



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BANCA Y FINANZAS

**CONTRIBUIR AL SECTOR INMOBILIARIO MEDIANTE UN PROYECTO DE
FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
REVESTIMIENTOS, UBICADA AL NORTE DE QUITO.**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración en Banca y Finanzas**

Autor: Luis Alberto Morales Vaca

Tutor: Ing. Juan Guevara Samaniego.

Quito, Octubre 2014

DECLARATORIA

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

Luis Alberto Morales Vaca
CC 172025127-9

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**CONTRIBUIR AL SECTOR INMOBILIARIO, MEDIANTE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE REVESTIMIENTOS, UBICADA AL NORTE DE QUITO.** """, el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual,

esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

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

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c)

Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

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

f) _____
C.C. N° 172025127-9

CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Me gustaría primero agradecer a Dios por permitirme vivir y culminar parte de mi carrera profesional.

A mi tutor el Ing. Juan Guevara Samaniego quien con sus conocimientos, experiencias y paciencia lograron que pueda terminar con éxito este proyecto.

Por último agradecer al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, por ser el alma mater de mi vida educativa

Luis Morales

DEDICATORIA

A mis padres por ser parte fundamental en mi formación educativa y como persona, quienes con todo su esfuerzo me han apoyado en todos los sentidos y es por ellos que voy a culminar un escalón más en la escalera de la vida.

A mi esposa Estefy quien lleva a nuestro primogénito en su vientre, que ahora son el pilar fundamental en mi vida por quienes todos mis esfuerzos son satisfactorios, por quienes lucho queriendo ser mejor persona y profesional; ella quien dio todo su amor, apoyo, motivación y paciencia en estos años de estudio.

Luis Morales

Índice

Contenido

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	ii
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
Resumen ejecutivo.....	xiv
Abstract.....	xvi
CAPÍTULO 1 Introducción.....	1
1.01. Justificación.....	1
1.02 Antecedentes	4
CAPITULO 2	9
Análisis situacional	9
2.01. Análisis Externo.....	9
2.01.01 Factor económico	10
2.02. Microambiente	26
2.02.01 Clientes.....	26
2.02.02 Proveedores	27
2.03.03 Competencia directa.....	28
2.03.03 Competencia indirecta.....	29
2.03. Ambiente interno.....	30
2.03.01. Filosofía corporativa	31
2.03.02. Principios y Valores	31
2.03.02. Misión	33
2.03.03. Visión.....	33
2.03.04. Políticas	33
2.03.06. Gestión administrativa.....	35
2.01.05 Gestión operativa.....	39
2.03.06 Gestión comercial	41
2.04. Análisis FODA	45
CAPITULO 3	48

3.01. Estudio de Mercado	48
3.02. Análisis del consumidor	49
3.03. Determinación de la Población y la Muestra	50
3.05. Interpretación de los resultados	56
3.06. Calculo de la Demanda Actual	68
3.07. Análisis de la Oferta	69
3.08. Demanda insatisfecha	69
CAPITULO 4	70
4.01. Tamaño del proyecto	70
4.01.01 Capacidad instalada.	71
4.01.02 Capacidad óptima.	71
4.02. Localización	72
4.02.01. Macro localización	72
4.02.02. Micro localización	72
4.02.03 Localización optima.....	73
4.03. Ingeniería del producto.....	74
4.03.01. Definición del bien	74
4.03.02 Distribución de la planta	75
4.03.01 Distribución de la planta	77
4.03.02 Proceso productivo	82
4.03.03 Cuadro de activos.....	82
Capítulo 5	84
5.01 ingresos operacionales	85
5.01.01 MOD (mano de obra directa).....	85
5.01.02 MPD (materia prima directa)	86
5.01.03 CIF (costos indirectos de fabricación)	87
5.01.04 Cálculo de ingresos operacionales	88
5.02 Ingresos no operacionales	90
5.03.01 Costos directos.....	90
5.03.02 Costos indirectos.....	91
5.03.03 Gastos	92

5.04 Inversiones	96
5.04.02 Capital de trabajo	97
5.04.03 Depreciaciones	98
5.04.04. Amortización del diferido	99
5.04.05 Amortización del préstamo	99
5.04.06 Estado de Situación Inicial	100
5.04.07 Estado de Resultados Proyectado	102
5.04.08 Flujo de Caja	103
5.05 Evaluación financiera.	104
5.05.01 Tasa de descuento	104
5.05.02 Cálculo del VPN (valor presente neto)	105
5.05.03 TIR (tasa interna de rendimiento)	106
5.05.04 PRI (periodo de recuperación de la inversión)	107
5.05.05 RCB (relación costo beneficio)	108
5.05.06 Punto de equilibrio	109
Punto de Equilibrio	111
5.05.07 Análisis de índices financieros	112
CAPÍTULO 6	116
6.01 Impacto ambiental	116
6.02 Impacto económico	119
6.03 Impacto productivo	120
6.04 Impacto social	122
CAPÍTULO 7	123
7.01 Conclusiones	123
7.01 Recomendaciones	126
Anexos	128
Bibliografía/ web gráfica	135

Índice de gráficos

Grafico 1 Inflación	10
Grafico 2 Inflación mensual por divisiones de artículos Fuente BCE	11
Grafico 3 Tasa activa	13
Grafico 4 Tasa pasiva.....	14
Grafico 5 Crecimiento del PIB por sectores	16
Grafico 6 Población Económicamente Activa	18
Grafico 7 Desempleo en el Ecuador	20
Grafico 8 matriz BCG	30
Grafico 9 Planeación	35
Grafico 10 Organización.....	36
Grafico 11 Evaluación de 360º	39
Grafico 12 Gestión operativa	40
Grafico 13 Producto	41
Grafico 14 Plaza fuente googlemaps	43
Grafico 15 Tarjetas de presentación	44
Grafico 16 Dípticos	45
Grafico 17 Camisetas	45
Grafico 18 Preg 1.....	56
Grafico 19 Preg. 2.....	58
Grafico 20 Preg 3.....	59
Grafico 21 Preg 4.....	61
Grafico 22 Preg. 5.....	62
Grafico 23 Preg. 6.....	64
Grafico 24 Preg. 7.....	65
Grafico 25 Preg 8.....	67
Grafico 26 Micro localización	73
Grafico 27 Matriz triangular Elaborado por Luis Morales	76
Grafico 28 Área de atención al cliente.....	77
Grafico 29 Área de producción	78
Grafico 30 Bodega.....	78
Grafico 31 Área de comercialización y ventas	79
Grafico 32 Area administrativa	80
Grafico 33 Baño.....	80
Grafico 34 Distribución Final de la planta	81
Grafico 35 PE.....	111
Grafico 36 Carbonato	128
Grafico 37 Propiedades del Carbonato	128
Grafico 38 Máquina 1200Kg.....	129
Grafico 39 Máquina 1200kg.....	129
Grafico 40 Maquina 300kg.....	130

Grafico 41 Máquina 300Kg.....	131
Grafico 42 Grafiado tono claro	131
Grafico 43 Grafiado tono claro	132
Grafico 44 Grafiado tono fuerte	132
Grafico 45 Grafiado tono fuerte	133
Grafico 46 Aplicación de muestras	134

Índice de tablas

Tabla 1 Índices de inflación.....	10
Tabla 2 Tasa activa	13
Tabla 3 Tasa pasiva	14
Tabla 4 Industrias Fuente BCE.....	17
Tabla 5 Población Económica Activa.....	18
Tabla 6 Matriz clientes	27
Tabla 7 Matriz de proveedores	28
Tabla 8 matriz de competencia directa	28
Tabla 9 matriz de productos sustitutos	29
Tabla 10 Precio.....	42
Tabla 11 Matriz Oportunidades y Amenazas	46
Tabla 12 Matriz Fortalezas y Debilidades	47
Tabla 13 Preg. 1.....	56
Tabla 14 Preg. 2.....	57
Tabla 15 Preg. 3.....	59
Tabla 16 Preg. 4.....	60
Tabla 17 Preg. 5.....	62
Tabla 18 Preg. 6.....	63
Tabla 19 Preg. 7.....	65
Tabla 20 Preg. 8.....	66
Tabla 21 Demanda proyectada	68
Tabla 22 Demanda proyectada	69
Tabla 23 Demanda insatisfecha	69
Tabla 24 Capacidad instalada.....	71
Tabla 25 Capacidad optima.....	71
Tabla 26 Distribución de la planta	75
Tabla 27 Razones de cercanía	76
Tabla 28 Código de cercanía	76
Tabla 29 Proceso productivo	82
Tabla 30 Cuadro de activos.....	83
Tabla 31 MOD	85
Tabla 32 MPD.....	86
Tabla 33 MPD.....	87
Tabla 34 CIF.....	87
Tabla 35 Ingresos operacionales.....	88
Tabla 36 Ingresos operacionales.....	88
Tabla 37 Ingresos proyectados	89
Tabla 38 Costo directo	91
Tabla 39 Costos indirectos	91
Tabla 40 Gasto de personal	92

Tabla 41 Materiales de aseo y limpieza	93
Tabla 42 Suministro de oficina.....	93
Tabla 43 Gasto de venta	94
Tabla 44 Proyección de costos y gastos.....	94
Tabla 45 Gastos administrativos proyectados	95
Tabla 46 Gasto de venta proyectado	96
Tabla 47 Cuadro de inversiones.....	97
Tabla 48 Depreciaciones	98
Tabla 49 Amortización del diferido	99
Tabla 50 Amortización del préstamo	100
Tabla 51 Estado de situación inicial	101
Tabla 52 Estado de resultados proyectado.....	102
Tabla 53 Flujo de caja.....	104
Tabla 54 Cálculo de la tasa de descuento o Tmar.....	105
Tabla 55 VPN.....	105
Tabla 56 TIR.....	106
Tabla 57 PRI.....	107
Tabla 58 RCB	108
Tabla 59 Proyección de costos anuales	109
Tabla 60 Datos PE.....	110
Tabla 61 PE.....	111
Tabla 62.....	119

Resumen ejecutivo

Con este proyecto se necesita saber cuál es la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la fabricación de revestimientos, se emprende este proyecto con los siguientes antecedentes: el país existe un alto crecimiento de la población en la ciudad de Quito y la gran demanda de vivienda que existe, el sector de la construcción es uno de los sectores que más ha crecido en el país y uno de los mayores aportes al producto interno bruto del mismo.

