237.768
Ocupación	Todos	69.414	214.640
Edad Reproductiva	15 – 49	104.358	19.895
Socioeconómico	PEA Mujeres	71.382	220.726

Elaborado por: N. Morocho 2017

Fuente: INEC

Tabla No. 5.

Dimensión demográfica parvularios

VARIABLES DEMOGRÁFICAS		
SEXO	Mujeres/ Hombres	109
OCUPACIÓN	Parvularios	109
# DE PARVULARIAS	Cotopaxi	109

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: MIES

Plan de Muestreo

Marco Muestral.

Lista de todos los niños inscritos en instituciones de educación parvulario.

Se determinará los sujetos a ser investigados.

Para obtener la muestra se deberá aplicar la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confiabilidad (1.96)

P= probabilidad de ocurrencia 5% (0.5)

Q= probabilidad de no ocurrencia 5% (0.5)

N= población o universo

e= error de la muestra (5%) (0.05)

Muestreo Madres.

$$n = \frac{237.768 * 1.96^2(0.5)(0.95)}{0.05^2 * (237.768 - 1) + 1.96^2(0.5)(0.95)}$$

$$n = \frac{237.768 * 3.8416(0.475)}{0.0025 * (237.767) + 3.8416(0.475)}$$

$$n = \frac{433,869.53}{594.41 + 1.825}$$

$$n = \frac{433,869.53}{596.24}$$

$$n = 727$$

Se ha aplicado esta fórmula ya que se conoce el tamaño de la población. Y es por ello la fórmula de la población finita, donde la población lo encontramos en el Instituto Nacional de Estadística y Censos, nos da como resultado 727. Y es nuestra parte numérica y representativa de la población madres.

Muestreo Parvularios.

$$n = \frac{109 * 1.96^2(0.5)(0.95)}{0.05^2 * (109 - 1) + 1.96^2(0.5)(0.95)}$$

$$n = \frac{109 * 3.8416(0.475)}{0.0025 * (108) + 3.8416(0.475)}$$

$$n = \frac{198.90}{0.27 + 1.82}$$

$$n = \frac{198.90}{2.09}$$

$$n = 95$$

Cuadros de necesidades

Objetivo Especifico 1

- Analizar gustos, preferencias, capacidad y predisposición a la compra de los consumidores de juegos didácticos sensoriales.

Tabla No. 6.

Objetivo Especifico 1

Necesidad de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Gustos y Preferencias de los consumidores	Primaria	Niños 1-3 años	Focus group
Información de Predisposición para el material	Primaria	Parvularios	Entrevista

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Objetivo Especifico 2

- Estudiar el comportamiento de la oferta, su cobertura y estrategias.

Tabla No. 7.

Objetivo Específico 2

Necesidad de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Información de la competencia	Secundaria	Asociaciones	Base de datos
Información de proveedores	Secundaria	Competencia	Entrevista
Información de clientes	Secundaria	INEC	Base de datos
Precios de la competencia	Secundaria	Locales	Banco de datos de otras organizaciones

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Objetivo Específico 3

- Determinar la demanda y la demanda potencial insatisfecha.

Tabla No. 8.

Objetivo Específico 3

Necesidad de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Información de Clientes	Primaria	Clientes	Encuesta
Información de costos	Secundaria	Proveedores	Proformas

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Objetivo Específico 4

- Elaborar una propuesta estratégica de marketing para el lanzamiento del producto – empresa y su posicionamiento en el mercado.

Tabla No. 9.

Objetivo Específico 4

Necesidad de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Información de instalaciones	Secundaria	Proveedores	Proformas
Información de costos	Secundaria	Proveedores	Proformas
Información de producto	Primaria	Cliente	Entrevista
Publicidad del producto	Secundaria	Diseñadores	Proformas
Canal de ventas y comercialización	Primaria Secundaria	Consumidor final Proveedores	Encuesta Proformas

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Diseño y Recolección de Información

Análisis e Interpretación

Encuesta

1) Usted adquiriría un material o materiales que ayude al desarrollo motriz de su hijo/hija?

Tabla No. 10.

Adquirirían material que ayude al desarrollo motriz en los niños

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	671	92%
NO	56	8%
TOTAL	727	100%

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

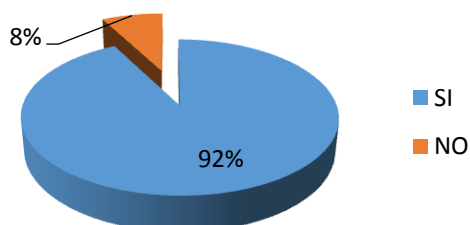


Gráfico No. 1. Pregunta 1 - Encuesta

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Interpretación:

Del total de los encuestados el 92% de las personas nos dice que si adquirirían material didáctico para sus hijos, el 8% restante nos dice que no lo adquirirán.

Análisis:

Las madres de familia cuentan con la aprobación para adquirir este tipo de materia ya que en la actualidad los niños deben ir desarrollando sus habilidades y ampliando sus mentes.

2) Piensa usted que es importante que la estimulación temprana aporte en el desarrollo de la motricidad para su hijo

Tabla No. 11.

Importancia de la estimulación temprana en el desarrollo de los niños

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	686	6%
NO	41	94%
TOTAL	727	100%

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

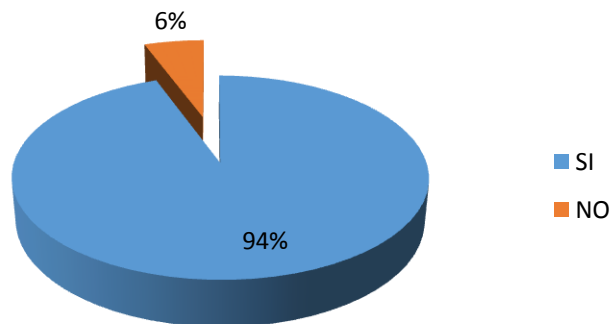


Gráfico No. 2. Pregunta 2 - Encuesta

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Interpretación:

En la provincia de Cotopaxi el 94% de las madres saben sobre la importancia de la estimulación que se debe realizar a los niños, por lo tanto, el 6% no ha recibido esta información.

Análisis:

Las madres de nuestra provincia no cuentan con la información adecuada, existen madres que no saben sobre la importancia de la estimulación hacia los niños.

3) Si la pregunta es si.

Defina la importancia que, según usted, tiene la utilización de materiales para la estimulación de la motricidad en los niños. Considerado como 1 menor importancia y 5 de mayor importancia.

Tabla No. 12.

Importancia de la utilización de materiales para la estimulación

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	0	7%
2	0	13%
3	35	20%
4	195	27%
5	456	33%
TOTAL	686	100%

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

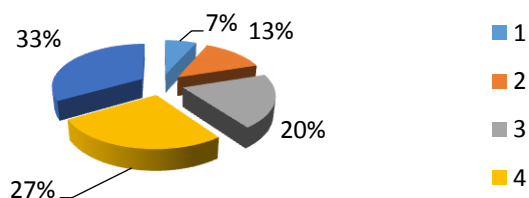


Gráfico No. 3. Pregunta 3 – Encuesta

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Interpretación:

La importancia que las madres de familia dan a la motricidad es que para el 33% de las madres es muy importante, el 27% le dan menos importancia y el 20% no es mucho la importancia que les dan a la motricidad a los niños.

Análisis:

Las madres de familia de la provincia de Cotopaxi, según la encuesta realizada pudimos observar que saben de la importancia de la motricidad en sus niños, pero existe una parte que no le dan mucha importancia, por ello es que los niños no son incentivados para mejorar en su desarrollo.

4) Qué lugar le parece apropiado encontrar este tipo de materiales de estimulación temprana para el desarrollo motriz de su hijo/hija?

Tabla No. 13.

Lugares donde le gustaría encontrar los materiales

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Jugueterías	440	61%
Farmacias	52	7%
Locales	112	15%
Otros	123	17%
TOTAL	727	100%

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

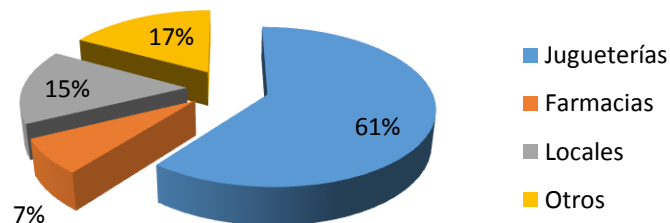


Gráfico No. 4. Pregunta 4 – Encuesta

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Interpretación:

Según nuestra encuesta realizada a los padres nos muestran que el 61% de las personas adquieren los juguetes para sus hijos en las jugueterías, el 17% los padres lo compran en otros locales, el 15% lo realizan en otros locales como bisuterías y el 7% de los padres lo compran en farmacias.

Análisis:

Los juguetes que son comprados por los padres para sus hijos se encuentran más en las jugueterías, ya que existe variedad de artículos educativos, pero existen otros locales también donde pueden adquirir.

5) Qué valor estaría dispuesto a pagar por un material elaborado de fieltro que le ofrezca seguridad y aprendizaje para el desarrollo de su hijo/hija?

Tabla No. 14.

Valor que estaría dispuesto a pagar por el material

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 - 20 dólares	437	60%
21 - 30 dólares	263	36%
31 - 40 dólares	27	4%
TOTAL	727	100%

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

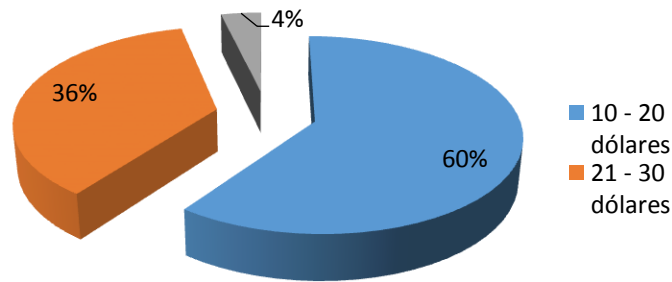


Gráfico No. 5. Pregunta 5 – Encuesta

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Interpretación:

El 60% de las madres encuestadas nos dice que están dispuestos a pagar un valor de 10 a 20 dólares por un material que ayude a su hijo, el 36% se dispone a pagar ente 21 a 30 dólares y el 4% de los padres pagaría un valor de entre 31 a 40 dólares.

Análisis:

En la provincia de Cotopaxi las madres están dispuestas a pagar un valor mínimo como es el de 10 a 20 dólares. Pero una pequeña parte de madres, al ver la necesidad de sus hijos están dispuestas a pagar un valor más alto.

6) Qué valor usted designa para la compra de juguetes que ayuden en el desarrollo motriz de su hijo/a?

Tabla No. 15.

Valor que destinan para la compra de juguetes

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 - 20 dólares	139	19%
21 - 30 dólares	538	74%
31 - 40 dólares	50	7%
TOTAL	727	100%

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

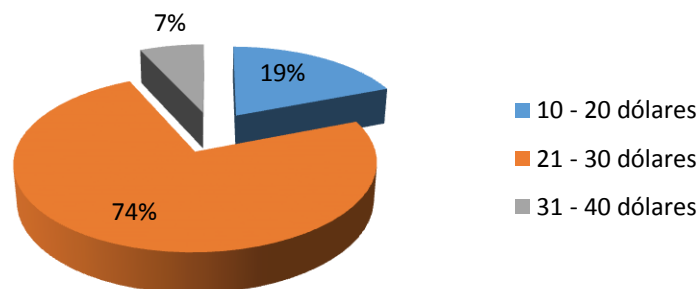


Gráfico No. 6. Pregunta 6 – Encuesta

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Interpretación:

El 74% de las madres nos dicen que destinan entre 21 y 30 dólares para juguetes de sus hijos, el 19% destina entre 10 y 20 dólares y solo el 7% de las madres destinan de 31 a 40 dólares para juguetes de sus hijos.

Análisis:

Las madres encuestadas nos deja una conclusión que, para los juguetes que les compran a sus hijos pagan un valor más alto, pero no le dan mucha importancia a un materia que pueda ayudar en su motricidad por lo cual el valor a pagar es menos del que destinan a juguetes.

7) Qué medio de comunicación le ha brindado información de materiales didácticos para estimulación temprana

Tabla No. 16.

Lugar de donde han obtenido información de los materiales didácticos

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa	32	5%
Televisión	102	15%
Redes sociales	356	52%
Radio	23	3%
Internet	174	25%
TOTAL	687	100%

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

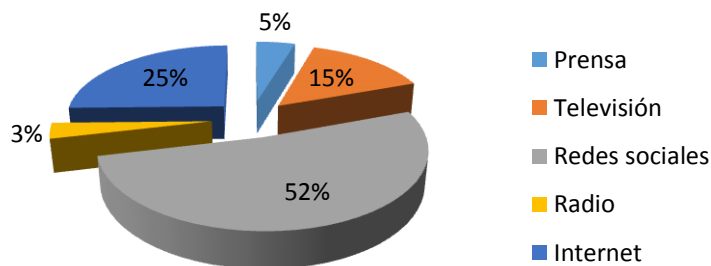


Gráfico No. 7. Pregunta 7 - Encuesta

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Interpretación:

La información obtenida por las madres es que el 52% por medio de las redes sociales, el 25 % por medio del internet (navegando), el 15% por la televisión, 5% lo adquieren por la prensa y el 3% por la radio.

Análisis:

La información sobre la importancia del material didáctico para los niños, es gracias a las redes sociales ya que las madres nos dice que es un lugar donde más se encuentran páginas relacionadas con los niños y el cómo se debe enseñarles y ayudar a desarrollar su cerebro y sus sentidos.

8) **Cuál sería el medio de comunicación por el cual le gustaría obtener información para poder adquirir este tipo de producto de estimulación temprana.**

Tabla No. 17.

Medio de comunicación que las madres quieren escuchar sobre el producto

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa	35	5%
Televisión	119	16%
Redes sociales	356	49%
Radio	34	5%
Internet	183	25%
TOTAL	727	100%

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

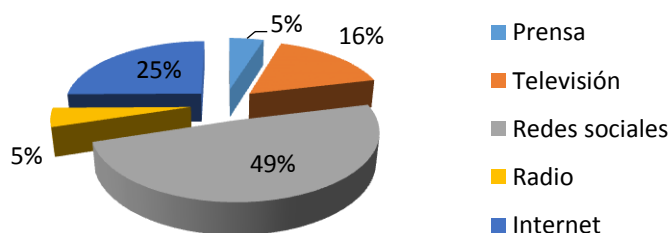


Gráfico No. 8. Pregunta 8 - Encuesta

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Interpretación:

Sobre el material didáctico y la información que requieren, nos dicen que el 49% mediante las redes sociales, el 25% por el internet (navegando), el 16% por la televisión el 5% prefieren información por la prensa, el 5% por la radio y.

Análisis:

La información sobre los materiales didácticos se la debemos pasar más por las redes sociales ya que en la actualidad la mayor parte de personas se encuentran ahí, por ello también debemos tomar en cuenta que si existe personas que utilizan el internet en buscar información importante. Por ello es que prefieren más que se les informe por medio del internet.

Entrevista

Observación de la entrevista: Se aplicó una entrevista al Licenciado Ítalo Casillas, profesional en Educación Parvulario. Planeada con previo aviso y con preguntas ya estructuradas.

Clima en la entrevista: La entrevista se dio en un clima grato y sociable, con plena disposición del entrevistado en responder nuestras consultas.

Espacio físico: El espacio físico fue en una guardería de tamaño pequeño y muy acogedor.

Aspectos conductuales: El entrevistado se mostró sociable y dispuesto a responder nuestras dudas, aparte de responder nos contó sobre un autor muy importante lo cual llamo la atención y provoco un ambiente cálido y acogedor.

Uso de medios de registro: La entrevista fue realizada en la guardería Gotitas de Miel al Licenciado Ítalo Casillas, el registro principal fue un audio, siguiendo una pauta de preguntas que se le dieron a conocer antes de empezar la grabación, estas preguntas estaban conformadas para que propiciara la explicación de puntos fundamentales.