Este estudio empieza por analizar los factores internos y externos que afectaran al desarrollo del mismo los cuales después de un análisis FODA se determinó que es viable ya que la mayoría de sus indicadores son oportunidades y fortalezas.

En este proyecto se desea saber cuál será la aceptación del producto, la herramienta utilizada es la encuesta aplicada a una muestra de 191 constructoras las cuales nos da una idea más general de la factibilidad del proyecto y que arroja datos motivadores para la implementación del presente proyecto La implementación de un área de trabajo es importante, porque es allí donde van a desempeñar sus funciones los trabajadores de esta organización, quienes son los encargados de sacar adelante.

Se determina cuáles serán sus costos y sus gastos, para poder conocer a qué precio se vende los productos, y cuál es su proyección alrededor de los 5 años siguientes los cuales serán la vida útil del proyecto, a través de los indicadores financieros como:

TIR(tasa interna de rendimiento) VPN(Valor presente neto) PRI (periodo de

recuperación de la inversión) y el punto de equilibrio se demuestra que en proyecto es totalmente rentable y que tiene un periodo corto de la recuperación de su inversión

El presente proyecto tiene impactos tales como el ambiental que es relativamente bajo con relación a las demás industrias la empresa en sí no afecta directamente al medio ambiente pero trae tras de ella la extracción de su materia prima los cuales ya tienen sus impactos ya definidos y aceptados por la sociedad; el impacto económico es el aporte que va a ocasionar a todos los integrantes de la organización, la creación de fuentes de trabajo, ayuda a la disminución del desempleo; el impacto productivo esta en apoyar al cambio de la matriz productiva con la elaboración de un producto hecho de buena calidad y con la opción de aprobar los estándares internacionales para su exportación.

Abstract.

This project needs to know the feasibility of creating a small business dedicated to the manufacture of coatings, this project is undertaken with the following background: The country has a high population growth in the city of Quito and the high demand housing exists, the construction sector is one of the fastest growing sectors in the country and one of the greatest contributions to the gross domestic product of the same.

This study begins by analyzing the internal and external factors affecting the development of the same which after a FODA analysis determined that it is feasible since most of its indicators are opportunities and strengths.

In this project we want to know what the product acceptance, the tool used is the survey of a sample of 191 construction which gives us a general idea of the feasibility of the project and it throws motivators data for the implementation of this project the implementation of a workspace is important, because that is where they will perform their duties employees of this organization, who are in charge of pushing through.

It determines which costs and expenses shall, in order to know at what price the product is sold, and what is your forecast about the next 5 years which will be the life of the project, through financial indicators such as TIR (internal rate of return) NPV (net present value) PRI (payback period of investment) and the equilibrium point is demonstrated that the project pays for itself and he has a short period of return on investment

This project has environmental impacts such as which is relatively low compared to other industries the company itself does not directly affect the environment but it brings after the extraction of raw materials which already have their impacts already defined and accepted by society; the economic impact is the contribution which will cause all members of the organization, creating jobs, help lower unemployment; productive impact in supporting this change in the production matrix with the development of a product made of good quality and with the option of adopting international standards for export.

CAPÍTULO 1 Introducción

1.01. Justificación

En la actualidad los revestimientos son de mucha utilidad y que no solo sirve como acabado sino que protegen de manera duradera, contra la humedad, la suciedad, el desgaste además que actúa como aislante de ruidos externos.

El implementar una micro empresa dedicada a la fabricación de revestimientos va a requerir financiar para implementar o equipar la pyme de tal forma que la inversión sea rentable y la microempresa gane prestigio por la calidad de sus productos y la atención a sus clientes.

Se va a analizar el estudio interno con sus debilidades y fortalezas donde se aprovechará estos aspectos al máximo; y también el entorno externo con sus amenazas y oportunidades para ver la factibilidad del proyecto

El estudio de mercado es enfocado a las grandes constructoras que tienen proyectos en la ciudad, en manos de ellos van a estar la estabilidad de la micro empresa porque en las constructoras son los potenciales clientes.

La elaboración del producto es a base de una fórmula que variara de acuerdo al color y características técnicas que requiera el cliente, para ello se necesitara mantener siempre en stock materia prima, y liquidez por cualquier eventualidad que pueda ocurrir en la operatividad de la empresa, se planteará una planificación adecuada al entorno y estrategias que sean eficientes.

La gran demanda de personas buscando una vivienda origina que el sector inmobiliario crezca y esto hace que se requiera la implementación de una empresa dedicado a la fabricación de revestimientos para todos estos proyectos inmobiliarios.

Este proyecto es factible en la medida de que el ámbito financiero sea optimo y mantenga liquidez porque las empresas necesitan siempre estar en constante movimiento para no quedarse fuera del ambiente competitivo que existe en la actualidad. Tener en stock siempre la materia prima requerida para su elaboración.

Las empresas de producción necesitan mucho de los proveedores, los cuales tienen la tarea de hacer entregas a tiempo y para ello es necesaria la financiación de nuestra empresa ya que no es conveniente endeudarse en grandes cantidades para poder minimizar los costos de producción y por ende el precio de venta al público.

La liquidez con la que cuente una empresa va a ser importante porque de ello va a depender que se tenga una estabilidad económica y las ventas nos generen mayor rentabilidad.

Se ha determinado que en el sector norte de Quito se implementara el proyecto de factibilidad para la fabricación de revestimientos, ya que es un sitio en el cual existe un gran movimiento en el sector de la construcción (11% de crecimiento), además que es allí donde se congrega las personas con un mejor nivel socioeconómico, y los barrios son de carácter residencial.

A partir del año 2014 y en adelante considerando que se quiere dar un nuevo enfoque a la economía del país cambiando la matriz productiva, dejando de ser un país exportador de materia prima, y empezar a exportar materia elaborada. Se va a elaborar este proyecto porque también transforma la materia prima en un producto elaborado.

Con esto se busca ayudar a embellecer el paisaje de Quito especialmente de sus edificios, con una infinidad de colores y con una calidad que perdure. Quito es

una ciudad que se encuentra en expansión y con una gran cantidad de proyectos inmobiliarios en creación y otros en remodelación, entonces con este proyecto se pretende darle el toque final a todos aquellos proyectos y que se vean siempre atractivos, entonces nosotros ofreceremos nuestro producto el cual es duradero en el tiempo y no requiere de mantenimiento por un largo tiempo.

Los beneficiados principalmente la microempresa que va a estar financieramente saludable, que no tenga que recurrir a préstamos con altos intereses ni tener problemas financieros, que pueda tener un buen volumen de ventas, obtener mayor rentabilidad, generar utilidades.

Existe un pequeño grupo de personas que salen beneficiadas, como por ejemplo: los trabajadores que tengan buenas remuneraciones, proveedores y empresas aliadas que en el camino puedan transcurrir, Dentro de los beneficiarios indirectos están las entidades como el servicio de rentas internas ya que aumentarían el pago de los impuestos además del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, y las familias de los trabajadores.

1.02 Antecedentes

A partir de que el hombre se volvió sedentario surgió la necesidad de una vivienda, desde entonces cada vez se construyen viviendas más sofisticadas, modernas, y que alberguen al mayor número de personas posible.

En el Ecuador el desarrollo arquitectónico va acorde a la modernidad, todas las viviendas que se construyen cada vez buscan ser más atractivas y dar una nueva perspectiva a las ciudades y todas ellas buscan dar una historia y que perduren en el tiempo y que permitan el desarrollo en las urbes.

A través del tiempo se destacan edificios, casas, urbanizaciones que han sido parte de la historia del Ecuador. Hasta la mitad del siglo XX todas las construcciones eran de tipo tradicionales y que no permitían una consolidación urbana, después de una capitalización las ciudades empiezan a agrandarse y a dar un tinte más moderno, sobre todo en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca que empiezan a darse los principales planes de vivienda con la instauración del Sistema Mutualista en 1962, la Junta Nacional de Vivienda en 1973 y el Sistema de Seguridad Social, que fueron los que apoyaron a la clase media en la creación de sus proyectos que primordialmente era el hacer su propia casa individual.