Análisis de la información:

- **Nombre del entrevistado:** Lic. Ítalo Casillas
- **Profesión:** Licenciado en Educación Parvulario

1) Qué material prefiere usted para que su niño/a manipulen?

El material más adecuado para los niños es el fieltro ya que es de una tela muy suave y ellos pueden manejar fácilmente, las hojas de papel bond o la cartulina no es recomendable ya que pueden llegar a lastimarse o incluso meterse

a la boca y comerse, el fieltro es un buen material ya que es suave y no tiene facilidad de cortarse o que ellos se coman, es un material muy adecuado para niños de temprana edad.

2) ¿Qué actividades considera usted más importantes?

Dentro de las actividades más importantes para los niños tenemos a los cuentos, los libros didácticos ya que así los niños pueden llegar a aprender a diferenciar colores y texturas.

3) ¿Qué colores son los que más llaman la atención de los niños?

Hablar de colores para los niños, los que más les llaman la atención son los colores primarios como el amarillo, azul y rojo ya que son colores más fuertes y es lo primero que ellos ven al ser llamativos.

4) ¿Cuál sería el tamaño adecuado de los materiales para la estimulación en los niños?

Los juguetes no tienen un tamaño específico, es decir un material que no sea muy grande ya que no podrían tenerlo en la mano y los juguetes pequeños se llevarían con facilidad a la boca y en algunos casos pueden llegar a tragar, los juguetes con un tamaño adecuado para que ellos lo puedan manipular.

5) Desde qué edad es necesario ayudar a mejorar la motricidad en los niños.

Es necesario estimularlos desde que nacen ya que ellos nacen con motricidad y pueden llegar a entendernos, pero llegan a hacer las cosas por sí mismo del 1 año en adelante ahí es cuando nosotros debemos seguir desarrollando su cerebro con juegos como legos o introducir figuras.

6) Qué tipo de formas y texturas son las recomendables para este tipo de material

En formas para un niño se puede decir que todas las formas, ya que les sirve a seguir reconociendo y en texturas, todo tipo de texturas para un juego como por ejemplo el hacerle tocar el algodón o en este caso el fieltro ya que es suave y de colores llamativos y no existe peligro de lastimarse.

7) Existen libros de material sensorial que ayuden a los niños en su motricidad

Si, si existen algunos libros de material sensorial, pero libros que sean exactamente para la motricidad son el de Montessori ya que es un modelo educativo ideado por la educadora y médica italiana María Montessori a finales del siglo XIX y principios del XX, nos dice que los niños aprenden desde que nacen y la edad en la que más desarrollan su mente es de 0 a 4 años.

Conclusión

Podemos concluir que el fieltro es un buen material para que los niños puedan manipular y al realizar actividades para ellos debemos tomar en cuenta el método Montessori ya que nos puede ayudar en la formulación de actividades, los colores deben ser más con colores primarios ya que es lo que más les llama la atención, el tamaño de cada juguete debe ser de acuerdo al niño para que ello lo puedan sostener con facilidad.

Focus Group

Objetivo:

- Determinar la atractividad del producto en la población infantil de 1 a 3 años.

Fecha: Miércoles 07 de Febrero del 2018.

Lugar: Guardería Gotitas de Miel.

Actividad:

Tema:

Nombre del moderador: Lic. Ítalo Casillas

Asistente del moderador: Sra. Nataly Morocho

Participantes:

- Melanie Valiente
- Ángel Oña
- Julián Iza
- Carla Oñate
- José Pinsha

Preguntas:

¿Qué producto le llama la atención en primera instancia?

En primera instancia el juguete que más le llama la atención es su juguete preferido ya que los niños desde que naces los padres les compran un juguete especial para ellos y así se le ponga muchos juguetes ellos siempre van a tener un juguete preferido.

Dentro del libro, que juegos llaman la atención

Lo que les llama la atención depende de las imágenes que vea, como podemos observar ahí están diferentes libros, pero a la niña le han enseñado el libro del monito, así nosotros le pongamos diferentes libros a ella le va a llamar más la atención de su libro preferido ya que es el que más le gusta.

¿Qué textura les gusta más?

La textura que más les gusta a los niños es la suavidad, como podemos observar están libros de animalitos y diferentes personajes cómicos y es algo que si pueden manipular con seguridad.

¿Qué colores les gusta más?

Los colores que más les gustan son los colores primarios como son el azul rojo y amarillo ya que son los más fuertes.

Conclusión

Los niños pueden jugar con diferentes cosas pero si hablamos del libro sensorial didáctico, podemos decir que es un material seguro para que los niños lo puedan manipular, las actividades les llaman la atención pero si es un producto que se les enseña primero, porque aquí observamos a la niña que se le enseñó otro libro y empezó a ser el preferido, pero al segundo niño le mostramos el libro y empezó a jugar con él, por ello el Párvulo nos ha dicho que es importante las imágenes, los niños aprender y prefieren lo que primero observan.

Análisis de la Oferta

Mankiw Gregory (2012), *define la oferta o cantidad ofrecida, como "la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender" (pág. 65).*

El tipo de oferta que existe en el mercado es de competencia monopolística ya que se encuentran numerosos oferentes del producto que es muy diferenciado. Podemos encontrar una gran cantidad de productores que ejercen una competencia abierta de tal manera que su participación y aceptación en el mercado depende de

la calidad del producto, así como del precio que ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado

Determinantes de la oferta

En Ecuador existen dos principales oferentes como es Petit Books & Toys y Asiri, son las empresas que elaboran libros sensoriales de forma artesanal. Esto significa que se debe realizar un análisis de la oferta, con el objetivo de determinar la cantidad de productos que estos competidores ofrecen al mercado.

Variables de la oferta

Precio del producto.- Los libros sensoriales en la actualidad cuestan entre 30 y 49 dólares.

Insumos disponibles.- Los insumos que se necesita se los encuentra con facilidad ya que el fieltro lo podemos encontrar en cualquier almacén de textiles. Esto quiere decir que el precio del producto puede mantenerse.

Análisis de políticas gubernamentales en relación a productos educativos.- la cobertura de los programas de desarrollo infantil y educación inicial se expandió significativamente. El estado ecuatoriano, a través del MIES implemento el programa “Nuestros Niños”, con el objetivo de incrementar la oferta de modalidades de desarrollo infantil. Desde el Ministerio de Educación se establecieron lineamientos curriculares para la educación inicial y con el objetivo de ampliar la cobertura de los servicios, se realizó la apertura de concursos para nuevos docentes parvularios.

Han existido importantes avances en cuanto al cumplimiento de las metas EPT (*Educación Para Todos*). Entre ellos se puede citar el incremento de la cobertura de los programas de desarrollo infantil y educación inicial. De igual

manera se destaca la implementación de políticas para el mejoramiento de la calidad educativa.

Precio y disponibilidad de bienes o servicios relacionados o sustitutos.- Los productos sustitutos están en Petit Book y Asiri ya que son las dos empresas que elaboran este material didáctico basándose en el método Montessori y su precio están entre los 30 y 49 dólares. Entonces la oferta de los productos sustitutos puede hacer variar las cantidades ofrecidas. Por lo tanto, si el precio de este producto disminuye, la demanda de esta tendera a aumentar por lo que las cantidades demandadas del producto sustituto tenderán a reducirse y las empresas decidirán poner a disposición del mercado menos cantidad

Elasticidad de Oferta

En el mercado se acepta este tipo de material ya que se considera en mejorar la motricidad en sus hijos, la elasticidad de la oferta depende de las peculiaridades tecnológicas del proceso productivo, de la disponibilidad de factores que sean necesarios para la producción, pero sobretodo del tiempo. Sin embargo, a largo plazo la oferta resulta elástica, no solo porque las empresas o nuestra competencia que ya existe pueden adaptarse a los nuevos precios sino porque puede que entren nuevas empresas, si el precio ha subido o que cierren si el precio baja.

Análisis histórico de la Oferta

El análisis histórico de la oferta, consiste en recolectar la mayor cantidad posible de información con respecto al producto que los competidores ofrecen en el mercado, además analizar todos aquellos factores que han influido en el comportamiento de los oferentes en el mercado.

Análisis de la Oferta Actual

En el entorno existen dos competidores como son Petit Book y Asiri, tomando en cuenta que las dos empresas son los principales competidores.

El precio que se le da a cada libro sensorial varía entre 30 y 49 dólares. Los canales de distribución que utilizan estas empresas es, Petit Book Productor – consumidor y Asiris Productor – Distribuidor-Consumidor.

Podemos decir que la empresa Asiri esta agremiada con otros países y Petit Book es una empresa con un solo dueño.

Proyección de la Oferta

El objetivo de este análisis, es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serían entregados al mercado por la competencia. Durante el periodo en que se va a evaluar el proyecto.

Ecuador es un país con poco peso relativo dentro del panorama editorial latinoamericano. Es necesario señalar que en este número de editoriales están incluidas Fundaciones, Universidades, Organizaciones Gubernamentales, que imprimen una cantidad reducida de títulos y de ejemplares, siendo pocas editoriales registradas en el país, 99 son Entidades sin ánimo de lucro, 36 son O.M.G, 41 pertenecen a entidades públicas nacionales, departamentales o municipales y 13 son propiedad de Organismos internacionales.

En total, según datos de la Cámara Ecuatoriana del Libro, el sector editorial en Ecuador emplea a más de 20.000 personas en todo el país, incluyendo distribuidores, importadores, librerías, editores y placistas; el 80% de empleos fijos y el 30% en empleos temporales.

Tabla No. 18.

Proyección de la Oferta

AÑO	OFERTA
2017	3723
2018	4182
2019	4641
2020	5100
2021	5559
2022	6018

Fuente: Cámara Ecuatoriana del Libro 2015

Elaborado por: N.Morocho 2018

Para poder calcular el incremento de los años futuros se ha tomado en cuenta el Riesgo País Diciembre 2017, con un valor de 459.

Determinación de la Demanda Existente en el Mercado

En Ecuador el índice de lectura por persona en el país, es el más bajo de América Latina 0,5 libros por año lee en promedio cada ecuatoriano, según datos de la UNESCO. Eso quiere decir que cada habitante lee la mitad de un texto, en el mejor de los casos.

Demanda Potencial

El mercado específico al que va dirigido el producto son los niños y niñas en edades preescolares de 1 a 3 años de edad. Para el cálculo de la demanda potencial se tomará en cuenta a las madres que tengan niños en las edades establecidas.

Las madres que compran este tipo de productos están categorizadas como madres que utilizan servicios de estimulación temprana y envían a sus hijos a los centros infantiles del buen vivir. Esta población es de clase media y baja, que destinan sus recursos en productos que sirvan a sus hijos para la estimulación temprana.

En Cotopaxi, existen 117 Centros Infantiles del Buen Vivir con aproximadamente 30 niños cada uno.

Existen 53 guarderías particulares que atienden alrededor de 30 Niños.

Se conoce que la población total de madres con niños en edades de 1 a 3 años hasta el año 2014 es de 225.501.

Tabla No. 19.

Tendencia de la demanda-Mínimos cuadrados

AÑO	X	Y	XY	X2
2014	1	225501	225501	1
2015	2	229518	459036	4
2016	3	233607	700821	9
	6	688626	1385358	14

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: N. Morocho 2018

DATOS

n= 3
 $\sum X = 6$
 $\sum y = 688626$
 $X^2 = 14$
 $XY = 1385358$

FORMULAS

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum y}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{6}{3}$$

$$\bar{Y} = \frac{688626}{3}$$

$$\bar{X} = 2$$

$$\bar{Y} = 229542$$

$$b = \frac{\sum xy - n\bar{X}\bar{Y}}{\sum X^2 - n\bar{X}^2}$$

$$a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

$$b = \frac{1385358 - 3(2)(229542)}{14 - 12}$$

$$a = 229542 - (4053 * 2)$$

$$b = \frac{1385358-1377252}{2}$$

$$a = 229542-8106$$

$$b = \frac{8106}{2}$$

$$a = 221436$$

$$b = 4053$$

PROYECCION AÑO 2017

$$Y = a + (b \cdot \tilde{X})$$

$$Y = 221436 + (4053 \cdot 4)$$

$$Y = 221436 + 16212$$

$$Y = 237648$$

PROYECCION AÑO 2018

$$Y = a + (b \cdot \tilde{X})$$

$$Y = 221436 + (4053 \cdot 5)$$

$$Y = 221436 + 20265$$

$$Y = 241701$$

PROYECCION AÑO 2019

$$Y = a + (b \cdot \tilde{X})$$

$$Y = 221436 + (4053 \cdot 6)$$

$$Y = 221436 + 24318$$

$$Y = 245754$$

PROYECCION AÑO 2020

$$Y = a + (b \cdot \tilde{X})$$

$$Y = 221436 + (4053 \cdot 7)$$

$$Y = 221436 + 28371$$

$$Y = 249807$$

PROYECCION AÑO 2021

$$Y = a + (b \cdot \tilde{X})$$

$$Y = 221436 + (4053 \cdot 8)$$

$$Y = 221436 + 32424$$

$$Y = 253860$$

PROYECCION AÑO 2022

$$Y = a + (b \cdot \tilde{X})$$

$$Y = 221436 + (4053 \cdot 9)$$

$$Y = 221436 + 36477$$

$$Y = 257913$$

Tabla No. 20.

Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA
2017	237648
2018	241701
2019	245754
2020	249807
2021	253860
2022	257913

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: I Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

En el siguiente cuadro podemos observar el cálculo para el pronóstico de la demanda iniciando con el número de periodos que en este caso hemos calculado para los próximos 5 años y empezamos desde el 2017 hasta el 2022 respectivamente. La demanda para los siguientes años lo calculamos según la formula indicada anteriormente.

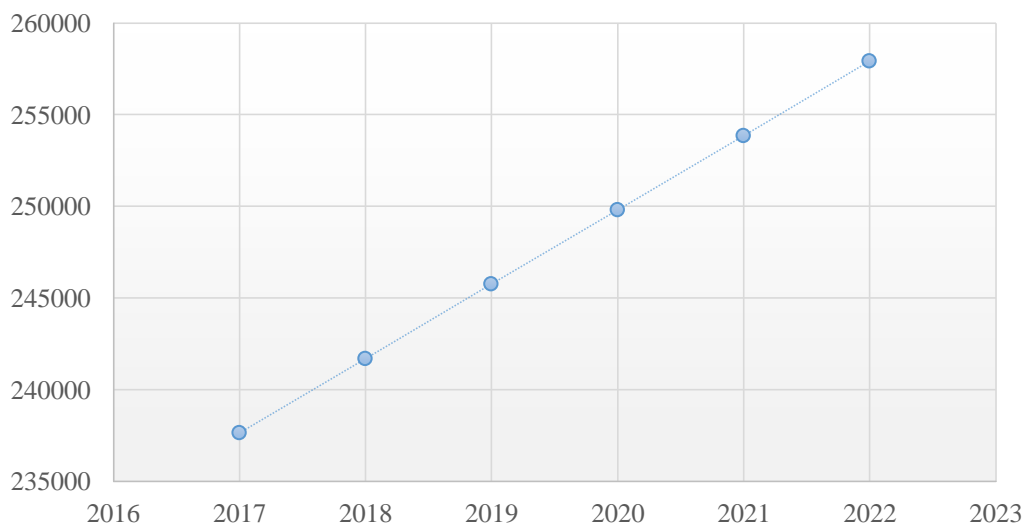


Gráfico No. 9. Proyección de la demanda

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Podemos ver que el pronóstico de demanda va creciendo, mostramos que en el eje de las X están los periodos; es decir, los años a futuro. Y en el eje de las Y está el número de madres que se ha tomado como la demanda.

Demanda Potencial Insatisfecha

Se llama Demanda Potencial Insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros. Para poder calcular nuestra DPI restamos la demanda con la oferta.

Tabla No. 21.

Demanda Potencial Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	D.P.I Año	D.P.I Día
2017	237648	3723	233925	650
2018	241701	4182	237519	660
2019	245754	4641	241113	670
2020	249807	5100	244707	680
2021	253860	5559	248301	690
2022	257913	6018	251895	700

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

En el cuadro de la Demanda Potencial Insatisfecha observamos los años a futuro y para poder obtener la DPI Año, restamos la demanda con la oferta, para obtener una información de la DPI al día, dividimos para 360 ya que son los días del año.

Análisis del macro y micro ambiente

Análisis del micro ambiente

Tabla No. 22.

Fuerzas de Porter

Variable	%	Calificación	Total	Justificación
Rivalidad	0.20	2	0.4	La rivalidad no es muy alta ya que existe diferenciación en el producto y su costo a comparación de otro es bajo.
Amenaza de nuevos competidores	0.15	3	0.45	La amenaza de nuevas empresas que entren a competir es baja ya que se necesitaría de innovación y diferenciación pero sobre todo a un precio bajo.
Productos sustitutos	0.20	2	0.4	Podemos decir que existen productos sustitutos como otros juguetes, pero no ayudan a la motricidad en los niños.
Poder de negociación de los clientes	0.25	3	0.75	Los clientes tienen un alto poder sobre la industria porque tienen gran variedad de opciones de juguetes que pueden adquirir precios similares, pero sin tomar en cuenta su desarrollo motriz.
Poder de negociación de los proveedores	0.20	3	0.6	En general, el poder de los proveedores es medio - bajo porque no es difícil para la empresa conseguir la materia prima.
	1		2.6	

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Interpretación

Las fuerzas de Porter después del análisis realizado nos muestran un resultado positivo con un total de 2.6, y se dice que la empresa es considerada con poco riesgo, ya que los clientes tienen poder sobre la industria al adquirir otros juguetes y los competidores necesitarían innovación y diferenciación para poder ingresar al mercado.

Análisis Macro ambiente

Tabla No. 23.

Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
OPORTUNIDADES			
➤ Nuevos CIBV.	0,16	3	0,48
➤ Expandir el mercado a otras provincias.	0,14	4	0,56
➤ Participación en ferias y eventos educativos.	0,14	4	0,56
AMENAZAS			
➤ Competencia artesanal.	0,12	1	0,12
➤ Políticas de estado exigentes.	0,13	2	0,26
➤ Productos sustitutos.	0,15	1	0,15
➤ Productos similares que se encuentran en internet.	0,16	1	0,16
SUMA	1		2.29

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Interpretación

La matriz EFE después del análisis realizado con los factores externos de la empresa nos muestra un resultado positivo con un total de 2.29, menor al promedio que es 2.5 y esto nos indica que los factores no están siendo aprovechados al máximo para la creación de la empresa.

Tabla No. 24.

Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
FORTALEZAS			
➤ Producto único y diferenciado.	0,11	4	0,44
➤ Recursos económicos propios.	0,14	4	0,44
➤ Personal capacitado	0,08	3	0,24
➤ Producto único y específico.	0,06	3	0,18
➤ Materia prima de calidad.	0,07	3	0,21
DEBILIDADES			
➤ Carencia de publicidad.	0,11	2	0,22
➤ Carencia de cultura organizacional.	0,04	1	0,04
➤ Desperdicios de material.	0,09	1	0,09
➤ Subutilización de recursos.	0,08	2	0,16
➤ Procesos no definidos	0,15	2	0,3
➤ Rotación del personal	0,07	1	0,07
SUMA	1		2.39

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

La matriz EFI después del análisis realizado con los factores internos de la empresa nos muestra un resultado positivo con un total de 2.39, menor al promedio que es 2.5 y esto nos indica que los factores no están siendo aprovechados para la creación de la empresa.

Tabla N° 26

Plan de Acción

ESTRATEGIA	TÁCTICA	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE	CRONOGRAMA
Investigación de Mercados					
Estudio previo de la viabilidad del libro sensorial	Valorar si el libro sensorial es viable para su desarrollo, producción y comercialización	Horas/Encuestas	Informe de resultados	Dto. Marketing y Gerencia	Mensual
Plan de Medios					
Realizar inversión en los medios de comunicación	Pactar comerciales en la Televisión, Radio e Internet con mensajes del producto	Invers.Publicidad/Ventas Realizadas	Registro de ventas	Dto. Comercial y Dto.Marketing	Mensual
Matriz EFI					
Invertir en planes de publicidad, fortaleciendo la marca	Elaborar comerciales para fortalecer la marca en el mercado	N° Publicaciones/ N° Personas	Encuestas	Dto. Marketing, Gerencia	Mensual

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Tabla No. 25.

Plan de contingencia

ESTRATEGIA	TÁCTICA	MEDIO DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE
Revisar la maquinaria antes de ser utilizada	Todas las maquinas deben estar seguras para evitar accidentes durante las actividades.	Lista de inspección	Supervisor
Ubicar y señalar sitios seguros al interior de la estructura para protección.	Cada lugar de la empresa debe tener la debida señalización para poder evacuar.	Lista de inspección	Jefe de emergencia
Realizar mantenimiento de todos los equipos.	En cada máquina debe estar realizado su debido mantenimiento para evitar accidentes.	Lista de mantenimiento	Jefe de emergencia

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Promoción y Publicidad que se realizara

Mezcla de marketing

Definición

Asteguieta (2008), define como “la mezcla de mercadotecnia a la combinación de un producto que satisface la necesidad del consumidor, con el precio justo, ubicado en el lugar apropiado con la porción exacta de promoción para darlo a conocer al mercado meta”.

Lazar (2010), afirma que “consiste en la oferta de un servicio y/o producto de una compañía a los consumidores, así como en los métodos y herramientas que aquélla elige para realizar el intercambio”. La mezcla de marketing consta de cuatro elementos (conocidos como las cuatro P):

Producto:(es decir características, diseño, marca y empaque de la oferta de un bien o servicio, junto con los beneficios posteriores a la compra como garantías y políticas de devolución).

- Los libros sensoriales son elaborados con fieltro ya que es un material de fácil uso para los niños.

Diseño del empaque

Según (Stanton, 2002), “el empaque consiste en todas las actividades de diseño y producción del contenedor o envoltura del producto”.

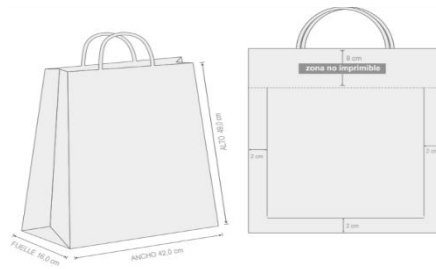


Imagen No. 1. Diseño del empaque

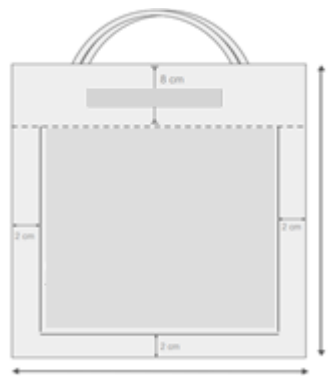


Imagen No. 2. Diseño del empaque

Provincia de Cotopaxi

Conocida como región interandina o sierra, principalmente sobre la hoya de Patate en el este y en los flancos externos de la cordillera occidental en el oeste. Su capital administrativa es la ciudad de Latacunga, la cual además es su urbe más grande y poblada. Ocupa un territorio de unos 6.569 km², siendo la décima séptima provincia del país por extensión. Limita al norte con Pichincha, al sur con Tungurahua y Bolívar, por el occidente con Los Ríos y al oriente con Napo.

Los pueblos Quichua hablantes se ubican en las provincias del callejón interandino y en la mayoría del oriente: Imbabura, Pichincha, Bolívar, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pastaza y Zamora Chinchipe. Hay también grupos de migrantes indígenas en algunas provincias de la Costa que mantienen su lealtad a la lengua quichua.

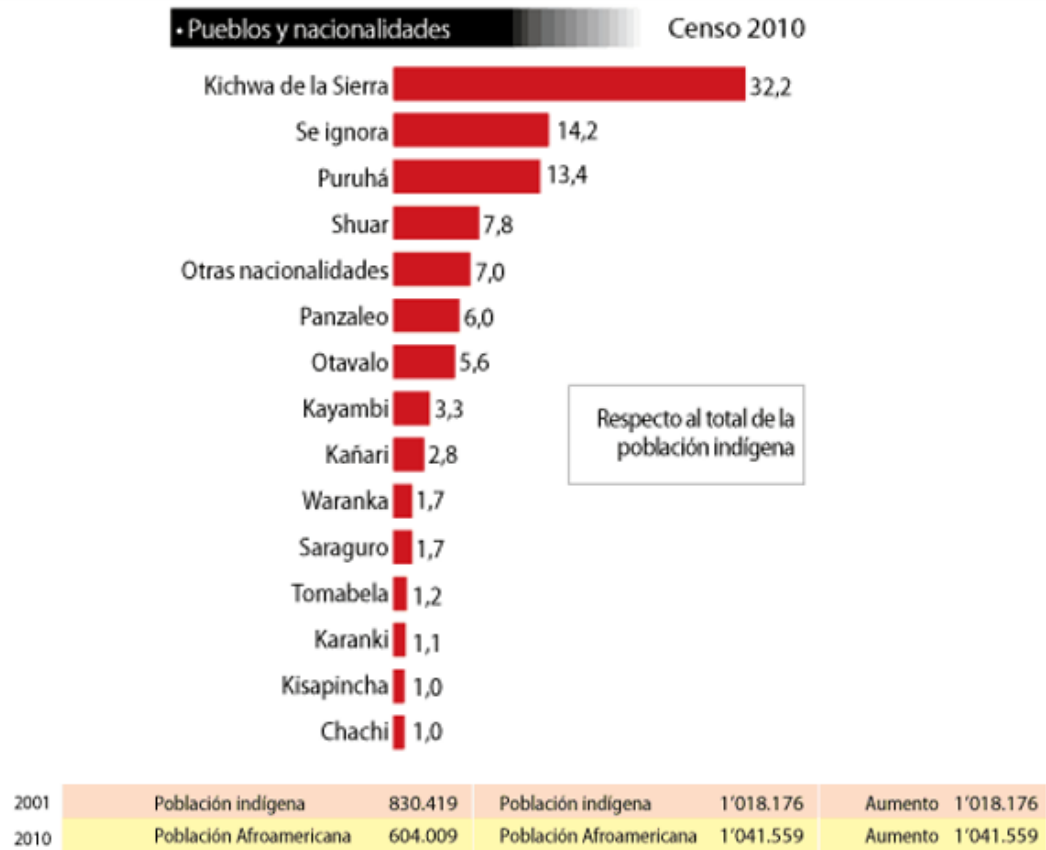


Imagen No. 3. Crecimiento de la población indígena

Marca

Lamb (2002), Dice que “la marca es un nombre, termino símbolo, diseño o combinación de esos elementos que identifica los productos de un vendedor y los distingue de los productos de la competencia”.



Imagen No. 4. Marca

La marca KAMUK entrara al mercado Cotopaxense como un producto de calidad que ayuda a los niños en su aprendizaje y dando la debida importancia a la presentación y la buena calidad.

Logotipo del producto

Stanton (2004), Señala que “el termino logo, abreviatura de logotipo se usa indistintamente para denotar el símbolo de marca o incluso el nombre de marca, en especial se este se escribe de forma distintiva y estilizada”.



Imagen No. 4. Logotipo del producto

Tabla No. 26.

Descripción del logo del producto

COLORES	NOMBRE	SLOGAN	LETRAS
Lila.- Seriedad	KAMUK	APRENDIENDO A VIVIR	Tienen rasgos que pueden atraer a una madre por su simplicidad.
Azul.- Tranquiliza la mente	El producto será descrito de aquella manera ya que en la Provincia de	El slogan fue escogido de esa manera ya que el libro contiene situaciones y ejercicio que ayudara al niño a captar costumbres que las pondrá en práctica toda su vida, además de ayudarlo para un buen desempeño ante la sociedad y desarrollar su mente.	
Verde.- Inexperta, ya que son niños que recién van adquiriendo experiencia.	Cotopaxi la mayor parte de la población es indígena.		
Amarillo.- Aclara una mente confusa			
Niños.- Es enfocado a los niños, un producto dedicado a ellos en sus primeros años de vida.			

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de Campo

Precio:(el precio enlista, incluyendo descuentos, complementos y formas de pago).

- Se determinara el precio dependiendo los diferentes y gastos que represente la fabricación del producto, y fijaremos el precio a comparación de nuestra competencia.

Sistema de distribución a utilizar

Plaza o punto de venta: (la distribución del producto o el servicio a través de establecimientos específicos y tiendas virtuales).

- El producto es distribuido desde su fabricación hasta varias jugueterías de la provincia de Cotopaxi.



Productor – distribuidor – consumidor

Imagen No. 5. Sistema de distribución

En este caso los distribuidores industriales realizan las mismas funciones de los mayoristas y en algunas ocasiones desempeñan las funciones de fuerza de ventas de los fabricantes

Promoción:(publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y campañas de venta, diseñadas para crear la conciencia acerca de los bienes y servicios y la demanda para estos).

Nombre de la Estrategia: Televisión.

Definición: Es un medio de comunicación en el cual se combina la imagen, el movimiento, luz y el sonido.

Objetivo: crear interés al consumidor mediante un Spot publicitario en televisión a través de anuncios trasmisibles atractivos

Importancia: este medio es importante en el proceso de socialización de las personas, relacionada con la calidad de los contenidos de los programas y además de las publicaciones que influyen en los hábitos de consumo de la población.

Nombre de la Estrategia: Radio

Definición: es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio y de difusión masiva con el cual damos a conocer las características de los productos que estamos ofertando.

Objetivo: Generar un conocimiento en las personas de la existencia del Libro sensorial.

Importancia: Podremos llegar a los clientes de manera rápida y oportuna.

Nombre de la Estrategia: Redes Sociales

Definición: Las redes sociales son medios publicitarios mediante los cuales se da a conocer los productos y servicios que se están ofertando. Es una página que nosotros diseñamos por medio del internet para poder llegar a un mercado más grande.

Objetivo: Informar del producto

Importancia: Es una herramienta importante de marketing y un excelente medio para promover uno o varios productos que se ofrecen de manera atractiva para los posibles clientes potenciales.

Plan de medios

Objetivo:

Fidelizar a los clientes y promocionar el libro sensorial.

Análisis del target

El plan de negocios se basa en elaborar un libro sensorial para ayudar en la motricidad de los niños de 1 a 3 años de edad, los clientes se encuentran en la Provincia de Cotopaxi, siendo el libro importante ayuda en la motricidad. Ya que en la actualidad algunas madres dan mucha importancia al desarrollo motriz de sus hijos. Según las encuestas realizadas las madres están informadas de la importancia que tiene el ayudar a sus hijos en la motricidad gracias a las radios, televisión y más por las redes sociales.

Estrategia

Informar a las madres de familia sobre la importancia que tiene el desarrollo motriz para los niños de 1 a 3 años, por medio de redes sociales, radio y televisión.

Medios

- Televisión
- Radio
- Redes sociales

Canales

Televisión

Selección.- Lograr informar y permanecer en el consumidor ya que este medio se caracteriza por brindar información y entretenimiento, además posee color y sonido. La cobertura de estos medios de información es amplia lo cual cubre toda la Provincia de Cotopaxi y parte de las demás provincias del Ecuador.

Periodicidad.- Este medio de comunicación pasara en un tiempo corto, pero se presentara dos veces a la semana.

Formatos.- Ya que la propaganda será diaria la empresa pagara 300\$, siendo ese el costo mensual de la radio.

- TV Color
- Elite TV

Radio

Selección.- Lograr una mayor segmentación ya que es un medio móvil y brinda al anunciante proximidad en las ventas. Estas radios cubren toda la provincia de Cotopaxi y el mensaje que les brinda es inmediato con rápida reacción en el oyente.