El concepto de vivir en comunidad se ha originado con el tiempo a causa de el alto costo de la vivienda, el alto valor y la escasez del suelo, es ahí cuando se empiezan a construir edificios, a dar un cambio en la imagen de las urbes, en el caso de Quito empieza a expandirse hacia el norte y el sur con edificios de altura, esto a partir de los años 80 y que termina declinando con la crisis de la banca privada en 1998 quienes eran los artífices de los créditos para la clase media alta.

La gran demanda que existe en aquel tiempo hace que aparezcan los condominios, edificios de departamentos, las urbanizaciones cerradas como por ejemplo en el Condado, Campo Alegre, El Batán, San Carlos, y que concluye con la crisis antes mencionada que no solo afectó a la construcción sino que también a todos los sectores del país, como consecuencia de aquello queda altas tasas de interés, variación en el costo del suelo y un alto índice de pobreza.

Luego de todo esto empieza un periodo de estabilidad económica promovido por la dolarización que genera que las empresas se hagan más sólidas y que los ingresos de la población sean más estables, entonces las personas empiezan a invertir en proyectos inmobiliarios y a adquirir bienes inmuebles con políticas de financiamiento que crea el gobierno como el Bono de Vivienda, créditos hipotecarios que concede la seguridad social.

En la época moderna se dan cambios en la arquitectura dándole a la vivienda una gran variedad de acabados a nivel de fachada así como de color o texturas. El Banco Central del Ecuador da cifras en cuanto al Producto Interno Bruto y manifiesta que entre los sectores que ha sufrido un mayor desarrollo económico está el de la construcción, esto se debe a la estabilidad económica y que hace un lugar propicio para los inversionistas en general, además del apoyo del MIDUVI el Banco Ecuatoriano de Vivienda, y el Banco de IESS, que se suman a la inversión en obras de infraestructura, y que considerando el Plan de Buen Vivir del Gobierno actual va

a fortalecer a este sector para la creación de vivienda además de la salud con la construcción de hospitales, educación (escuelas y colegios) y que dentro de este contexto va a dar un desarrollo en el país

En Quito el crecimiento demográfico ha sido inmensurable esto se debe al crecimiento económico y al de la migración de las personas hacia la ciudad (se espera que para el año 2020 la población superará los 3'300.000 hab en el Distrito Metropolitano de Quito) esto va generar una gran demanda de viviendas, y por ende varios proyectos inmobiliarios.

Empresas grandes que se dediquen a la fabricación de revestimientos existen muchas como por ejemplo: Condor, ("Condor Industria Química Borja & Leib" fue fundada el 26 de abril de 1939 en la ciudad de Quito por los accionistas Coronel Pablo Borja y el técnico alemán Teodoro Finkelstein) (condor, 2014). Pintulac (Pintulac nace en 1984, con permanente vocación de servicio y asesoría personalizada convirtiéndose en la mejor alternativa dentro del mercado de pinturas y anexos de la construcción.) (pintulac, 2014) Sika, etc. Que ello fabrican revestimientos como son: la pintura y el empaste o estuco y a los que se va a dedicar esta microempresa es a la fabricación de "grafiado" que es mucho más resistente y al igual que la pintura se le puede dar una infinidad de colores.

Lo que más existe son microempresas que se dedican a la fabricación del "grafiado" y también los propios pintores lo hacen, pero ellos lo hacen empíricamente y con materia prima básica. Pero lo que se va a usar en la elaboración de este producto es una formula diferente lleno de color, a gusto del consumidor, y de una calidad insuperable.

El grafiado es un producto que se aplica en las paredes puede ser en el interior o en el exterior de la misma, cuando sale de su preparación esta en forma líquida y luego de su aplicación se seca y se hace dura, se puede hacer de una gran variedad de colores, y gracias a que posee piedras muy pequeñas las cuales hay de 5 tamaños se le puede dar diferente tipo de textura a la pared y diseño

CAPITULO 2

Análisis situacional

2.01. Análisis Externo

El análisis externo es el que da los datos referente a si existe oportunidades o amenazas para la creación de este proyecto, es también conocido como análisis del entorno, y son aquellos que no podemos controlar, pero si vamos a revelar cuáles son las oportunidades que podría ayudar a este proyecto y amenazas las cuales podrían ser perjudiciales, con todo el análisis que dé como resultado el análisis externo se planteará estrategias donde se aprovecha las oportunidades y estrategias para eludir las amenazas. También hay que tomar en cuenta que este entorno está en constante cambio y un análisis que se pueda hacer hoy puede no servir mañana ya que está en constante cambio y para que una organización sea competitiva se debe realizar esta tarea constantemente.

2.01.01 Factor económico

Para conocer la situación económica que influye directa o indirectamente en el proyecto y cuál va a ser el impacto del entorno externo.

2.01.01.01 índices de Inflación

Inflación en el Ecuador	Columna1
Fecha	Valor
may-14	3,41
dic-13	2,7
dic-12	4,16
dic-11	5,41
dic-10	3,33
dic-09	4,31

Tabla 1 Índices de inflación

Elaborado por Luis Morales

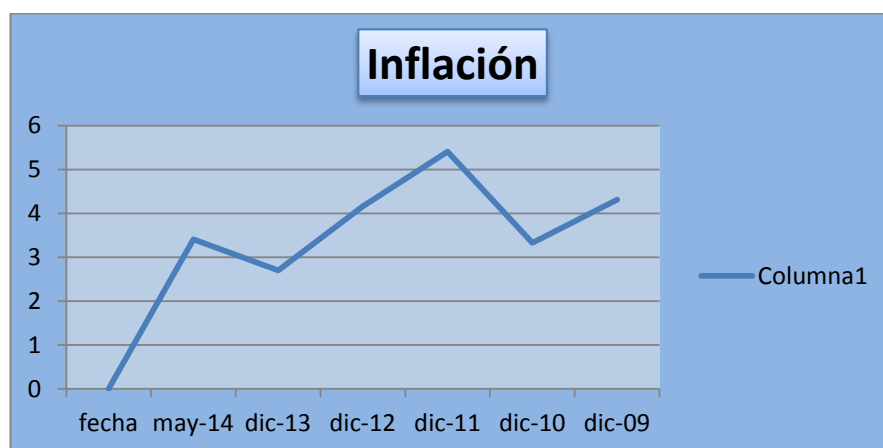


Grafico 1 Inflación

Elaborado por Luis Morales

Análisis

La inflación es un aumento en el precio de bienes y servicios durante un periodo determinado. En la elaboración del proyecto esto representa una amenaza si es que existe una inflación muy alta, se dice que es mala cuando la inflación alcanza dos cifras pero en Ecuador "En enero de 2014, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) registró las siguientes variaciones: 0,72% la inflación mensual; 2,92% la anual y 0,72% la acumulada; mientras que para el mismo mes en el 2013 fue 0,50% la inflación mensual; 4,10% la anual y 0,50% la acumulada." (Inec, 2014).

Inflación mensual por divisiones de artículos

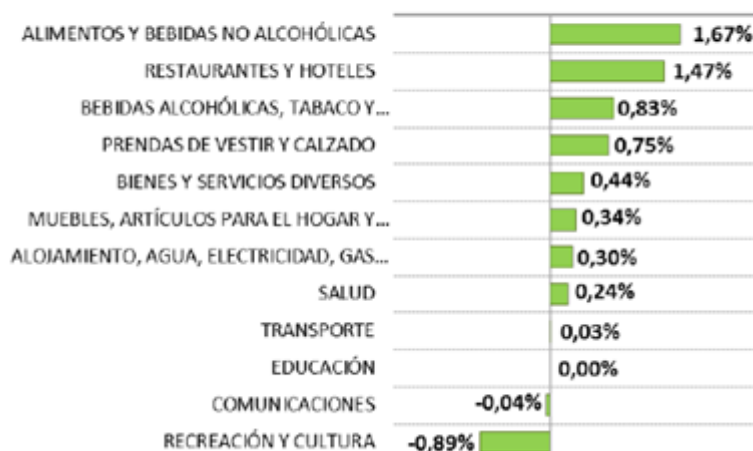


Grafico 2 Inflación mensual por divisiones de artículos Fuente BCE

Elaborado por Luis Morales

Análisis

Alrededor del 0.38% en promedio de los artículos que se utilizan para la elaboración del producto en este proyecto como son el uso de los bienes y servicios, artículos para el hogar, agua electricidad etc. Este es un buen indicador no está muy alto estos valores los cuales puedan representar una amenaza significativa

2.01.01.02 Tasas de interés

Son valores que se paga o cobra una entidad financiera por los créditos o por la custodia del dinero "La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube." (BCE, 2014) Existen dos tipos de tasas de interés: la tasa activa y la tasa pasiva.