Periodicidad.- La propaganda no será muchas veces por semana, porque las madres casi no escuchan este medio pero aun así algunas si puedan captar la información si es que en algunos casos no alcancen a escucharla.

Formatos.- Ya que la propaganda será diaria la empresa pagara 200\$, siendo ese el costo mensual de la radio.

- Stereo Saquisilí
- Color Stereo

Redes sociales

Selección.- Se logra una mayor segmentación ya que en la actualidad la mayor parte del objetivo se encuentra en las redes sociales, y este medio cubre todo el Ecuador y los demás Países. Así podremos llegar a publicar el producto con todas las características y con imágenes para que los consumidores puedan estar al tanto del mismo.

Periodicidad.- Este medio de comunicación puede ser más veces al mes ya que según las encuestas la mayor parte de las personas adquieren información por las redes sociales y al realizar nuestra publicación pueden compartir para que otras personas también puedan obtener información.

Formatos.- Cada formato de publicidad depende de la red social. En este caso el publicar productos no tiene ningún costo.

- Facebook
- Twitter

Asignar un presupuesto

Tabla No. 27.

Presupuesto del Plan de medios

MEDIO	VALOR	CRONOGRAMA
Televisión		
TV Color	\$ 100,00	Mensual
Elite TV	\$ 250,00	Mensual
Radio		
Stereo Saquisilí	\$ 200,00	Mensual
Color Stereo	\$ 230,00	Mensual
Redes sociales		
Facebook	\$ -	
Twitter	\$ -	
Total	\$ 780,00	

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Diseñar un calendario

Tabla No. 28.

Calendario de Medios

MEDIO	AGOSTO					SEPTIEMBRE														
	3	7	10	14	17	21	24	28	31	3	7	10	14	17	21	24	28	31		
Televisión																				
TV Color	■									■										
Elite TV	■									■										
Radio																				
Stereo Saquisilí	■				■						■		■		■		■			
Color Stereo	■				■						■		■		■		■			
Redes sociales																				
Facebook	■					■					■					■				
Twitter	■					■					■					■				
Total																				

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

El precio y los canales de distribución son símbolos significativos del producto, por ejemplo, el precio a menudo representa calidad para los compradores potenciales. Para ciertos productos el tipo de tienda en el que se venden también es un símbolo importante de calidad.

De hecho, todos los elementos de la mezcla mercadológica el producto, su promoción, precio y las tiendas en las que está disponible son símbolos que comunican rangos de calidad a los compradores potenciales.

(Kotler, 2008), es el conjunto de herramientas de marketing tácticas y controlables que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta.

Incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto. Las muchas posibilidades pueden reunirse con cuatro grupos de variables conocidas como las “Cuatro P”: producto, precio, plaza y promoción.

Seguimiento de Clientes

Tabla No. 29.

Datos de Clientes

DATOS DE CLIENTES						
NOMBRE DE CLIENTES	RUC O C.I	TELÉFONO FIJO	CELULAR	EMAIL	DIRECCIÓN	CANTÓN
Morocho Mesías	0501456325	2721280	0956842545	contacto@hotmail.com	El Calvario	Saquisilí
Egas Elías	0201548425	2845175	0987533512	contacto@hotmail.com	Santana	Salcedo
Moreno Juan	0255425841	2496856	0956845963	contacto@hotmail.com	La Victoria	La Mana

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de Campo

Tabla No. 30.

Seguimiento de Clientes

SEGUIMIENTO DE CLIENTES					
NOMBRE	FECHA DE VISITA	ACCIÓN REALIZADA	CIUDAD	PRÓXIMA ACCIÓN	COMENTARIOS
Morocho Mesías	25/02/2018	Está satisfecho	Saquisilí	Actualizar datos	

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de Campo

Para poder realizar el seguimiento a los clientes realizaremos una base de datos en Excel o el programa Fénix, según las necesidades que nosotros tengamos, los cuadros realizados en Excel serán con fórmulas para poder obtener rápidamente información. A continuación, registraremos las acciones que realizaremos. Para poder estar pendiente del cliente.

Mercados alternos

En el caso de no cumplir con el plan de ventas en los 6 primeros meses se volverá a realizar un estudio de mercado para analizar las posibles causas por las cuales no se ha cumplido las metas propuestas, ya sea por una deficiente publicidad o pudiendo incluso cambiar de segmento como sustituto a los libros sensoriales artesanales que ofrecen pocas personas.

En el peor de los casos se cambiaría la producción del producto, se aprovecharía la maquinaria instalada para la producción de disfraces para niños, adornos para el hogar incluso mochilas para los niños.

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN

En este capítulo conoceremos de la importancia que tiene el área de producción en la empresa ya que este se ocupa de la realización del producto, los costes y de otros factores que intervienen en la elaboración del mismo, es decir; es el corazón de la empresa.

Descripción de proceso de transformación del bien o servicio

Adquisición de materia prima

Este procedimiento se aplicará al ingresar materia prima, tales como: fieltro e hilo de coser. Los cuales son utilizados por la fabricación del libro sensorial.

Trazado de diseño

Las figuras serán trazadas en el fieltro, dando así el diseño para cada juego.

Corte de fieltro

Según los modelos trazados anteriormente en el fieltro pasamos a cortar y dar forma a las figuras.

Seleccionar diseños

Cada figura cortada será seleccionada según los dibujos que serán elegidos para el libro. Siendo estos de diferentes colores.

Coser diseños

Al tener seleccionados los diseños y colores, estos pasan por la cosedora para armar cada figura.

Verificar páginas y diseño

Cada colaborador revisara las páginas y el cosido de los juegos didácticos.

Unir páginas

Al ser revisaras las paginas individualmente seleccionas diferentes juegos y paginas para poder unir y formar el producto.

Verificar producto

Cada colaborador será el encargado de revisar el material que se está elaborando, para disminuir fallas en el producto.

Empaquetar

Al tener transformada nuestra materia prima enviamos el producto al empaquetado, donde lo colocamos en una bolsa de papel.

Traslado a bodega

El producto ya finalizado es enviado a bodega para después ser distribuido en el local.

Flujograma

Un flujograma es la representación gráfica del flujo o secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades que se involucran y los responsables de su ejecución, es decir; viene a ser la representación simbólica o pictórica de un proceso administrativo.

También se lo puede llamar diagrama de flujo y es una representación gráfica que desglosa un proceso en cualquier tipo de actividad a desarrollarse tanto en empresas industriales o de servicios y en sus departamentos, secciones u áreas de su estructura organizativa.

PROCESO	○	□	⇒	▽	D	⊙	TIEMPO EN MINUTOS	CANTIDAD	OBSERVACION
1) Adq.materia prima	●						8	1	
2)Trazado de diseño	●						20	1	
3) Corte de fieltro	●						25	1	
4) Seleccionar diseños	●						5	1	
5)Coser diseños	●						20	1	
6) Verificar paginas y diseño	●	●					9	1	Colores llamativos Ver que no tenga fallas
7) Unir paginas	●	●					8	1	
8)verificar producto	●	●					5	1	
9) Empaquetar	●	●					5	1	
10) traslado a bodega	●		●				5	1	
FIN	●						110	1	

Imagen No. 3. Flujograma

Descripción de Instalaciones, Equipos y Personas

Plano de la empresa

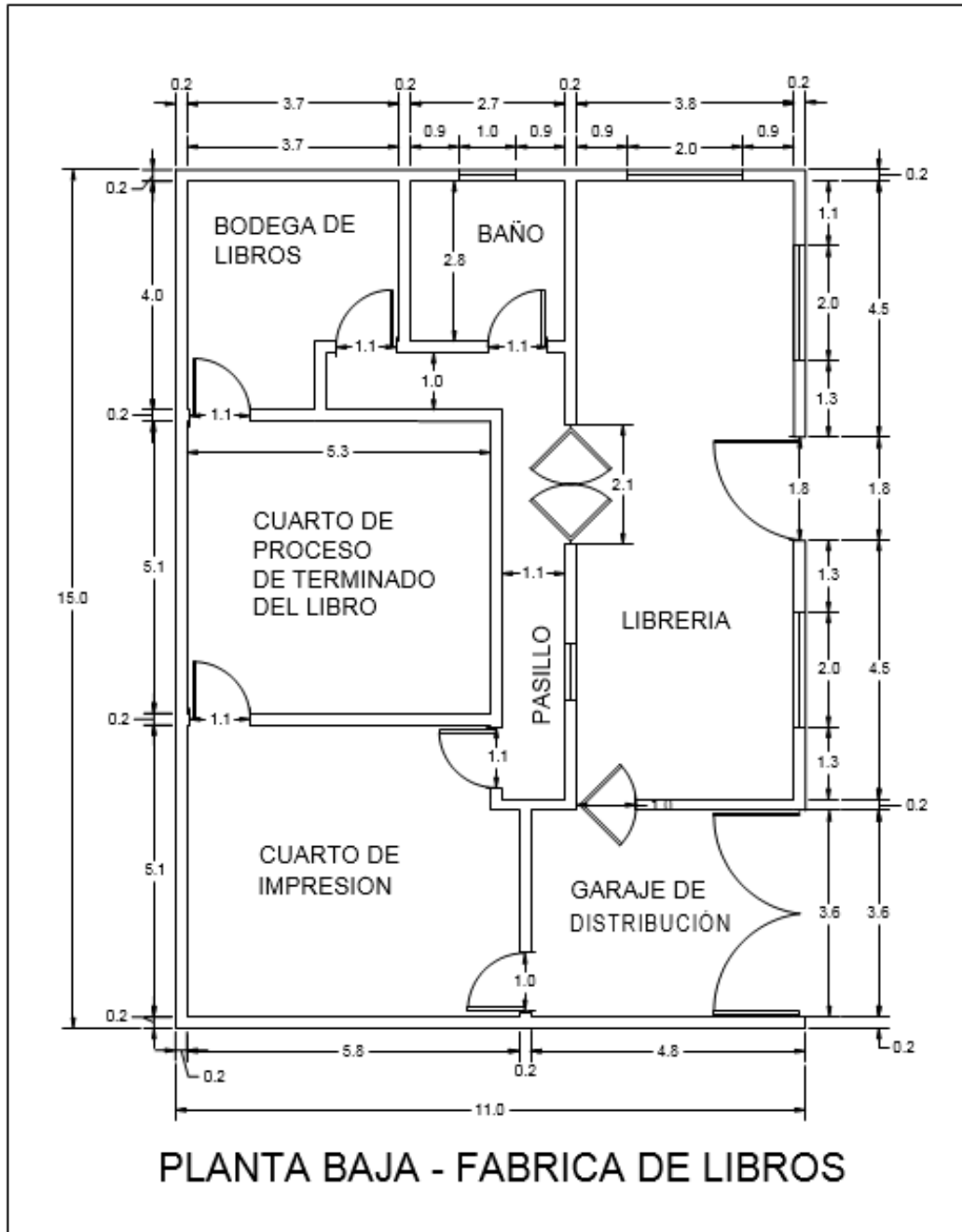


Diagrama de flujo

El diagrama de flujo que se muestra a continuación señala todas las actividades que hay que seguir para la elaboración de libro sensorial desde la recepción de materia prima hasta el producto terminado almacenado en bodega para su próxima distribución.

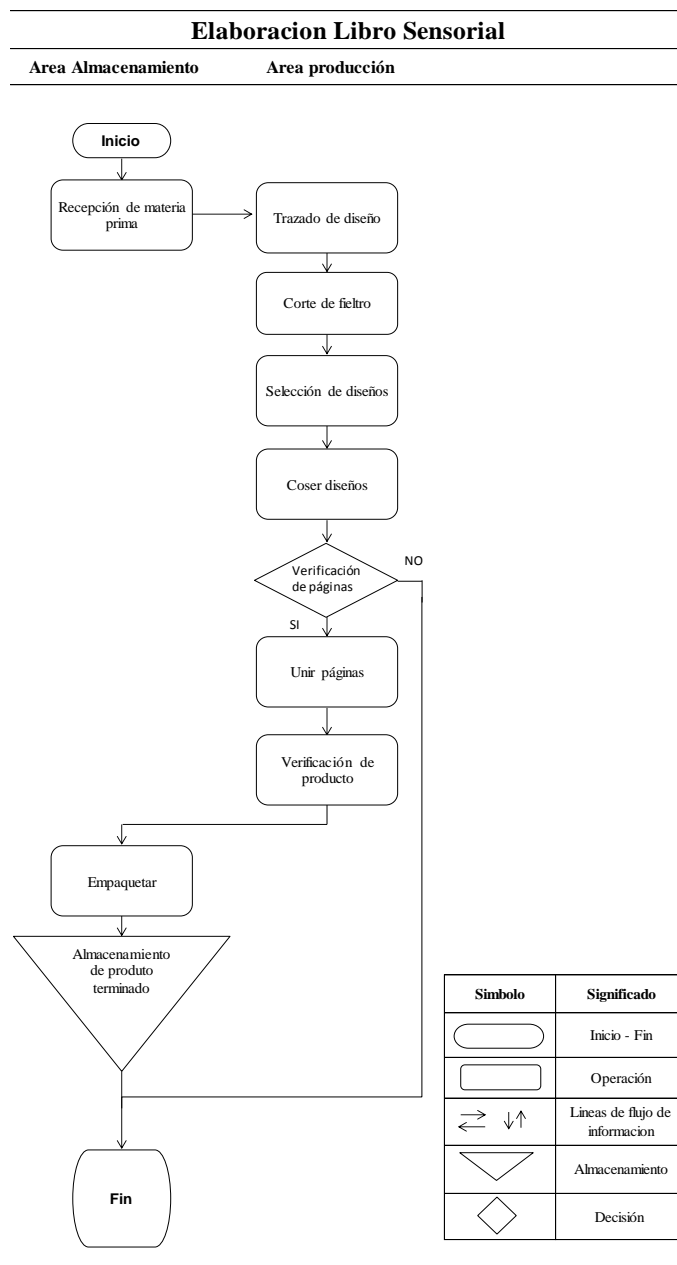


Imagen No. 4. Diagrama de flujo

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Mapa de Procesos



Imagen No. 5. Mapa de Procesos

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Equipos

Tabla No. 31.

Descripción de la Maquinaria

Actividad	Equipo	Velocidad nominal	Costo
Cortadora	Máquina Cortadora Grabadora Sellos, Fomix Tela, Papel	Variable hasta 32 CM de altura de corte	1.400
Cosedora	Máquina de coser recta	Velocidad real 800 rpm	580

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Tabla No. 32.

Descripción del tiempo

Actividad	Tiempo	Nº personas	Horas-hombre
Operarios	25 minutos	1	8
Empaquetador	10 minutos	1	8
Supervisor	10 minutos	1	8

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Tecnología a aplicar

El material didáctico es elaborado con fieltro ya que los niños pueden aprovechar este material para desarrollar su motricidad, al mismo tiempo, sirve para que los padres se interrelacionen de mejor manera con sus hijos, siendo entonces la oportunidad para que el proceso de enseñanza-aprendizaje sea más profundo.

El uso de este material didáctico desde los primeros años ofrece a los niños la posibilidad de manipular, descubrir, observar, al mismo tiempo que se ejercita el cerebro en el desarrollo sus habilidades.

Es importante que los padres consideren que dentro de las etapas para el proceso de enseñanza-aprendizaje los primeros años son fundamentales. El material didáctico es funcional, visualmente atractivo, de fácil uso, seguros (no peligrosos), útil para el trabajo individual, acordes a los intereses y la edad de los niños.

Factores que afectan el plan de operaciones

Tabla No. 33.

Ritmo de producción horas diarias

Actividad	Nº personas	Tiempo promedio	Tiempo normal	Ritmo de trabajo
Corte	1	2 horas	25 minutos	8 horas diarias
Coser	1	1 hora	20 minutos	8 horas diarias
Empaquetado	1	10 minutos	10 minutos	8 horas diarias
Supervisor	1	10 minutos	10 minutos	8 horas diarias

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Tabla No. 34.

Ritmo de producción horas mensuales

ACTIVIDAD	Nº PERSONAS	TIEMPO PROMEDIO	TIEMPO NORMAL	RITMO DE TRABAJO
Corte	1	2 horas	25 minutos	160 horas mensuales
Coser	1	1 hora	20 minutos	160 horas mensuales
Empaquetado	1	10 minutos	10 minutos	160 horas mensuales
Supervisor	1	10 minutos	10 minutos	160 horas mensuales

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Tabla No. 35.

Nivel de inventario promedio

Producto	Capacidad de producción	Capacidad mensual
Libro sensorial	1440	120

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Tabla No. 36.

Número de trabajadores

Nº	Funciones	Fijo/variable	Planta
1	Operarios	Fijo	Planta
1	Supervisores	Fijo	Planta
1	Vendedor	Fijo	Planta
1	Contadora	Variable	Subcontratada

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Capacidad de producción

Tabla No. 37.

Capacidad de producción

Producción	1440
# Meses	12
Tasa de crecimiento	1.75%

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Tabla No. 38.

Capacidad de producción futura

Año	Capacidad de producción
2017	1440
2018	1465
2019	1490
2020	1516
2021	1543

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Definición de recursos necesarios para la producción

Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

Tabla No. 39.

Grado de sustitución del producto

Materia prima	Grado de sustitución	Sustituto
Fieltro	50%	Fomix

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Proveedores

Tabla No. 40.

Lista de Proveedores

Proveedor	Ciudad	Dirección
Almacenes Oña	Latacunga	Juan Abel Echeverría 531 y Belisario Quevedo
Textiles rio blanco S.A texriblansa	Latacunga	Principal s/n Cotopaxi - san juan de Pastocalle

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Calidad

Método de control de calidad

El método de control que utilizaremos es el gráfico Ishikawa que se trata de un diagrama que por su estructura ha venido a llamarse también: diagrama de espina de pez, que consiste en una representación gráfica sencilla en la que se puede ver de manera racional una especie de espina central, que es una línea en el plano horizontal, representando el problema a analizar, que se escribe a su derecha, es un método gráfico que refleja la relación entre una característica de calidad y los factores que contribuyan a que exista. Es útil para localizar la causa de los problemas.

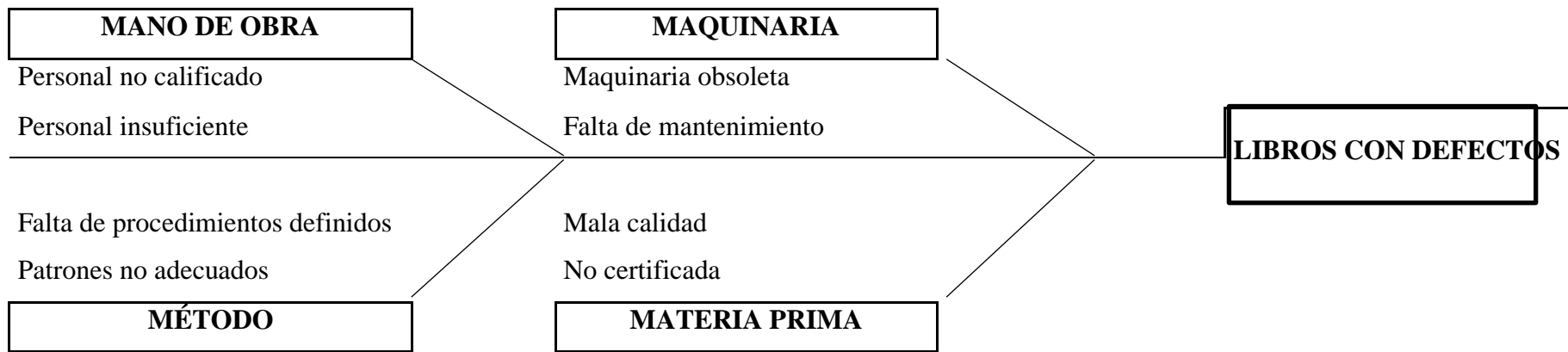


Gráfico No. 10. Grafico Ishikawa

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Lista de verificación

Las listas de verificación son documentos que incluyen anotaciones claves para la ejecución de las actividades, generalmente elaboradas como un formulario, cuestionario o planilla, estas listas son como una ayuda memoria para que el gerente o supervisor siga una secuencia organizada de observaciones durante la ejecución del producto.

Las listas de verificación deben responder a la especificidad de cada control. Éstas deben ser simples, objetivas y de fácil uso, lectura y entendimiento, además de identificar datos y hechos. Con ese objetivo, las preguntas generalmente incluidas en ellas están relacionadas con requisitos específicos por lo tanto, no deben agregar nuevos requisitos a la normativa o alterar su esencia. Siempre que fuera posible, las respuestas a estas preguntas deben ser SÍ o NO.

En la construcción de las Listas de Verificación el gerente o superviso deben considerar el diagrama de flujo correspondientes al proceso a controlar y formular cuestiones objetivas que abarquen los aspectos referentes a métodos, materiales, equipos, medidas, mano de obra y condiciones ambientales.

LISTA DE VERIFICACIÓN

Empresa: _____

Ejecutivo que recibe la evaluación: _____

Evaluator: _____

Fecha: _____

Calificación obtenida en la evaluación: _____

Calificación final. _____

Tabla No. 41.

Preguntas de lista de verificación

PREGUNTAS	Si	No	COMENTARIOS
1.- MATERIA PRIMA A UTILIZAR			
¿La materia prima llega a tiempo?			
¿La materia prima es de calidad?			
2.- ACTIVIDADES REALIZADAS			
¿Se siguieron los procedimientos?			
¿Se verifico el producto que se está realizando?			
3.- INCIDENCIAS			
¿Producto final conforme?			
¿Existe alguna incidencia relacionada?			
4.- TIEMPOS DE PRODUCCIÓN			
¿Existieron retrasos en la producción?			
¿Hubo maquinas en mantenimiento?			
5.- ENTREGA			
¿Canales de distribución establecidos?			
¿Producto entregado con satisfacción			

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Normativas y permisos que afectan su instalación

Seguridad e higiene ocupacional

I. ORDEN Y LIMPIEZA

1. Mantén limpio y ordenado tu puesto de trabajo.
2. No dejes materiales alrededor de las máquinas. Colócalos en lugar seguro y donde no estorben el paso.
3. Recoge las tablas con clavos, recortes de chapa y cualquier otro objeto que pueda causar un accidente.
4. Guarda ordenadamente los materiales y herramientas. No los dejes en lugares inseguros.
5. No obstruyas los pasillos, escaleras, puertas o salidas de emergencia.

II. EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDIVIDUAL

1. Utiliza el equipo de seguridad que la empresa pone a tu disposición.

2. Si observas alguna deficiencia en él, ponlo enseguida en conocimiento de tu superior.
3. Mantén tu equipo de seguridad en perfecto estado de conservación y cuando esté deteriorado pide que sea cambiado por otro.
4. Lleva ajustadas las ropas de trabajo; es peligroso llevar partes desgarradas, sueltas o que cuelgan.
5. En trabajos con riesgos de lesiones en la cabeza utiliza el casco.
6. Si ejecutas o presencias trabajos con proyecciones, salpicaduras, deslumbramientos, etc., utiliza gafas de seguridad.
7. Si hay riesgos de lesiones para tus pies, no dejes de utilizar el calzado de seguridad.
8. Cuando trabajes en alturas colócate el cinturón de seguridad.
9. Tus vías respiratorias y oídos también pueden ser protegidos.

III. HERRAMIENTAS MANUALES

1. Utiliza las herramientas manuales sólo para sus fines específicos. Inspecciónalas periódicamente.
2. Las herramientas defectuosas deben ser retiradas de uso.
3. No lles herramientas en los bolsillos salvo que estén adaptados para ello.
4. Cuando no la utilices deja las herramientas en lugares que no puedan producir accidentes.

IV. ELECTRICIDAD

1. Toda instalación debe considerarse bajo tensión mientras no se compruebe lo contrario con los aparatos adecuados.
2. No realices nunca reparaciones en instalaciones o equipos con tensión. Asegúrate y pregunta.
3. Si trabajas con máquinas o herramientas alimentadas por tensión eléctrica, aíslate. Utiliza prendas y equipos de seguridad.

4. Si observas alguna anomalía en la instalación eléctrica, comunícala. No trates de arreglar lo que no sabes.
5. Si los cables están gastados o pelados, o los enchufes rotos se corre un grave peligro, por lo que deben ser reparados de forma inmediata.
6. Al menor chispazo desconecta la máquina.
7. Presta atención a los calentamientos anormales en motores, cables, armarios.
8. Si notas cosquilleo al utilizar un aparato, no esperes más: desconéctalo. Notifícalo.
9. Presta especial atención a la electricidad si trabajas en zonas mojadas y con humedad.

V. EL RIESGO DE INCENDIOS

1. Conoce las causas que pueden provocar un incendio en tu área de trabajo y las medidas preventivas necesarias.
2. Recuerda que el buen orden y la limpieza son los principios más importantes en la prevención de incendios.
3. No fumes en lugares prohibidos, ni tires las colillas o cigarros sin apagar.
4. Controla las chispas de cualquier origen ya que pueden ser causa de muchos incendios.
5. Ante un caso de incendio conoce tu posible acción y cometido.
6. Los extintores son fáciles de utilizar, pero sólo si se conocen; entérate de cómo funcionan.
7. Si manejas productos inflamables, presta mucha atención y respeta las normas de seguridad.

VI. EMERGENCIAS

1. Preocúpate por conocer el plan de emergencia. Conoce las instrucciones de la empresa al respecto.

2. Sigue las instrucciones que se te indiquen y, en particular, de quien tenga la responsabilidad en esos momentos.
3. No corras ni empujes a los demás; si estás en un lugar cerrado busca la salida más cercana sin atropellamientos.
4. Usa las salidas de emergencia, nunca los ascensores o montacargas.
5. Presta atención a la señalización. Te ayudará a localizar las salidas de emergencia.
6. Tu ayuda es inestimable para todos. Colabora.

VII. ACCIDENTES

1. Mantén la calma pero actúa con rapidez. Tu tranquilidad dará confianza al lesionado y a los demás.
2. Piensa antes de actuar. Asegúrate de que no hay más peligros.
3. Asegúrate de quien necesita más tu ayuda y atiende al herido o heridos con cuidado y precaución.
4. No hagas más de lo indispensable; recuerda que tu misión no es reemplazar al médico.
5. No des jamás de beber a una persona sin conocimiento; puedes ahogarla con el líquido.
6. Avisa inmediatamente por los medios que puedas al médico o servicios de socorro.

Permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

Patentes municipales

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Saquisilí, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.
3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Saquisilí

1. Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación
2. Llenar formulario de Tasa de Habilitación.
3. Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
4. Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
5. Copia del RUC actualizado.
6. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
7. Autorización a favor de quien realiza el trámite.
8. Croquis del lugar donde está ubicado el negocio
9. Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y número de extintores dependerá de las dimensiones del local.

Requisitos:

1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
2. Fotocopia nítida del RUC actualizado.
3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
5. Nombramiento del representante legal si es compañía.
6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
7. Señalar dimensiones del local.

CAPÍTULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Análisis estratégico y definición de objetivos

Visión de la empresa

Fleitman (2000), define la visión como “el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”.

“Ser un referente en productos que permitan desarrollar la motricidad de los niños a nivel nacional”

Misión de la empresa

Thompson y Strickland (2001), afirman “lo que una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir”.

“Elaborar material didáctico sensorial para ayudar en la motricidad de los niños con materiales de calidad para satisfacer a los consumidores”

Análisis FODA

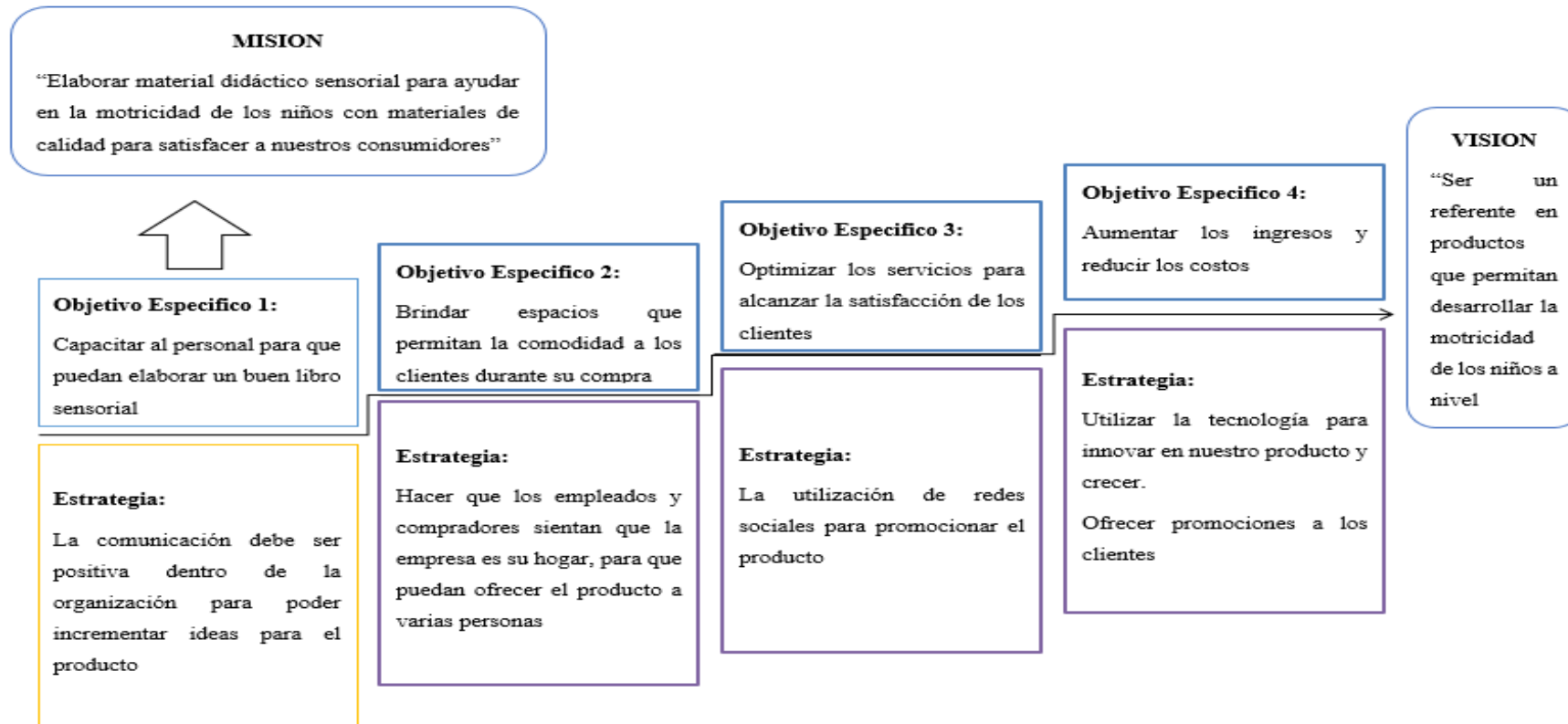


Gráfico No. 11. Mapa estratégico de la empresa

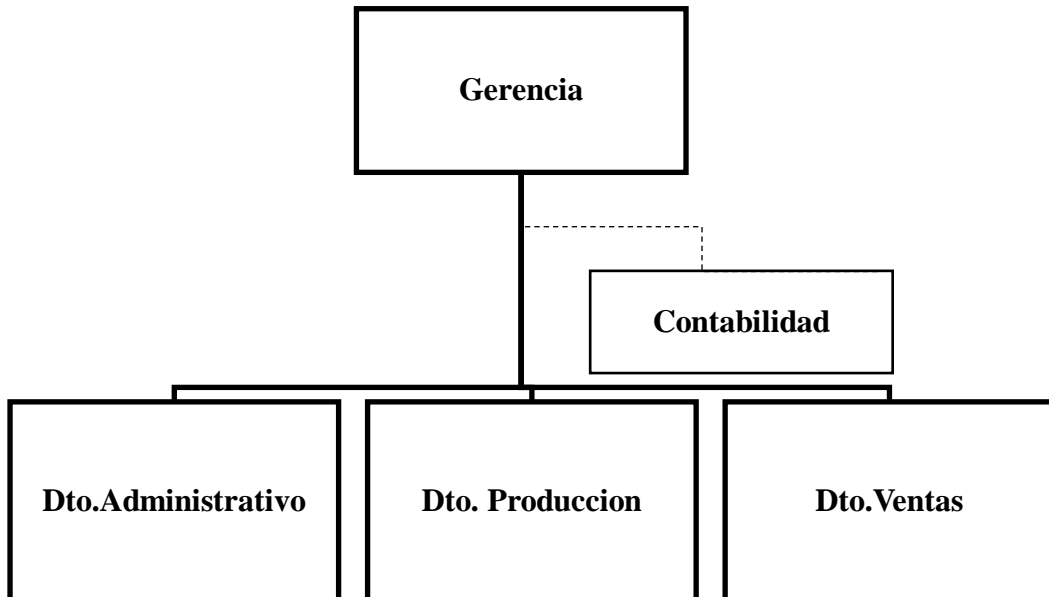
Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de Campo

Organización funcional de la empresa

Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.