2.01.01.02.01 Tasa Activa

"La tasa activa o de colocación, es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados." (BCE, 2014) En resumen es la tasa que cobran las entidades financieras por los préstamos que otorga a sus usuarios, esta siempre es mayor ya que con la diferencia entre la tasa activa y la pasiva es como ellos pagan sus costos de funcionamiento.

fecha	valor
31/12/2009	9,19
31/12/2010	8,68
31/12/2011	8,17
31/12/2012	8,17
31/12/2013	8,17
01/07/2014	8,21

Tabla 2 Tasa activa

Elaborado por Luis Morales

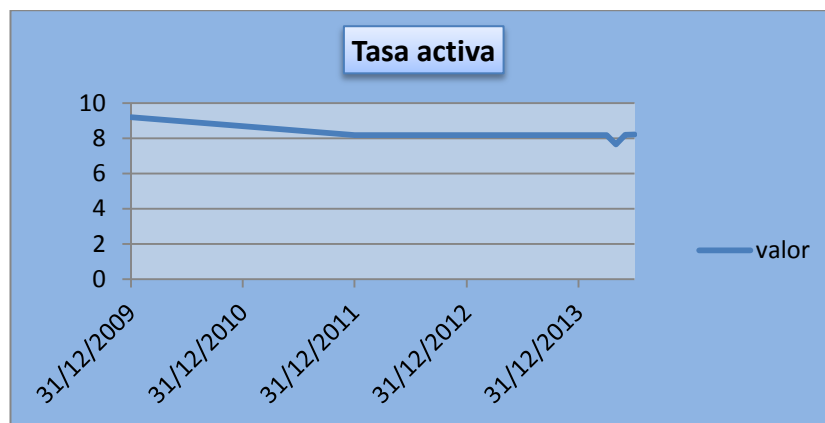


Grafico 3 Tasa activa

Elaborado por Luis Morales

2.01.01.02.02 Tasa Pasiva

"la tasa pasiva o de captación, es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado" (BCE, 2014) esta tasa al contrario que la activa es la que las entidades financieras pagan por la custodia del dinero de

sus usuarios, esta es menor a la tasa activa, con el dinero que se deposita se hacen inversiones, o se dan créditos a las personas que lo necesitan.

fecha	valor
31/12/2009	5,24
31/12/2010	4,28
31/12/2011	4,53
31/12/2012	4,53
31/12/2013	4,53
01/07/2014	4,98

Tabla 3 Tasa pasiva

Elaborado por Luis Morales

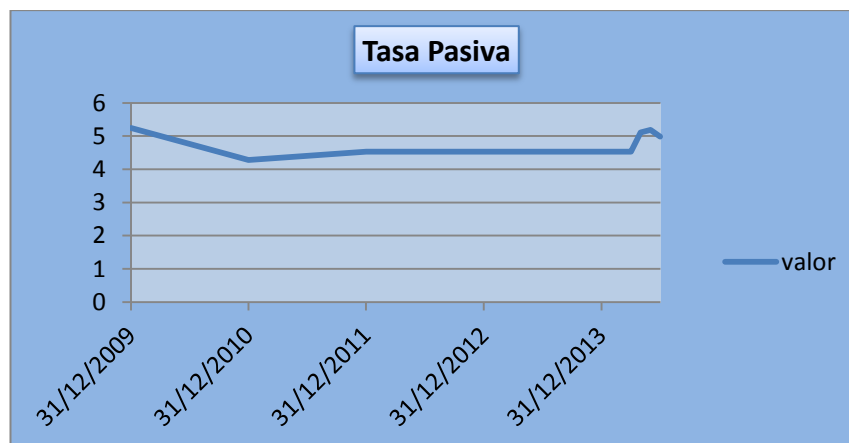


Grafico 4 Tasa pasiva

Elaborado por Luis Morales

Análisis

Para financiar este proyecto una de las principales ideas es a base de una entidad financiera, ya que se ve como una oportunidad desde el punto de vista que al solicitar un préstamo la tasa activa es de 8,21% y el margen de rentabilidad sugerido en el Ecuador es del 35% de ganancia. Entonces desde esta perspectiva se existiría un margen de rentabilidad del 26,79%. Y esta rentabilidad se invertirá en la empresa misma para mejoras, y un porcentaje ira a las entidades financieras para que generen una ganancia de 4,98 % que es la actual tasa pasiva.

2.01.01.03. P.I.B (Producto Interno Bruto)

Es lo que resulta de la contabilidad nacional y este se formula a través de un valor pecuniario que resulta de la demanda final de la producción de bienes y servicios de un determinado país. Dentro del estudio de un proyecto de factibilidad es importante estudiar esta medida macroeconómica porque nos da una idea de la situación en la que se encuentra la región donde va a aplicarse el proyecto, si está en crecimiento (PIB), es un lugar propicio para emprender ya que nos garantiza que la economía está en buen camino y representa una oportunidad para el mercado.

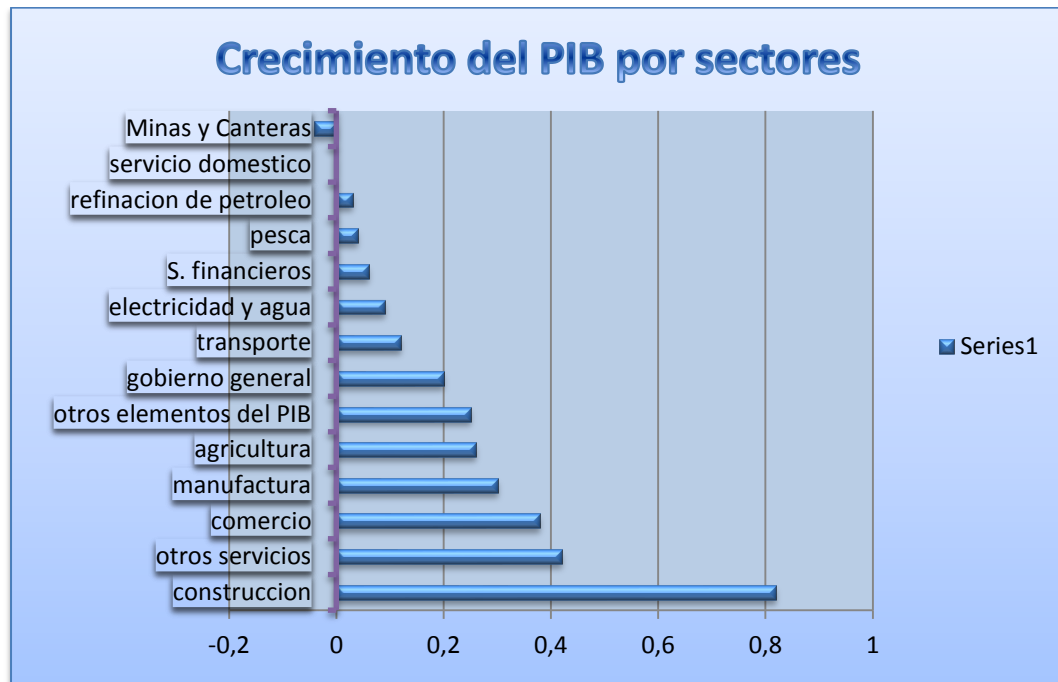


Grafico 5 Crecimiento del PIB por sectores

Elaborado por Luis Morales

Análisis

El presente proyecto está ligado al sector de la construcción, el cual en los últimos años representa un crecimiento en el pib de 0.82 y es un sector donde se evidencia uno de los grandes crecimientos de la economía del país

INDUSTRIAS	2012	2013
	MILL USD	MILL USD
Otros Servicios	20.242	22.067
Explotación de minas y canteras	12.140	11.602
Construcción y obras públicas	8.412	9.398
Comercio al por mayor y al por menor	8.454	9.133
Industrias manufactureras (excluida ref. petróleo)	6.769	7.345
Transporte y Almacenamiento	4.433	5.019
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4.484	4.787
Otros elementos del PIB	4.029	4.305
Servicios gubernamentales	3.672	3.953
Servicios de intermediación financiera	2.010	2.203
Suministros de electricidad y agua	582	625
Servicio doméstico	78	84
Serv. Intermediación Financiera	-2.075	-2.307
Producto Interno Bruto - PIB	73.232	78.216

Tabla 4 Industrias Fuente BCE

Elaborado por Luis Morales

Análisis

El sector de la construcción es uno de los mejores aportes que hace al país con 9.398 millones de dólares, es una oportunidad alta porque cuando el PIB del sector esta alto es una buena oportunidad de emprender un proyecto y cada año sigue en crecimiento

2.01.01.04 PEA Población Económicamente Activa

Población económicamente activa es el conjunto de personas de 12 años y más que tienen una ocupación remunerada o no, que en un período determinado han trabajado por lo menos una hora semanal, las que buscan empleo por primera vez y las que están cesantes y buscan trabajo. (www.inec.gob.ec, 2011)

Año	Desocupados	Sub ocupados	Ocupación plena
2008	7,3	48,8	43,6
2009	7,9	50,5	38,8
2010	6,1	47,1	45,6
2011	5,1	44,2	49,9
2012	5	39,8	52,1
2013	4,9	43,3	51,5