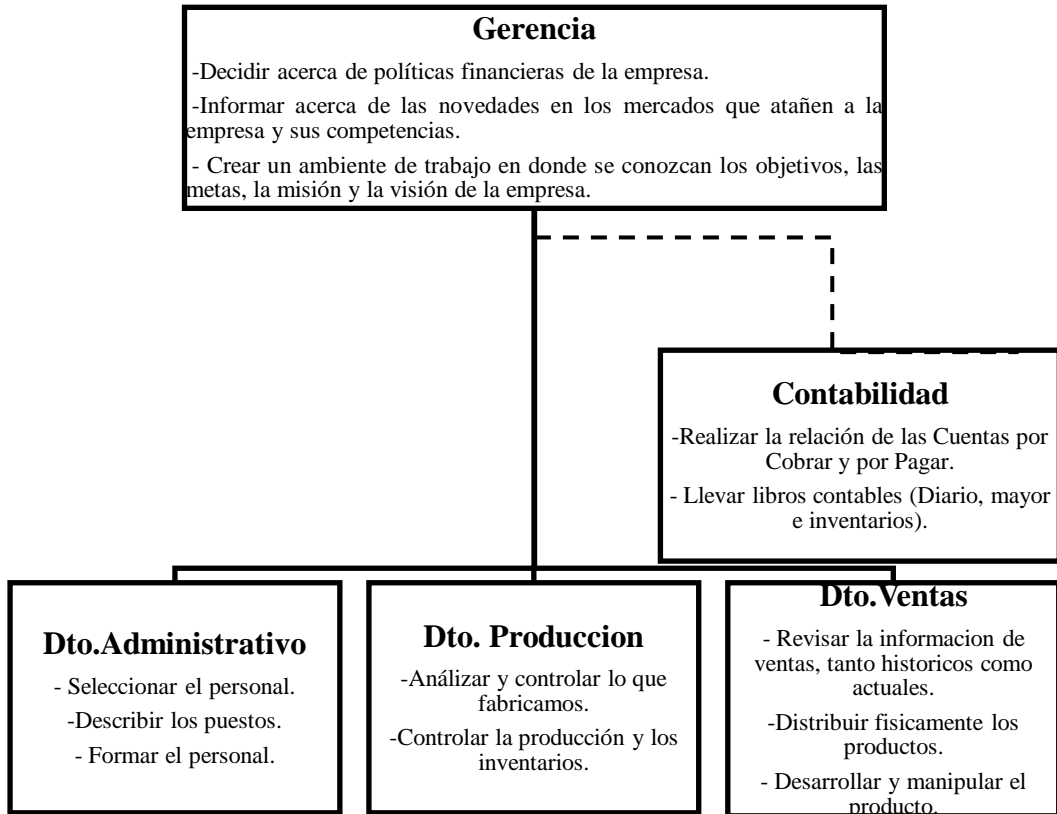
EMPRESA "YAYAY JATUN" ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



REFERENCIA	
	Relacion de apoyo
	Relacion de Linea
	Relacion de autoridad funcional
	Relacion de mando

Gráfico No. 12. Organigrama Estructural de la empresa

EMPRESA "YAYAY JATUN"
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



REFERENCIA	
	Relacion de apoyo
	Relacion de Linea
	Relacion de autoridad funcional
	Relacion de mando

Gráfico No. 13. Organigrama Funcional de la empresa

Describir brevemente los cargos del organigrama

Tabla No. 42.

Descripción Gerente

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Gerente
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Ninguno
SUPERVISA A	Jefes departamentales
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Manejar la parte económica financiera de la empresa y tomar decisiones	
III. FUNCIONES	
Liderar la gestión estratégica Actuar en coherencia con los valores organizacionales Presentar al Directorio estados de situación e información de la empresa. Dirigir y controlar el desempeño de las áreas	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Doctor / Ingeniero / Administrador de empresas
EXPERIENCIA	2 - 3 años
HABILIDADES	Manejo de software, liderazgo, comunicación
FORMACIÓN	Parte legal y Contractual del personal
Elaborado por: N. Morocho 2018	
Fuente: Investigación de campo	

Tabla No. 43.

Descripción Contador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Contador
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Ayudar en el manejo económico y en la tramitología legal	
III. FUNCIONES	
Elaborar estados financieros anuales. Realizar las declaraciones en el SRI. Diseñar informes económicos de la empresa. Registrar las transacciones	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Doctor / Ingeniero / Lic. Contabilidades y Auditoria
EXPERIENCIA	1 - 2 años
HABILIDADES	Manejo de software
FORMACIÓN	Parte legal y Contractual del personal
Elaborado por: N. Morocho 2018	
Fuente: Investigación de campo	

Tabla No. 44.**Descripción Supervisor**

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Supervisor
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	gerente General
SUPERVISA A	Operarios
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Cumplir con los objetivos de producción, tanto en calidad, cantidad y tiempo, verificar el uso adecuado de maquinaria	
III. FUNCIONES	
Verificar la asistencia del personal	
Analizar el cumplimiento de las metas diarias	
Motivar a los operarios	
Cumplir con las metas de producción diariamente	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Ingeniero
EXPERIENCIA	1 - 2 años
HABILIDADES	Manejo de software, control
FORMACIÓN	Relaciones Humanas, liderazgo
Elaborado por: N. Morocho 2018	
Fuente: Investigación de campo	

Tabla No. 45.**Descripción Vendedor**

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Vendedor
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Ayudar a incrementar las ventas	
III. FUNCIONES	
Incrementar las compras de los clientes en la empresa	
Administrar su territorio de ventas	
Atender con rapidez y efectividad	
Conocer los productos que vende	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Bachiller
EXPERIENCIA	1 año
HABILIDADES	Empatía, Convencimiento
FORMACIÓN	Relaciones Humanas
Elaborado por: N. Morocho 2018	
Fuente: Investigación de campo	

Tabla No. 46.

Descripción Operario

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Operario
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Incrementar la producción de libros de calidad	
III. FUNCIONES	
Supervisar el proceso de producción	
Mantener en buen estado la maquinaria	
Controlar la calidad	
Recibir e inventariar los materiales que ingresen.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Bachiller
EXPERIENCIA	1 - 2 años
HABILIDADES	Manejo de maquinaria como costura
FORMACIÓN	Relaciones Humanas, responsabilidad

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Control de gestión

Tabla No. 47.

Indicadores de Gestión

ÁREAS	INDICADORES
VENTAS	Nivel de ventas
	Cartera
	Satisfacción del cliente
	Entregas perfectamente recibidas
PRODUCCIÓN	Unidades Producidas/Unidades Planificadas
	Materia prima empleada/N° Unidades Producidas
	Productos defectuosos

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Necesidades de personal

Tabla No. 48.

Necesidades de personal

AÑO	PERSONAL	GERENC IA	CONTADO R	PRODUCCIÓN N	VENEDORES S
2017 – 2018	6	1	1	2	2
2018 – 2019	7	1	1	3	2
2019 – 2020	8	1	1	3	3
2020 – 2021	9	1	1	4	3

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Para cubrir la necesidades del personal, se aumentara un empleado cada año ya sea en producción y para vendedores, ya que se analizara las ventas que tenga y si el producto es aceptable.

CAPÍTULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

Determinación de la forma jurídica

El proyecto tiene como objetivo llegar al segmento de los niños mediante la cual se pretende satisfacer las necesidades de los maestros y padres de familia, con un libro en donde puedan ver la evolución de la motricidad en los niños.

Constitución Jurídica

En la constitución jurídica de cualquier empresa tiene que cumplir con ciertos parámetros que exige la ley, según la súper intendencia de compañías del Ecuador existen varios tipos de constitución de compañías (Ley de compañías , s.f.).

Compañía unipersonal de responsabilidad limitada

Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello. Para la constitución y subsistencia de una Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada, se requiere de un socio exclusivamente, quien se llama

Gerente propietario. La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados.

Responsabilidad Patrimonial

El gerente propietario de la empresa unipersonal únicamente será responsable con su patrimonio personal por las correspondientes obligaciones de la empresa, en los siguientes casos:

- a. Si dispusiere en provecho propio de bienes o fondos de la empresa que no correspondan a utilidades líquidas y realizadas, según los correspondientes estados financieros;
- b. Si la empresa desarrollare o hubiere desarrollado actividades prohibidas o ajenas a su objeto;
- c. Si el dinero aportado al capital de la empresa no hubiere ingresado efectivamente en el patrimonio de ésta;
- d. Cuando la quiebra de la empresa hubiere sido calificada por el juez como fraudulenta;
- e. Si el gerente-propietario de la empresa, al celebrar un acto o contrato, no especificare que lo hace a nombre de la misma;
- f. Si la empresa realizare operaciones antes de su inscripción en el Registro Mercantil, a menos que se hubiere declarado en el acto o contrato respectivo, que se actúa para una empresa unipersonal de responsabilidad limitada en proceso de formación;
- g. Si en los documentos propios de la empresa se manifestare con la firma del gerente-propietario que la empresa tiene un capital superior al que realmente posee.

La empresa unipersonal debe contar con una denominación social específica que deberá estar integrada, por lo menos, por el nombre y/o iniciales del

gerente-propietario, al que en todo caso se agregará la expresión "Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada" o sus iniciales E.U.R.L.

Objeto Social de la Empresa

El objeto social de la empresa comprenderá exclusivamente, una sola actividad empresarial y no podrá realizar ninguna de las siguientes actividades:

- a. Bancarias;
- b. De seguros;
- c. De capitalización y ahorro;
- d. De mutualismo;
- e. De cambio de moneda extranjera;
- f. De mandato e intermediación financiera;
- g. De emisión de tarjetas de crédito de circulación general;
- h. De emisión de cheques viajeros;
- i. De financiación o de compra de cartera;
- j. De arrendamiento mercantil;
- k. De fideicomiso mercantil;
- l. De afianzamiento o garantía de obligaciones ajenas;
- m. De captación de dineros de terceros; y,
- n. De ninguna de las actividades a que se refieren las leyes de: Mercado de Valores;

General de Instituciones del Sistema Financiero; de Seguros; y,

Ni las que requieran por ley de otras figuras societarias.

El capital inicial de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará constituido por el monto total del dinero que el gerente-propietario hubiere destinado para la actividad de la misma; sin embargo, para constituir este tipo de empresa, este capital asignado mínimo no podrá ser inferior al producto de la

multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general.

Al momento de la constitución debe depositarse la totalidad del capital asignado en una cuenta bancaria de integración de capital a nombre de la futura compañía. El banco conferirá un certificado que acredite el depósito antedicho, el mismo que deberá agregarse como documento habilitante a la escritura pública que contenga el respectivo acto constitutivo.

Procedimiento de Constitución

Para la creación de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada deben cumplirse los siguientes pasos:

- a. Obtención de la reserva del nombre de la empresa, ante la Superintendencia de Compañías.
- b. Apertura de la cuenta de integración de capital a nombre de la futura empresa. El banco deberá conferir un certificado que acredite el depósito efectuado, mismo que debe agregarse como documento habilitante a la escritura pública de constitución.
- c. Escritura de constitución de la empresa, otorgada por el gerente propietario, ante notario público.
- d. Otorgada la escritura pública de constitución de la empresa, el gerente-propietario se dirigirá a uno de los jueces de lo civil del domicilio principal de la misma, solicitando su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil de dicho domicilio.
- e. Una vez revisada, si hubiere cumplido todos los requisitos legales, el juez ordenará la publicación por una sola vez de un extracto de la escritura, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la empresa.
- f. Dentro del plazo de veinte días contados desde la publicación del extracto, cualquier persona que se considerare perjudicada por la constitución de la

empresa, podrá oponerse fundamentadamente a la misma ante el mismo juez que ordenó la publicación.

- g. Vencido este plazo, si no existieren oposiciones por parte de terceros, el juez aprobará la constitución y ordenará su inscripción en el Registro Mercantil del cantón del domicilio principal de la misma. Si la empresa fuere a tener sucursales, la inscripción antedicha también se practicará en el o los cantones en que tales sucursales fueren a operar.

Patentes y Marcas

El Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) es el órgano responsable de proteger marcas, derechos de autor, emitir patentes, registros y demás. Para obtener la protección legal de este organismo es importante definir primero qué tipo de marca es la que se desea registrar. El registro de marcas se encuentra bajo la categoría de Signos Distintivos de la Ley de Propiedad Intelectual vigente. A continuación, se describen los tipos de marcas que se pueden registrar ante el IEPI:

- a. **Marca de certificación:** Aquel signo que certifica las características comunes, en particular la calidad, los componentes y el origen de los productos o servicios elaborados o distribuidos por personas autorizadas.
- b. **Marca colectiva:** Aquel signo que sirve para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o de servicios de empresas diferentes que utilizan la marca bajo el control del titular.
- c. **Marca tridimensional:** Aquel signo que ocupa en sí mismo un espacio determinado, (alto, ancho y profundo).
- d. **Nombre Comercial:** Es el rótulo o enseña comercial que identifica un local comercial y las actividades que desarrolla.
- e. **Lema Comercial:** Es la frase publicitaria que acompaña a una marca.
- f. **Denominación de Origen:** Es aquel signo que identifica un producto proveniente de determinada región, y que reúne requisitos específicos como factores humanos y naturales. (Instituto Ecuatoriano de la

Propiedad Intelectual <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>)

Antes de realizar un trámite para registrar una marca en el IEPI es conveniente consultar si no existen nombres duplicados o impedimentos para el registro correspondiente. Si usted ha realizado esta verificación, es momento de iniciar el trámite siguiendo los siguientes pasos:

- a. Creación de usuario del sistema en línea: ingrese en el portal de creación de usuario del sistema en este enlace. Llene los datos que se le solicita en el formulario de creación y a continuación, ingrese nuevamente en el sistema a través del menú principal o de este enlace.
- b. A continuación, ingrese en el tipo de trámite que desea realizar, en este caso, registro de signos distintivos que es la categoría en la que recae el registro de marcas.
- c. Ingrese todos los datos requeridos en el formulario de manera clara y en el formato que se le pide allí. Al finalizar puede generar una vista previa de la solicitud.
- d. Si no existen cambios, haga clic a continuación en el botón Generar comprobante de pago. Una vez generado, imprima el documento y proceda a cancelar los valores correspondientes en el Banco del Pacífico.
- e. Cuando haya realizado el pago, regrese al portal de trámites en línea, ingrese y en la lista de solicitudes enviadas encontrará la que acaba de realizar. Haga clic en el botón Iniciar Proceso. A continuación, se le pedirá que ingrese el número del comprobante de pago y lo suba escaneado en formato PDF.