Tabla 5 Población Económica Activa

Elaborado por Luis Morales

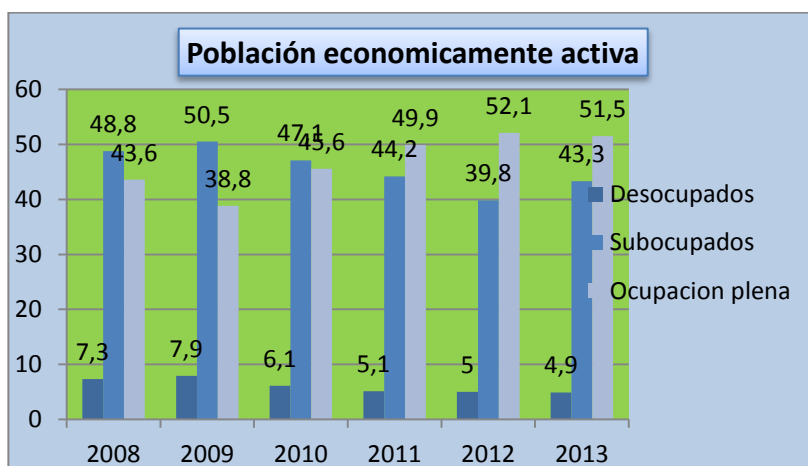


Grafico 6 Población Económicamente Activa

Elaborado por Luis Morales

Análisis

De acuerdo al grafico los indicadores que interesan son los del subempleo o del desempleo ya que entre los dos casi iguala al de la ocupación plena entonces estamos casi en el 50% de la población económicamente activa que puede requerir un puesto de trabajo entonces representa una oportunidad de carácter alto para requerir personal

2.01.01.05 Tasa de desempleo

Es un indicador el cual da referencia a la población económicamente activa que no tiene trabajo y por ende no tiene un salario. Ecuador tiene la tasa de desempleo más baja de Latino América.

A partir del 2010 el desempleo en ecuador se ha mantenido constante con porcentajes que varían entre 4.0% y 4.43% como lo indica el siguiente grafico

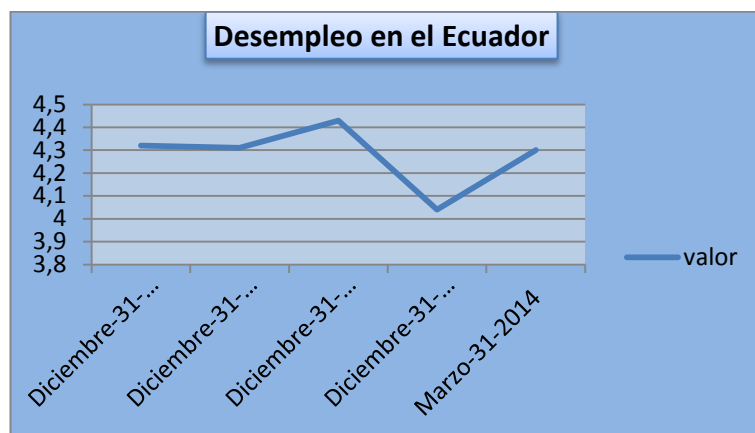


Grafico 7 Desempleo en el Ecuador

Elaborado por Luis Morales

La tasa de desempleo en el Ecuador es variable, pero la tendencia es a la baja, en el sector de la construcción es donde alberga una gran parte de la población económicamente activa, y buscan ahí una buena alternativa de empleo. Para este proyecto que está dentro del sector de la construcción es una oportunidad ya que siempre existirá mano de obra disponible, además que con el presente proyecto se pretende reducir el desempleo, y calificar al personal para que exista un buen trabajo dedicado a los clientes.

2.01.01.06 Factor Legal

La empresa M&V REVESTIMIENTOS dedicada a la fabricación y comercialización de revestimientos será constituida como una microempresa la cual

debe obtener su número de RUC (Registro Único de Contribuyentes) y una calificación artesanal.

El entorno actual legal es incierto ya que en los últimos tiempos existe diversos cambios referentes a lo que se refiere en leyes y normativas, y también existe un apoyo a la innovación y producción de calidad para exportación. De esta forma una empresa debe adecuarse a diversas políticas fiscales, tributarias y de permisos de funcionamiento que se deben implementar para el normal funcionamiento de la empresa.

Requisitos para la obtención del RUC:

- Original de la cedula de identidad o de ciudadanía
- Original del certificado de votación
- Original y copia de planilla de servicio básico(agua, luz, teléfono)
- Original y copia del estado de cuenta bancaria, de tarjeta de crédito o de telefonía celular.
- Original y copia de la factura por el servicio de televisión pagada o servicio de internet.
- Original y copia de cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente.
- Original y copia del contrato de arrendamiento.
- Original y copia de la escritura de compra venta del inmueble; u original y copia del certificado del registro de la propiedad.

-
- Contrato de concesión comercial o contrato en comodato
 - Original y copia de la certificación de la junta parroquial más cercana al lugar del domicilio.
 - Calificación artesanal emitido por el organismo competente: Junta Nacional Del Artesano o MIRO

Requisitos para obtener la calificación artesanal:

- Solicitud de la Junta Nacional De Defensa Del Artesano (Adquirir el formulario de la junta)
- Copia del título artesanal
- Carnet actualizado del gremio juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos
- Copia de cedula de ciudadanía
- Copia de la papeleta de votación
- Foto a color tamaño carnet
- Tipo de sangre

Patente Municipal

- Copia de cedula de ciudadanía
- Copia de papeleta de votación
- Copia del RUC

Licencia Metropolitana Única Para El Ejercicio De Actividades Económicas

-
- Copia del RUC
 - Copia de cedula de ciudadanía
 - Copia de papeleta de votación

Permiso de Bomberos

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal

Según la Constitución del Ecuador en sus artículos refiere lo siguiente: " Art.

319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social." (Ecuador, 2008)

Lo cual significa que el estado ecuatoriano garantizará que la implementación de una microempresa tendrá el apoyo de su parte, para que promueva el buen vivir garantizando un trabajo digno para todos los ecuatorianos.

El Código de la Producción coincide con lo que dice el Plan del Buen Vivir que consiste en cambiar la matriz productiva y que el Ecuador no solo venda productos primarios, sino que venda una gran variedad de productos elaborados o terminados, para así ser competitivos en el mercado internacional.

Según la ley de los artesanos les confiere los siguientes beneficios (Artesano, 2013)

BENEFICIOS

La Ley de Defensa del Artesano concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

LABORALES

- Exoneración de pago de decimotercero, decimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices

- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas

SOCIALES

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar
- No pago de fondos de reserva

TRIBUTARIOS

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- Exoneración del pago del impuesto a la renta
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal

2.01.01.07 Factor tecnológico

En el entorno empresarial la tecnología es de mucha utilidad para reducir los tiempos, incrementar los ingresos y ayudar en los procesos. Permite a las empresas no quedar rezagadas y mantenerse a la vanguardia en los nuevos tiempos. La

comunicación y la tecnología van de la mano con esto, también las empresas buscan agilizar la comunicación mediante la tecnología,

En la microempresa M&V REVESTIMIENTOS el factor tecnológico es muy importante ya que influye en los resultados y la eficiencia de la empresa. Además que sirve para ser más competitivos y renovarse a medida que la tecnología avanza. Para la elaboración de los productos en esta microempresa se van a usar dos tipos de maquina echas artesanalmente, la una es una maquina en forma de tanque movida por un motor reciclado de volqueta, la otra máquina también usa un motor reciclado de menor capacidad que la anterior y esta sirve para mesclar la pintura y pequeños pedidos.

Los equipos de computación para la comunicación y la agilización de los trámites internos y la mejora de procesos.

2.02. Microambiente

2.02.01 Clientes

Es lo más importante dentro de una organización que se dedica a brindar servicios o productos. Y son las personas que están en capacidad de adquirir estos

bienes o servicios para satisfacer sus necesidades a cambio de dinero o pecunio, o de otro bien.

Los clientes a los que se va a dirigir principalmente son las constructoras y las inmobiliarias porque los proyectos a los que se dedican son de gran magnitud y puede abastecer y dar trabajo en grandes cantidades.

MATRIZ DE CLIENTES		
NOMBRE	NUMERO DE PROYECTOS	TELÉFONO/PAGINA WEB
URIBE & SCHWARZKOPF	17	www.viviendaexpress.com
LA CORUÑA INMOBILIARIA	21	www.lacoruna.com.ec
ALVAREZ BRAVO	7	www.viviendaquito.com
URBICASA	4	www.urbicasa.ec
PROAÑO PROAÑO	3	www.provivienda.com.ec
CEVALLOS CONSTRUCTORA	4	www.cevallosconstructora.com
EDIFICAR S.A.	3	www.edificar.com.ec
RIVADENEIRA BARRIGA	8	www.nuestravivienda.com

Tabla 6 Matriz clientes

Elaborado por Luis Morales

2.02.02 Proveedores

"Es la persona que surte a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad" (e-economic, e-economic, 2014). Los proveedores pueden ser también empresas que son los productores de un bien, los cuales sus productos salen al menor precio del mercado.