Una vez que esté completado el proceso, el sistema le asignará un número de trámite y una fecha de entrega del registro. Usted podrá verificar el estado de su trámite ingresando al portal www.propiedadintelectual.gob.ec a la sección de trámites en línea. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>)

Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales.

Requisitos para sacar el RUC

Personas naturales

- a) Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- b) Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- c) Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo. (Servicio de rentas internas <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>)

Requisitos para el permiso de funcionamiento – bomberos

- a) Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante.
- b) Copia del pago de Impuesto Predial actualizado.
- c) Copia del RUC.
- d) Copia de la Patente Municipal actualizada.
- e) Copia del Permiso de Funcionamiento del año anterior del Cuerpo de Bomberos.
- f) Formulario “DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN Y CONTROL DE INCENDIOS” (Tesorería). (Bomberos Saquisili http://www.bomberossaquisili.gob.ec/web_2017/)

Requisitos para solicitar el permiso de uso de suelo

- a) Solicitud firmada por el propietario, señalando los siguientes datos:
- b) Ubicación del comercio
- c) Uso actual del suelo o el pretendido (denominación del negocio)

- d) Clave catastral
- e) Superficie construida (metraje que ocupa el local)
- f) Copia de la carta de pago del impuesto predial del año en curso
- g) Copia de la Escritura. (Saquisili)

CAPÍTULO V

ÁREA FINANCIERA

Plan de inversiones

Es un modelo sistemático que tiene como objetivo guiar nuestras inversiones ya sean actuales o futuras hacia un camino más seguro. Este es seguro para reducir el riesgo a la hora de invertir. (Enciclopedia de las Inersiones)

Tabla No. 49.

Plan de inversiones

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL	
	Local			\$ 10.000,00
1	Local	10.000	\$ 10.000,00	
	Instalaciones y Remodelaciones			\$ 950
1	Obra Civil	\$ 950,00	\$ 950,00	
	Muebles y Enseres			\$ 770
3	Sillas	\$ 90,00	\$ 270,00	
2	Mesas de escritorio	\$ 250,00	\$ 500,00	
	Maquinaria			\$ 1.980,00
1	Cortadora de fieltro	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	
1	Cosedora	\$ 580,00	\$ 580,00	
	Equipo de Computación			\$ 900,00
1	Computadora	\$ 800,00	\$ 800,00	
2	Teléfonos	\$ 50,00	\$ 100,00	
	Inventarios			\$ 75,00
7	Rollo Fieltro	\$ 10,00	\$ 70,00	
2	Carretes Hilo	\$ 2,50	\$ 5,00	
	Costos de Constitución			
1	Patente Municipal	\$ 35,00	\$ 35,00	
1	Declaración de actividades económicas	\$ 1,00	\$ 1,00	
1	Otros	\$ 40,00	\$ 40,00	
	TOTAL		\$ 14.751	

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Análisis

En el plan de inversiones tengo 14.751 para poder gastar en rubros como las instalaciones, muebles, equipos de computación y la maquinaria.

Plan de financiamiento

Tabla No. 50.

Forma de financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL	PARCIAL %	TOTAL %
Recursos propios			
Bienes	\$ 10.000	100%	67,79%
Efectivo	\$ 1.500	100%	10,17%
Recursos de terceros			
Préstamo Bancario	\$ 3.251	100%	22,04%
TOTAL	\$ 14.751		100%

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS

En el plan de financiamiento contamos con recursos propios como es en bienes con 10.000\$ y efectivo con 1.500\$, pero necesitamos de un préstamo de 3.251\$ para poder cubrir lo que necesitamos.

Calculo de costos y gastos

Tabla No. 51.

Detalle de costos

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
LIBRO SENSORIAL					
MATERIA PRIMA					
Filtro	Rollo	7	\$ 10,00	\$ 70,00	\$ 840,00
Hilos	Carretes	2	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 60,00
MANO DE OBRA					
Operario	Personas	1	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 4.632,00
COSTOS INDIRECTOS					
Supervisor	Personas	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
DEPRECIACIÓN					
Cosedora	Maquina	1	\$ 580,00	\$ 580,00	\$ 580,00
Cortadora	Maquina	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
Sillas	Muebles	1	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Mesas de escritorio	Muebles	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Computadora	Maquina	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Teléfonos		2	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
TOTAL				\$ 3.996,00	\$ 13.632,00

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Análisis

En el siguiente cuadro podemos observar la lista de lo que vamos a utilizar con valores reales, hemos calculado mensual y el total para un año.

Tabla No. 52.

Proyección de costos

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTOS FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 1	COSTOS FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 2
Operario	\$ 386,00	\$ 397,58	\$ -	\$ 4.770,96	\$ 409,51	\$ -	\$ 4.914,09
Filtro	\$ 70,00	\$ -	\$ 77,00	\$ 924,00	\$ -	\$ 84,70	\$ 1.016,40
Hilos	\$ 5,00	\$ -	\$ 5,50	\$ 66,00	\$ -	\$ 6,05	\$ 72,60
Supervisor	\$ 400,00	\$ 412,00	\$ -	\$ 4.944,00	\$ 424,36	\$ -	\$ 5.092,32
DEPRECIACIÓN							
Cosedora	\$ 58,00			\$ 58,00			\$ 58,00
Cortadora	\$ 140,00			\$ 140,00			\$ 140,00
Sillas	\$ 9,00			\$ 9,00			\$ 9,00
Mesas de escritorio	\$ 25,00			\$ 25,00			\$ 25,00
Computadora	\$ 266,64			\$ 266,64			\$ 266,64
Teléfonos	\$ 16,67			\$ 16,67			\$ 16,67
TOTAL CTOS		\$ 809,58	\$ 82,50	\$ 11.220,27	\$ 833,87	\$ 90,75	\$ 11.610,71

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Tabla No. 53.**Proyección de Costos**

COSTOS FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 3	COSTOS FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 4	COSTOS FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 5
\$ 421,79	\$ -	\$ 5.061,51	\$ 434,45	\$ -	\$ 5.213,36	\$ 447,48	\$ -	\$ 5.369,76
\$ -	\$ 93,17	\$ 1.118,04	\$ -	\$ 102,49	\$ 1.229,84	\$ -	\$ 112,74	\$ 1.352,83
\$ -	\$ 6,66	\$ 79,86	\$ -	\$ 7,32	\$ 87,85	\$ -	\$ 8,05	\$ 96,63
\$ 437,09	\$ -	\$ 5.245,09	\$ 450,20	\$ -	\$ 5.402,44	\$ 463,71	\$ -	\$ 5.564,52
		\$ 58,00			\$ 58,00			\$ 58,00
		\$ 140,00			\$ 140,00			\$ 140,00
		\$ 9,00			\$ 9,00			\$ 9,00
		\$ 25,00			\$ 25,00			\$ 25,00
\$ 858,88	\$ 99,83	\$ 11.736,50	\$ 884,65	\$ 109,81	\$ 12.165,49	\$ 911,19	\$ 120,79	\$ 12.615,73

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Tabla No. 54.**Detalle de gastos administrativos**

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	
Sueldos personal administrativo	Hombre	\$ 900,00	Mensual	\$ 900,00	\$ 10.800,00	
SUMINISTROS DE OFICINA						
Esferos	Caja	\$ 7,00	Mensual	\$ 7,00	\$ 84,00	
Clips	Caja	\$ 0,60	Mensual	\$ 0,60	\$ 7,20	
Grapas	Caja	\$ 0,90	Mensual	\$ 0,90	\$ 10,80	
Hojas de papel bond	Resma	\$ 3,60	Mensual	\$ 3,60	\$ 43,20	
SUMINISTROS DE LIMPIEZA						
Escoba	Unidad	\$ 1,50	Semestral	\$ 3,00	\$ 36,00	
Pala	Unidad	\$ 2,00	Semestral	\$ 4,00	\$ 48,00	
Desinfectantes	Unidad	\$ 3,00	Mensual	\$ 3,00	\$ 36,00	
Trapeados	Unidad	\$ 3,00	Semestral	\$ 6,00	\$ 72,00	
Balde	Unidad	\$ 2,50	Semestral	\$ 5,00	\$ 60,00	
SERVICIOS BÁSICOS						
Electricidad		\$ 11,00	Mensual	\$ 11,00	\$ 132,00	
Agua	Litros	\$ 12,00	Mensual	\$ 12,00	\$ 144,00	
Teléfono		\$ 10,00	Mensual	\$ 10,00	\$ 120,00	
TOTAL GTS ADMINISTRATIVOS		\$ 957,10		\$ 966,10	\$ 11.593,20	

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Tabla No. 55.**Detalle de gastos de ventas****GASTOS DE VENTAS**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos al personal de ventas	Hombre	\$ 386,00	Mensual	\$ 386,00	\$ 4.632,00
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA					
Televisión		\$ 350,00	Mensual	\$ 350,00	\$ 350,00
Radio		\$ 430,00	Mensual	\$ 430,00	\$ 430,00
COMISIONES PAGADAS		\$ 150,00	Mensual	\$ 150,00	\$ 1.800,00
DEPRECIACIONES					
Cosedora		\$ 580,00	-	\$ 580,00	\$ 580,00
Cortadora		\$ 1.400,00	-	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
Sillas		\$ 90,00	-	\$ 90,00	\$ 90,00
Mesas de escritorio		\$ 250,00	-	\$ 250,00	\$ 250,00
Computadora		\$ 800,00	-	\$ 800,00	\$ 1.200,00
Teléfonos		\$ 50,00	-	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL GTO DE VENTAS		\$ 4.486,00		\$ 4.486,00	\$ 3.092,00

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Tabla No. 56.**Detalle de gastos financieros****GASTOS FINANCIEROS**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Interés Pagado	Dólares	Mensual	\$ 33,36	\$ 400,26
Gasto Bancario		Mensual	\$ -	\$ -
TOTAL			\$ 33,36	\$ 400,26

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Tabla No. 57.

Proyección de gastos

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	GASTOS FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 1	GASTOS FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 2
Sueldos personal administrativo	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ -	\$ 10.800,00	\$ 927,00	\$ -	\$ 11.124,00
SUMINISTROS DE OFICINA							
Esferos	\$ 7,00	\$ -	\$ 7,00	\$ 84,00	\$ -	\$ 7,70	\$ 92,40
Clips	\$ 0,60	\$ -	\$ 0,60	\$ 7,20	\$ -	\$ 0,66	\$ 7,92
Grapas	\$ 0,90	\$ -	\$ 0,90	\$ 10,80	\$ -	\$ 0,99	\$ 11,88
Hojas de papel bond	\$ 3,60	\$ -	\$ 3,60	\$ 43,20	\$ -	\$ 3,96	\$ 47,52
SUMINISTROS DE LIMPIEZA							
Escoba	\$ 3,00	\$ -	\$ 3,00	\$ 36,00	\$ -	\$ 3,30	\$ 39,60
Pala	\$ 4,00	\$ -	\$ 4,00	\$ 48,00	\$ -	\$ 4,40	\$ 52,80
Desinfectantes	\$ 3,00	\$ -	\$ 3,00	\$ 36,00	\$ -	\$ 3,30	\$ 39,60
Trapeados	\$ 6,00	\$ -	\$ 6,00	\$ 72,00	\$ -	\$ 6,60	\$ 79,20
Balde	\$ 5,00	\$ -	\$ 5,00	\$ 60,00	\$ -	\$ 5,50	\$ 66,00
SERVICIOS BÁSICOS							
Electricidad	\$ 11,00	\$ -	\$ 11,00	\$ 132,00	\$ -	\$ 12,10	\$ 145,20
Agua	\$ 12,00	\$ -	\$ 12,00	\$ 144,00	\$ -	\$ 13,20	\$ 158,40
Teléfono	\$ 10,00	\$ -	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ -	\$ 11,00	\$ 132,00
TOTAL ADMINISTRATIVOS				\$ 11.593,20			\$ 11.996,52
Sueldos al personal de ventas	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ -	\$ 4.632,00	\$ 397,58	\$ -	\$ 4.770,96
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA				\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Televisión	\$ 350,00		\$ 350,00	\$ 1.050,00	\$ -	\$ 385,00	\$ 1.155,00
Radio	\$ 430,00		\$ 430,00	\$ 1.290,00	\$ -	\$ 473,00	\$ 1.419,00
COMISIONES PAGADAS	\$ 150,00		\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ -	\$ 165,00	\$ 1.980,00
TOTAL VENTAS				\$ 8.772,00			\$ 9.324,96
Interés Pagado	\$ 33,36		\$ 33,36	\$ 400,26	\$ -	\$ 36,69	\$ 440,29
TOTAL				\$ 20.765,46			\$ 21.761,77

Continúa →

GASTOS FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 3	GASTOS FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 4	GASTOS FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 5
\$ 954,81	\$ -	\$ 11.457,72	\$ 983,45	\$ -	\$ 11.801,45	\$ 1.012,96	\$ -	\$ 12.155,50
\$ -	\$ 8,47	\$ 101,64	\$ -	\$ 9,32	\$ 111,80	\$ -	\$ 10,25	\$ 122,98
\$ -	\$ 0,73	\$ 8,71	\$ -	\$ 0,80	\$ 9,58	\$ -	\$ 0,88	\$ 10,54
\$ -	\$ 1,09	\$ 13,07	\$ -	\$ 1,20	\$ 14,37	\$ -	\$ 1,32	\$ 15,81
\$ -	\$ 4,36	\$ 52,27	\$ -	\$ 4,79	\$ 57,50	\$ -	\$ 5,27	\$ 63,25
\$ -	\$ 3,63	\$ 43,56	\$ -	\$ 3,99	\$ 47,92	\$ -	\$ 4,39	\$ 52,71
\$ -	\$ 4,84	\$ 58,08	\$ -	\$ 5,32	\$ 63,89	\$ -	\$ 5,86	\$ 70,28
\$ -	\$ 3,63	\$ 43,56	\$ -	\$ 3,99	\$ 47,92	\$ -	\$ 4,39	\$ 52,71
\$ -	\$ 7,26	\$ 87,12	\$ -	\$ 7,99	\$ 95,83	\$ -	\$ 8,78	\$ 105,42
\$ -	\$ 6,05	\$ 72,60	\$ -	\$ 6,66	\$ 79,86	\$ -	\$ 7,32	\$ 87,85
\$ -	\$ 13,31	\$ 159,72	\$ -	\$ 14,64	\$ 175,69	\$ -	\$ 16,11	\$ 193,26
\$ -	\$ 14,52	\$ 174,24	\$ -	\$ 15,97	\$ 191,66	\$ -	\$ 17,57	\$ 210,83
\$ -	\$ 12,10	\$ 145,20	\$ -	\$ 13,31	\$ 159,72	\$ -	\$ 14,64	\$ 175,69
		\$ 12.417,49			\$ 12.857,20			\$ 13.316,82
\$ 409,51	\$ -	\$ 4.914,09	\$ 421,79	\$ -	\$ 5.061,51	\$ 434,45	\$ -	\$ 5.213,36
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ 423,50	\$ 1.270,50	\$ -	\$ 465,85	\$ 1.397,55	\$ -	\$ 512,44	\$ 1.537,31
\$ -	\$ 520,30	\$ 1.560,90	\$ -	\$ 572,33	\$ 1.716,99	\$ -	\$ 629,56	\$ 1.888,69
\$ -	\$ 181,50	\$ 2.178,00	\$ -	\$ 199,65	\$ 2.395,80	\$ -	\$ 219,62	\$ 2.635,38
		\$ 9.923,49			\$ 10.571,85			\$ 11.274,73
\$ -	\$ 40,36	\$ 484,32	\$ -	\$ 44,40	\$ 532,75	\$ -	\$ 48,84	\$ 586,03
		\$ 22.825,30			\$ 23.961,80			\$ 25.177,58

Elaborado por: N. Morocho 2018

Fuente: Investigación de campo

Mano de obra

La mano de obra es el esfuerzo físico y mental de una persona para la fabricación de un producto; es decir, lo que nosotros le vamos a pagar al empleado.