MATRIZ DE PROVEEDORES		
NOMBRE	TIPO DE PRODUCTO	DIRECCIÓN
LACEC	carbonato de calcio, grano de mármol	Manuel Ambrosi E6-176 Y Av. Eloy Alfaro
PINTULAC	tintes(ocre, caoba, negro),espesante	todas las sucursales
DISTRIBUIDORA QUÍMICA	Solución	Av. América N17-23 y Asunción
MINERVA	Tintes	Vicente duque y Juan de Celis
AMBIENTALTEC	Resina, espesante, talco, propileno	CALLE EL ARENAL LOTE NO. 140 Y PANAMÁ

Tabla 7 Matriz de proveedores

Elaborado por Luis Morales

2.03.03 Competencia directa

Son empresas o negocios que se dedican al mismo giro de negocio entre sí, y que actúan sobre el mismo mercado, esto conlleva a que ambas empresas busquen los mismo clientes.

MATRIZ DE COMPETENCIA DIRECTA		
NOMBRE	TIPO DE PRODUCTO	DIRECCIÓN
REVESTIZA	grafiado rullato	
REVESTIMIENTOS WASHOR	grafiado rullato	pasaje B y Ángel ludeña
PINTULAC	Pinturas, empastado.	Todas las sucursales
PINTURAS CÓNDOR	Pinturas, empastado.	cusubamba y manglar alto

Tabla 8 matriz de competencia directa

Elaborado por Luis Morales

2.03.03 Competencia indirecta

Son los competidores que buscan satisfacer las necesidades de los clientes y ofrecen productos sustitutos al que se oferta.

MATRIZ DE PRODUCTOS SUSTITUTOS		
KERAMIKOS	cerámicas para paredes	Héroes de Verdeloma N 9-22 y Fco Tamaríz
DECORTEJA	Fachaleta	García Moreno 8-29 entre Juan José Flores y Gerónimo Carrión
GRAIMAN	cerámicas para paredes	Av. 6 de diciembre N49-150 y Cucardas
DEKORANDO	construcción en vidrio	AV. AL PARQUE OE7-154

Tabla 9 matriz de productos sustitutos

Elaborado por Luis Morales

2.03.03.01 Matriz BCG

La matriz BCG organiza a los productos de acuerdo a su importancia que tiene en el mercado.

PRODUCTO ESTRELLA

El grafiado



PRODUCTO VACA LECHERA

El rullato



PRODUCTO INTERROGANTE

Empaste



PRODUCTO PERRO

La pintura



Grafico 8 matriz BCG

Elaborado por Luis Morales

2.03. Ambiente interno

El análisis del ambiente interno de una empresa define los lineamientos a realizarse y es un supuesto futuro el cual se va a manejar la organización con sus fortalezas y debilidades.

2.03.01. Filosofía corporativa

La calidad y el rendimiento es un eje fundamental de nuestro producto, hecho con la mejor materia prima del mercado nacional, realizado por un gran equipo de trabajo poseedores de valores y conocimiento en la elaboración de revestimientos.

2.03.02. Principios y Valores

2.03.02.01. Principios

"Son reglas o normas de conducta que orientan la acción de las personas, son normas de carácter general del ser humano, que apoyan su necesidad de desarrollo y felicidad". (Mizquiz, 2010)

Calidad.- un producto de calidad garantiza la permanecía de un cliente y hace sentir bien el hecho de entregar un buen producto y que sea de satisfacción.

Trabajo en equipo.- esto permite que haya compañerismo a la hora de cumplir con grandes proyectos es importante trabajar todos en conjunto para cumplir con las metas.

Ahorro.- No despilfarrar recursos aprovechar al máximo todos y cada uno de los productos de la materia prima.

Perseverancia.- en ocasiones hay que elaborar el producto de un color poco común, y persistir hasta obtener lo necesitado es uno de los principios fundamentales para la satisfacción del cliente

2.03.02.02. Valores

Tiene que ver con la ética, y son uno de los ejes primordiales dentro de una organización, es un compromiso con la empresa para cumplir íntegramente con su finalidad.

Puntualidad.- el valor de la entrega a tiempo del producto, entrada y salida de los empleados a tiempo, es importante sobre todo para los clientes

Responsabilidad.- la responsabilidad social, dar a los empleados una estabilidad laboral con sus respectivos beneficios para que estén a gusto y generen mayor productividad, responsabilidad ambiental, es importante en estos tiempos tener un compromiso con el medio ambiente para su preservación y para con los clientes entregar un producto de calidad.

Honestidad.- en la elaboración de revestimientos el personal tiene que ser bien honesto para poner todos y cada uno de los componentes en la medida justa para que salga un producto de calidad y también de parte de los directivos con las cuentas claras esto es un eje fundamental para generar confianza y la credibilidad de la empresa.

2.03.02. Misión

La empresa M&V REVESTIMIENTOS se dedica a la producción y comercialización de revestimientos de calidad y a brindar una asesoría adecuada para el sector de la construcción y el público en general en el distrito metropolitano de Quito, basándose en una conducta empresarial, ética, una filosofía de mejoramiento continuo y honestidad, que permita ser competitiva en el mercado nacional, aportando la mejor relación costo beneficio para los clientes y una rentabilidad justa para los accionistas.

2.03.03. Visión

M&V REVESTIMIENTOS en el año 2016 será una empresa especializada en el mercado de asesoramiento y comercialización de material de revestimiento para el sector de la construcción, proveyendo al cliente productos y asesoramiento en varias sucursales implementadas en varios sectores del Distrito Metropolitano de Quito.

2.03.04. Políticas

Políticas del personal:

La Hora de entrada es 8:00am hasta las 17:00 con un receso de una hora para el almuerzo.

Políticas de producción:

- Asegurar el continuo mejoramiento de la calidad y el servicio al cliente, mediante la capacitación de su personal.
- Promover la capacidad competitiva en todas las actividades, de manera que permita el abastecimiento continuo de los productos, intentando dar los menores costos para para los clientes.
- El proceso productivo es confidencial por ningún motivo se puede hablar con ajenos a la empresa sobre formulas o algo que esté relacionado con el proceso de producción
- La materia prima deberá mantenerse en un lugar limpio, fresco y seco para evitar desperdicios.
- El personal encargado de la elaboración de producto, deberán estar aseados y protegidos antes de la elaboración de cualquier producto y deberán mantener limpia la maquinaria para su próximo uso.
- El cumplir las políticas y normativas legales en materia ambiental.
- La gestionar sus residuos sólidos, líquidos, para no contaminar en medioambiente

Políticas de precios:

- Se fijara los precios económicos a través de promociones.
- Se aplicara los descuentos psicológicos es decir se fijara un descuento con un precio relativamente alto ejemplo el tanque antes a 450 ahora a 380

2.03.06. Gestión administrativa

“Es el conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar los procesos en los que está inmersa la empresa.”(UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS, 2013)

Planeación.- la planeación para la empresa será la siguiente:

	agosto																			
	semana 1					semana 2					semana 3					semana 4				
DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
recepción de materia prima	■					■					■					■				
control de calidad		■					■					■					■			
almacenamiento de materia prima		■					■					■					■			
preparación del producto			■					■					■					■		
envasado			■					■					■					■		
transporte				■					■					■					■	
aplicación sobre la superficie					■					■					■					■

Grafico 9 Planeación

Elaborado por Luis Morales

Organización.- la organización para la empresa será la siguiente:

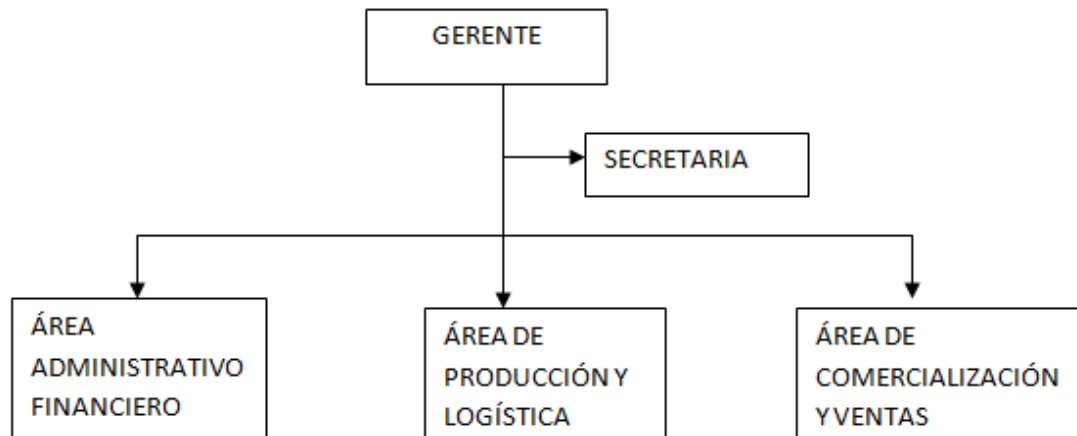


Grafico 10 Organización

Elaborado por Luis Morales

Dirección.- la dirección para la empresa va a estar cargo de

GERENTE: Es la persona encargada de la toma de decisiones sobre las funciones y actividades de la organización.

- Debe establecer y mantener las alianzas estratégicas con los proveedores.
- Realiza evaluaciones constantes acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.

SECRETARIA.- su labor es la auxiliar en todas las labores de oficina sus funciones:

-
- Recepción de documentos.
 - Atender llamadas telefónicas.
 - Atender visitas.
 - Archivo de documentos.
 - Cálculos elementales.

ADMINISTRADOR.- es el encargado de llevar las cuentas de la empresa la recepción de los pedidos y atención al cliente sus funciones:

- Gestión de la cartera
- Atención al cliente, llamadas telefónicas entrantes y salientes
- Tener la contabilidad al día, pago de impuestos, manejo de caja chica, facturación, coordinar pagos y cobros
- Redacta correspondencia, oficios, actas, memorando, anuncios y otros documentos varios de poca complejidad.

PRODUCCIÓN.- son los encargados de transformar la materia prima en un producto elaborado.

LOGÍSTICA.- son los encargados de llevar el producto a su destino sus funciones:

- Carga y descarga del producto
- Ubicar direcciones para la entrega

COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

- Cooperar entre los demás departamentos
- Llevar un control y análisis de las ventas
- Mejorar las ventas y ganancias mediante la comercialización del producto.
- Establecer los precios de los productos
- Realizar publicidad y promoción de ventas

Control

Evaluación de 360 grados.- es una evaluación integral el cual mide: el desempeño del personal, las competencias y sirve para diseñar programas de desarrollo. Esta evaluación da a los empleados un panorama de su desempeño y a los gerentes les ayuda a obtener los lineamientos generales para la toma de decisiones y así alcanzar los objetivos deseados. Con el siguiente banco de preguntas se hace la evaluación.

Nombre del evaluado			
Quién lo evalúa			
Puesto del evaluado			
<u>PREGUNTAS</u>	<u>siempre</u>	<u>casi siempre</u>	<u>nunca</u>
Su forma de comunicarse es clara amable y con todos los trabajadores de la empresa			
Logra influenciar motivación en sus compañeros al momento de trabajar			
Tiene apego a las normas de seguridad orden y limpieza			
Trabaja con actitud colaboración con todo el equipo de trabajo			
Encuentra soluciones efectivas y de manera oportuna para diversas situaciones que se presentan			
Se aprecia un buen ambiente de trabajo con su equipo			
Demuestra conocimientos y habilidades al momento de desempeñar sus funciones			
Ayuda a reducir costos, ahorrando, reciclando, o con otras cosas que ayuden a menorar costos de producción			

Grafico 11 Evaluación de 360°

Elaborado por Luis Morales

2.01.05 Gestión operativa

Se refiere al funcionamiento de las tareas rutinarias programadas previamente que realizan los empleados administrativos y obreros en el interior de la organización

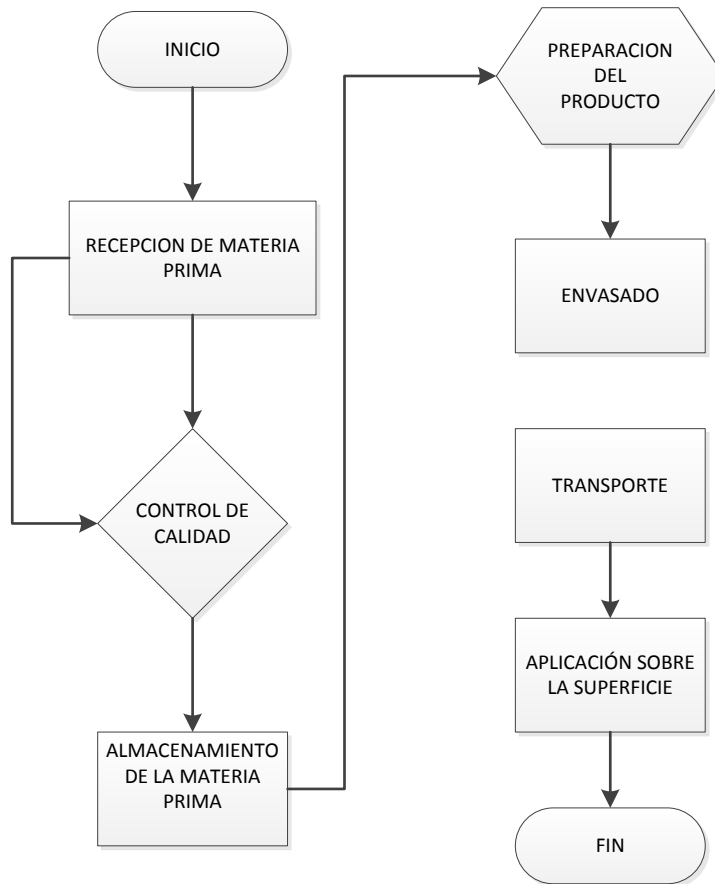


Grafico 12 Gestión operativa

Elaborado por Luis Morales

Descripción del proceso

- **Materia Prima:** recepción en bodega de la materia prima
- **Preparación de la mezcla:** del agua, resina, grano n°1, carbonato, grano de mármol, colorantes, espesante y solución se trabaja el producto.
- **Envasado:** tanques de diferentes capacidades de almacenamiento (según pedido).
- **Transporte:** se traslada el producto hacia el lugar de construcción.

- Aplicación: empleo de la mezcla sobre la superficie a trabajar.

2.03.06 Gestión comercial

2.03.06.01 Producto

"Producto es todo aquello que la empresa o la organización realiza o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores."

(www.eticaygestion.org, 2014)

DETALLE	
GRAFIADO	El Grafiado es un revestimiento que nos da una forma texturizada de diferentes formas: rayados, ondulados, diagonales, y cualquier otro. Es un producto decorativo para interiores y exteriores brindando una excelente protección y estética en paredes, columnas y superficies de concreto, también puede ser utilizado para ocultar imperfecciones en las paredes. Grafiado se aplica con liana en forma continua y en una sola capa.
RULLATO	El rullato es un revestimiento parecido al grafiado con una forma texturizada de protuberancias. Es un producto decorativo para interiores y exteriores brindando una excelente protección y estética en paredes, columnas, superficies de concreto y techos, también puede servir para ocultar imperfecciones en las paredes. Rullato se aplica con rodillo especial de forma continua y en una sola capa
FONDO COMÚN	El fondo común es una variante de la pintura y sirve con antelación del grafiado o del rullato y es del mismo color. Es un complemento del grafiado o rullato, el fondo común se aplica con rodillo en una sola capa
PASTA O ESTUCO	Pasta o estuco es un revestimiento de textura lisa generalmente se usa previo a la pintura es blanco así que se puede aplicar cualquier color sobre su superficie, es para interiores o exteriores. La pasta o estuco se aplica con liana en forma continua y lo recomendable es aplicar 2 o más capas
PINTURA	La pintura es un revestimiento de forma líquida y que se fabrica de todos los colores, protege, decora, sobre la superficie que se aplica, es para interiores y exteriores, se aplica sobre cualquier superficie pero lo recomendable es sobre la pasta o estuco. La pintura se aplica con rodillo o brocha en una o más capas.

Grafico 13 Producto

Elaborado por Luis Morales

2.03.06.02. Precio

"El precio es el valor acordado entre dos partes que quieren obtener un beneficio mediante el intercambio de bienes o servicios."(www.etica ygestion.org, 2014)

DETALLE	KILOS	UNIDAD	M2	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
GRAFIADO TONOS CLAROS	300	TAMBOR	90 M2	1	230,00	230,00
GRAFIADO TONOS FUERTES	300	TAMBOR	90 M2	1	250,00	250,00
RULLATO TONOS CLAROS	300	TAMBOR	150 M2	1	320,00	320,00
RULLATO TONOS FUERTES	300	TAMBOR	150 M2	1	350,00	350,00
FONDO COMÚN	300	TAMBOR	150 M2	1	350,00	350,00
PASTA O ESTUCO	300	TAMBOR	130 M2	1	300,00	300,00
PINTURA ECONÓMICA TONO CLARO	30	CANECA	90 M2	1	55,00	55,00
PINTURA EXTRA LÁTEX TONO CLARO	30	CANECA	90 M2	1	65,00	65,00

Tabla 10 Precio

Elaborado por Luis Morales

2.03.06.03. Plaza

"El producto debe estar al alcance del consumidor en el momento que él lo necesite, por lo cual es indispensable tener definidos los puntos estratégicos en los que se comercializará." (Cordoba, 2009)

Por eso la microempresa M&V REVESTIMIENTOS su ubicación es en la provincia de Pichincha, cantón Quito, parroquia Cotocollao, barrio Sta. Isabel, en la Av. Machala (vía a Nono) y calle Velasco Ibarra N68-127

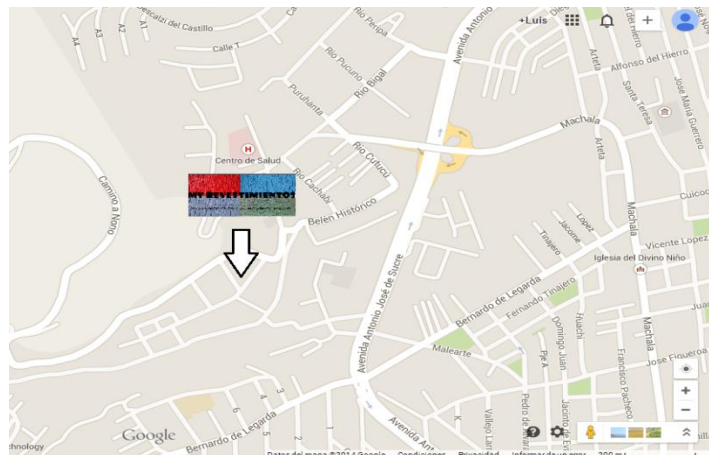


Grafico 14 Plaza fuente googlemaps

2.03.06.04. Promoción

"En un sentido amplio, la promoción, como dicen los autores Stanton, Etzel y Walker, es una forma de comunicación; por tanto, incluye una serie de elementos que son parte de un proceso que se utiliza para transmitir una idea o concepto a un público objetivo". (Tamayo, 2009) Las promociones para llegar al público objetivo serán las siguientes:

1. Todos nuestros trabajos tienen la garantía de 1 año

CONTRIBUIR AL SECTOR INMOBILIARIO, MEDIANTE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE REVESTIMIENTOS DE LA CONSTRUCCIÓN, UBICADA AL NORTE DE QUITO.