Tabla No. 58.

Mano de obra

ORDEN	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	CÓDIGO	INGRESOS		DSCTOS			VALOR A PAGAR						
				SBU	OTROS	TOTAL	VIARIOS	9,45%		TOTAL					
PERSONAL ADMINISTRATIVO				\$	900,00										
1	S/N	Gerente	G001	\$	500,00	-	\$	500,00	-	\$	47,25	\$	47,25	\$	452,75
2	S/N	Supervisor	S002	\$	400,00	-	\$	400,00	-	\$	37,80	\$	37,80	\$	362,20
PERSONAL DE PRODUCCIÓN				\$	386,00										
3	S/N	Operario	O003	\$	386,00	-	\$	386,00	-	\$	36,48	\$	36,48	\$	349,52
PERSONAL DE VENTAS				\$	386,00										
4	S/N	Vendedor	V004	\$	386,00	-	\$	386,00	-	\$	36,48	\$	36,48	\$	349,52

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Tabla No. 59.**Mano de obra**

PATRONAL 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	VACACIONES	TOTAL	COSTO SUELDOS
\$ 50,48	\$ 2,26	\$ 2,26	\$ 41,67	\$ 32,17	\$ 20,83	\$ 149,68	\$ 649,68
\$ 40,39	\$ 1,81	\$ 1,81	\$ 33,33	\$ 32,17	\$ 16,67	\$ 126,17	\$ 526,17
\$ 38,97	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 16,08	\$ 122,88	\$ 508,88
\$ 38,97	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 16,08	\$ 122,88	\$ 508,88

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Depreciación

Es la disminución de la maquinaria que utilizaremos en nuestra fabricación.

Tabla No. 60.**Depreciación**

DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria		1.980,00		
Cosedora	10	\$ 580,00	10	58,00
Cortadora	10	\$ 1.400,00	10	140,00
Muebles y Enseres		\$ 340,00		
Sillas	10	\$ 90,00	10	9,00
Mesas de escritorio	10	\$ 250,00	10	25,00
Equipo de computación		\$ 850,00		
Computadora	3	\$ 800,00	33,33	266,64
Teléfonos	3	\$ 50,00	33,33	16,67
TOTAL				232,00

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Tabla No. 61.

Proyección de la depreciación

DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00
Cosedora	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00
Cortadora	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Muebles y Enseres	34,00	34,00	34,00	34,00	34,00
Sillas	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Mesas de escritorio	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Equipo de computación	283,31	283,31	283,31	0,00	0,00
Computadora	266,64	266,64	266,64	0,00	0,00
Teléfonos	16,67	16,67	16,67	0,00	0,00
TOTAL	815,95	815,95	815,95	266,00	266,00

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Calculo de ingresos

Tabla No. 62.

Calculo de ingresos

UNIDAD DE MEDIDA	COSTO MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESO MENSUAL	CANTIDAD PRODUCIDA AL MES	PRECIO UNITARIO DEL PRODUCTO	PVP
		%	\$				
				\$ 1.260,00			\$ 25,00
45	\$ 840,00	40%	\$ 336,00	\$ 1.176,00	120	\$ 10,50	
45	\$ 60,00	40%	\$ 24,00	\$ 84,00			

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Tabla No. 63.

Proyección de ingresos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	AÑO 1	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	AÑO 2	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	AÑO 3
LIBRO SENSORIAL	1440	\$ 25,00	\$ 36.000,00	1465	\$ 27,50	\$ 40.293,00	1491	\$ 30,25	\$ 45.097,94
TOTAL			\$ 36.000,00			\$ 40.293,00			\$ 45.097,94

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Tabla No. 64.

Proyección de ingresos

CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	AÑO 4	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	AÑO 5
1517	\$ 33,28	\$ 50.475,87	1543	\$ 36,60	\$ 56.495,12
		\$ 50.475,87			\$ 56.495,12

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Flujo de caja

Informe financiero que presenta un detalle de los flujos de los ingresos y egresos que tienen la empresa en un periodo dado.

Tabla No. 65.**Flujo de caja**

	DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A.	INGRESOS OPERACIONALES	\$ 13.251,00	\$ 36.000,00	\$ 40.293,00	\$ 45.097,94	\$ 50.475,87	\$ 56.495,12
	Recursos Propios	\$ 10.000,00					
	Recursos Ajenos	\$ 3.251,00					
	Ingresos por Ventas		\$ 36.000,00	\$ 40.293,00	\$ 45.097,94	\$ 50.475,87	\$ 56.495,12
B.	EGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 31.585,47	\$ 32.932,19	\$ 34.077,48	\$ 35.594,54	\$ 37.207,28
	Pago a proveedores (costos)	\$ -	\$ 11.220,27	\$ 11.610,71	\$ 11.736,50	\$ 12.165,49	\$ 12.615,73
	Gastos Administrativos		\$ 11.593,20	\$ 11.996,52	\$ 12.417,49	\$ 12.857,20	\$ 13.316,82
	Gastos de ventas		\$ 8.772,00	\$ 9.324,96	\$ 9.923,49	\$ 10.571,85	\$ 11.274,73
	Inventarios		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Gastos de Constitución		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
C.	FLUJO OPERACIONAL (A - B)	\$ 13.251,00	\$ 4.414,54	\$ 7.360,81	\$ 11.020,46	\$ 14.881,33	\$ 19.287,83
D.	INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Aportes de capital			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Aportes para futura capitalización		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Otros Ingresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
E.	EGRESOS NO OPERACIONALES	0,00	1856,41	1856,41	0,00	0,00	0,00
	Pago de capital de préstamo		\$ 1.465,50	\$ 1.709,50			
	Pago de intereses de préstamo		\$ 400,26	\$ 150,42			
	Pago de participación de utilidades						
	Pago de impuestos						
F.	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	\$ -	\$ (1.900,84)	\$ (1.900,84)	\$ -	\$ -	\$ -
G.	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	\$ 13.251,00	\$ 6.315,38	\$ 9.261,65	\$ 11.020,46	\$ 14.881,33	\$ 19.287,83
H.	SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -	\$ 13.251,00	\$ 19.566,38	\$ 28.848,48	\$ 39.848,48	\$ 54.729,81
I.	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	\$ 13.251,00	\$ 19.566,38	\$ 28.848,48	\$ 39.848,48	\$ 54.729,81	\$ 74.017,65

Elaborado por: N. Morocho**Fuente:** Investigador**Análisis**

El flujo de caja realizado podemos ver que los ingresos y egresos si pueden ser válidos y podemos ver que los saldos o valores son positivos para la creación de la empresa.

Punto de equilibrio

El beneficio del punto de equilibrio es que es igual a cero, porque no ganamos dinero y tampoco perdemos.

Tabla No. 66.

Punto de equilibrio

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Costos	\$ 9.714,96	\$ 990,00	\$ 10.704,96
Gastos Administrativos	\$ 11.593,20		\$ 11.593,20
Gastos de ventas			\$ -
Gastos Financieros		\$ -	0,00
TOTAL	\$ 21.308,16	\$ 990,00	22298,16
Ingresos Totales	\$ 36.000,00		\$ 36.000,00
Numero Unidades	120		120
Precio Unitario de Venta	\$ 25,00	\$ 10,50	\$ 10,50

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Tabla No. 67.

Calculo para punto de equilibrio

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Costos	\$ 9.714,96	\$ 990,00	\$ 10.704,96
Gastos Administrativos	\$ 11.593,20		\$ 11.593,20
Gastos de ventas			\$ -
Gastos Financieros		\$ -	0,00
TOTAL	\$ 21.308,16	\$ 990,00	22298,16
Ingresos Totales	\$ 36.000,00		\$ 36.000,00
Numero Unidades	120		120
Precio Unitario de Venta	\$ 25,00	\$ 10,50	\$ 10,50

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Punto de equilibrio \$ = Punto de equilibrio en unidades * precio de venta unitario

$$P.E\$ = 1.470 * 25.00$$

$$P.E\$ = 36.738 \quad \text{USD en ventas al año}$$

Punto de equilibrio U = $\text{costos Fijos} / (\text{precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario})$

P.E u= $21.308,16 / (25.00 - 10,50)$

P.E u= 1.470 Unidades vendidas al año

P.E u= 122 Unidades vendidas al mes

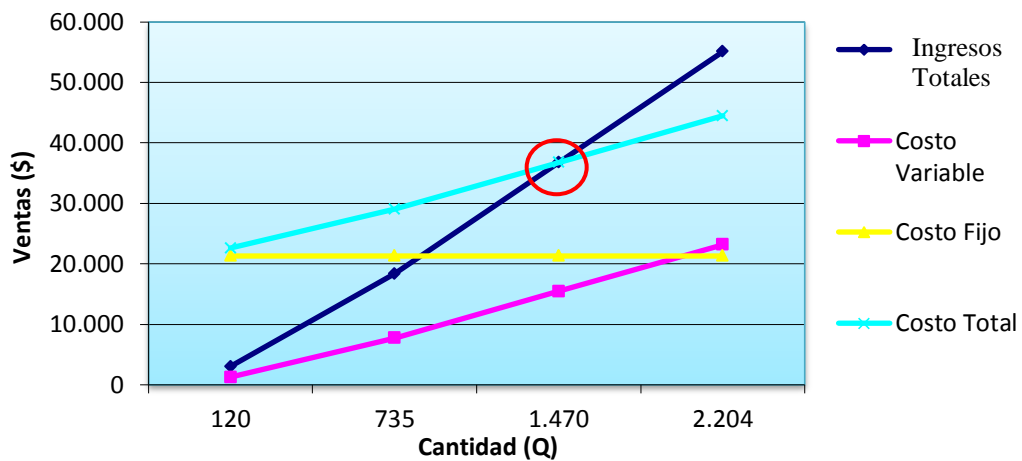


Gráfico No. 14. Punto de equilibrio

Elaborado por: N. Morocho

Fuente: Investigador

Estado de resultados proyectado

Es el informe financiero donde mostraremos los ingresos, los gastos y el beneficio o la pérdida que ha obtenido la empresa un periodo.

Tabla No. 68.

Estado de resultados proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	\$ 36.000,00	\$ 40.293,00	\$ 45.097,94	\$ 50.475,87	\$ 56.495,12
(-) Costo de ventas	\$ 11.220,27	\$ 11.610,71	\$ 11.736,50	\$ 12.165,49	\$ 12.615,73
(= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 24.779,74	\$ 28.682,29	\$ 33.361,44	\$ 38.310,38	\$ 43.879,39
)					
(-) Gastos de venta	\$ 8.772,00	\$ 9.324,96	\$ 9.923,49	\$ 10.571,85	\$ 11.274,73
(= UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 16.007,74	\$ 19.357,33	\$ 23.437,95	\$ 27.738,53	\$ 32.604,65
)					
(-) Gastos Administrativos	\$ 11.593,20	\$ 11.996,52	\$ 12.417,49	\$ 12.857,20	\$ 13.316,82
(= UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 4.414,54	\$ 7.360,81	\$ 11.020,46	\$ 14.881,33	\$ 19.287,83
)					
(-) Gastos Financieros	\$ 415,53	\$ 400,26	\$ -	\$ -	\$ -
(+ Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
)					
(-) Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(= UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 3.999,01	\$ 6.960,54	\$ 11.020,46	\$ 14.881,33	\$ 19.287,83
)					
(-) 15% Participación Trabajadores	\$ 599,85	\$ 1.044,08	\$ 1.653,07	\$ 2.232,20	\$ 2.893,18
(= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 3.999,15	\$ 5.916,46	\$ 9.367,39	\$ 12.649,13	\$ 16.394,66
)					
(-) Impuesto a la Renta				\$ 67,96	\$ 355,47
(= UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 3.399,15	\$ 5.916,46	\$ 9.367,39	\$ 12.581,17	\$ 16.039,19
)					

Análisis

Podemos observar en el estado de resultados ya proyectado, que en todos los años siguientes vamos a tener ganancia por lo tanto podemos contar con el lanzamiento y creación del producto.

Evaluación financiera

Indicadores

- **Valor actual Neto**

Nos ayuda a calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

$$\text{VAN} = \$ 28.015,52$$

VAN > 0: el valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida generara beneficios

VAN < 0: el proyecto de inversión generara pérdidas, por lo que deberá ser rechazado.

VAN = 0: el proyecto de inversión no generara ni beneficios ni pérdidas, siendo su realización, en principio, indiferente.

- **Tasa Interna de Retorno**

Es un indicador de la rentabilidad donde nos muestra la aceptación o rechazo de un proyecto.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

$$\text{TIR} = 65\%$$

TIR > k: el proyecto de inversión será aceptado.

TIR = 0: estaríamos en una situación similar a la que se producía cuando el VAN era igual a cero.

TIR < 0: el proyecto debe rechazarse.

- **Beneficio / Costo**

Es un rendimiento basado en el razonamiento de obtener mejores resultados al menor esfuerzo invertido.

$$\text{BENEFICIO/COSTO} = \$ 2,95$$

B/C > 1: Indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente el proyecto debe ser considerado.

B/C = 1: Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.

B/C < 1: Muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar.

Interpretación

Podemos ver que en la relación del beneficio – costo nos da un resultado mayor que la base 1, es decir; que el proyecto es considerado para su elaboración ya que por cada dólar invertido se obtiene 1,95 por lo tanto es viable y rentable la inversión.

- **Periodo de recuperación**

Es el tiempo requerido para que la empresa pueda recuperar lo que ha invertido al inicio.

Periodo de recuperación

AÑO = 1	0,213
MES = 2	2,556
DIAS = 16	16,68

BIBLIOGRAFÍA

Asteguieta. (2008).

Bomberos Saquisili http://www.bomberossaquisili.gob.ec/web_2017/. (s.f).
Recuperado el 22 de Marzo de 2018, de Bomberos Saquisili:
http://www.bomberossaquisili.gob.ec/web_2017/

Enciclopedia de las Inersiones. (s.f.). Recuperado el 22 de Marzo de 2018, de
Enciclopedia de las Inersiones: <http://www.inversion-es.com/plan-de-inversiones.html>

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual
<https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>. (s.f).
Recuperado el 22 de Marzo de 2018, de Instituto Ecuatoriano de la
Propiedad Intelectual: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>

Jack, F. (2000). *Negocios Exitosos*. En F. Jack, *Negocios Exitosos* (pág. 283).
McGraw Hill.

Kotler. (2008).

Lamb Chaarles, H. J. (2002). *Marketing*. En *Marketing* (pág. 301). International
Thomson Editores S.A.

Lazar, S. y. (2010).

Ley de compañías . (s.f.). Recuperado el 22 de marzo de 2018, de Ley de
compañías: http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf

Mankiw, G. (s.f.). *Principios de Economía*.

Montessori. (2015). Obtenido de Copitecnic: <http://www.copitecnic.com/blog/el-filtro/>

Piaget, J. (s.f.). *Nacimiento de la inteligencia en el niño*. Critica,200.

Saquisili, G. (s.f.). *GAD saquisili*. Recuperado el 22 de Marzo de 2018, de GAD
saquisili: <http://www.saquisili.gob.ec/>

Servicio de rentas internas
<http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>. (s.f.). Recuperado el 22 de
Marzo de 2018, de Servicio de rentas internas:

<http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>

Stanton William, E. M. (2004). Fundamentos de Marketing. En E. M. Stanton William, *Mercadotecnia* (pág. 303). Continental.

Stanton, E. y. (2002). *Marketing*.

Strickland, T. A. (2001). Administración Estratégica Conceptos y Casos. En T. A. Strickland, *Administración Estratégica Conceptos y Casos* (pág. 4). McGraw Hill.

Velayos, V. (2015). *Economipedia*. Recuperado el 22 de 03 de 2018, de Economipedia: <http://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

A

N

E

X

O

S