2. Por la compra de un tanque de 300kg de grafiado gratis el fondo para 90m2.
3. Si su pedido supera los 500 metros de revestimiento se le hará un descuento del 10% en la compra total

2.03.06.05. Publicidad

"Una comunicación no personal, realizada a través de un patrocinador identificado, relativa a su organización, producto, servicio o idea" (marketing, 2005)

Dentro de la mercadotecnia los materiales a utilizar serán:

- Tarjetas de presentación



Grafico 15 Tarjetas de presentación

Elaborado por Luis Morales

- Dípticos



Grafico 16 Dípticos

Elaborado por Luis Morales

- Camisetas



Grafico 17 Camisetas

Elaborado por Luis Morales

2.04. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta el cual estudia las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una organización, persona o empresa. Y

de esta manera evaluar la situación estratégica en que se encuentra y en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

Matriz FODA Oportunidades y Amenazas

Matriz FODA Oportunidades y Amenazas

	Oportunidades			Amenazas		
Indicadores	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
PIB		X				
Inflación					X	
Tasa de desempleo	X					
Tasas de interés			X			
Población económicamente activa	X					
Factor Legal			X			
Factor Tecnológico		X				
Total	1	2	2	0	1	0
ALTA	2					
MEDIA	2					
BAJA	2					

Tabla 11 Matriz Oportunidades y Amenazas

Elaborado por Luis Morales

Los resultados obtenidos de las Oportunidades y Amenazas son favorables para el presente proyecto con un puntaje mayoritario en las Oportunidades con 6 puntos, 2 de oportunidad alta, 2 de oportunidad media y 2 de oportunidad baja, de acuerdo con los indicadores establecidos.

Matriz FODA Fortalezas y Debilidades

Matriz FODA Fortalezas y Debilidades

Indicadores	Fortalezas			Debilidades		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Filosofía corporativa	X					
Principios y Valores		X				
Políticas		X				
Gestión Administrativa			X			
Gestión Operativa			X			
Gestión Comercial	X					
Total	2	2	2	0	0	0
ALTA	2					
MEDIA	2					
BAJA	2					

Tabla 12 Matriz Fortalezas y Debilidades

Elaborado por Luis Morales

Los resultados obtenidos de las Fortalezas y Debilidades son favorables para el presente proyecto con un puntaje mayoritario en las Fortalezas con 6 puntos ,2 de fortaleza alta, 2 de fortaleza media y 2 de fortaleza baja, de acuerdo con los indicadores establecidos.

Análisis

De acuerdo al análisis FODA con los resultados positivos obtenidos se ha determinado que el presente proyecto es viable mediante los indicadores que se evaluaron se puede ejecutar la idea, la cual aprovechara sus fortalezas y oportunidades y cambiará las debilidades y amenazas.

CAPITULO 3

3.01. Estudio de Mercado

El mercado es un sitio donde concurren oferentes a ofrecer sus productos y servicios a los demandantes que acuden en busca de ellos, es ahí donde realizan transacciones comerciales. El estudio de mercado nos va a dar una visión más clara acerca del entorno en el que se va a desenvolver M&V REVESTIMIENTOS y cuál será la aceptación del producto.

El estudio de mercado es muy usado por las empresas sobre todo para la toma de decisiones, "La realización de un estudio de mercado proporcionará información sobre los clientes, la competencia, las prácticas habituales de trabajo en el sector, etc."(AGESTIC 2014). Sirve para la recolección y el análisis de información y datos acerca de los clientes porque importante saber sobre el cliente y resulta más fácil

ofrecer el producto y que lo adquieran o lo vean como una necesidad el cual busquen satisfacer.

3.02 Análisis del consumidor

El comportamiento del consumidor son las acciones que tiene una persona el cual tiene la necesidad de adquirir un producto de acuerdo a la evaluación del producto, la capacidad adquisitiva, la cultura, etc.

En el presente estudio consiste en entender los aspectos de comportamiento del consumidor dentro del mercado en el sector en el que se desenvuelve, en este caso el sector de la construcción y tratar de comprender lo que necesitan comprar, el porqué, cuando lo necesita, como lo va a adquirir y con qué frecuencia. Esto nos da una pauta sobre las necesidades del cliente que se debe satisfacer y en la medida que sea mayormente satisfactorio va a dar el éxito o fracaso de la organización.

El tipo de consumidor de M&V REVESTIMIENTOS son pequeños y grandes constructores, los cuales necesitan de productos en grandes cantidades y de la mejor calidad.

El presente proyecto estudiara la creación de una empresa productora y comercializadora de revestimientos en la ciudad de Quito buscando tener acogida de las constructoras y a partir de ahí enfocarse con pequeños proyectos de remodelación

El proyecto está encaminado a determinar los clientes potenciales de un nuevo producto, es necesario identificar al consumidor, se enfocara en constructoras que tengan proyectos inmobiliarios en la actualidad y dentro de la ciudad de Quito en total existen 381 inmobiliarias dentro de la ciudad las cuales tienen distribuido sus proyectos alrededor de toda la ciudad.

3.03. Determinación de la Población y la Muestra

Población es el conjunto de elementos que poseen características comunes y sobre el cual se hace un estudio normalmente es muy grande y se trabaja sobre la muestra.

La población para el siguiente proyecto es 381 inmobiliarias y/o constructoras De acuerdo a los datos proporcionados por la Cámara de la Construcción COMICON.

Como la población es demasiado extensa es necesario calcular la muestra la siguiente ecuación:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q \cdot z^2}{(N - 1)E^2 + p \cdot q \cdot z^2}$$

Dónde:

N= población

n= muestra

p=probabilidad de éxito (50%)

q= probabilidad de fracaso (50%)

z= distribución normal 1.96

E= margen de error

$$n = \frac{381 * 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{(381 - 1)0.05^2 + 0.5 * 0.5 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{365.9124}{1.9104} = 191$$

La encuesta se realizara a 191 inmobiliarias y/o constructoras, ubicadas en la ciudad de Quito, que posean proyectos inmobiliarios en construcción.

3.04. Técnicas de recolección de la Información

Las técnicas de recolección de la información las más comunes y que ofrecen mejores resultados al momento de realizar un análisis son:

La Encuesta, Entrevista, Grupo Focal y la observación.

Encuesta.- "La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos." (CIS, 2014)

Entrevista.- la entrevista es una técnica de recogida de información difiere de la encuesta en que la entrevista es una técnica cualitativa

Focus Group.- tiene que ver con dinámicas grupales en donde se reúnen a los miembros de la organización para recolectar datos

Observación.- es una técnica donde el investigador se cerciora personalmente de los hechos y circunstancias relacionados con la forma en cómo se desenvuelve en objeto estudiado

Para el siguiente proyecto utilizaremos la Encuesta

La encuesta está diseñada por preguntas cerradas o de selección múltiple, que no confundan al encuestado y que sean rápidas de responder y así obtener información útil y veras con respecto a la aceptación del producto, la frecuencia con que consume, el precio que estaría dispuesto a pagar, y la competencia

La encuesta realizada es la siguiente:



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



Objetivo: recolectar información referente a elaboración y comercialización de revestimientos para el hogar, con fines académicos.

I DATOS INFORMATIVOS

Sector _____

Tiempo en el mercado _____

Marque con una x el casillero que considere correspondiente

II CUESTIONARIO

1. ¿Conoce usted sobre los revestimientos para el sector inmobiliario?

Si: ☐ No: ☐

2. Considera usted conveniente la implementación de una empresa especializada en la fabricación de revestimientos

Si: ☐ No: ☐

3. Cada qué tiempo su empresa desarrolla proyectos inmobiliarios

c/ mes ☐ c/ tres meses ☐ c/ seis meses ☐ c/ año ☐

otro _____

4. ¿Con que frecuencia compra revestimientos grafiado, rullato, pintura?

c/ mes ☐ c/ tres meses ☐ c/ seis meses ☐ c/ año ☐

otro _____

5. Al momento de comprar revestimientos (grafiado, rullato, pintura.)¿Que toma en cuenta?

El rendimiento ☐ El color ☐ la calidad ☐ La cantidad ☐

6. ¿Cuáles son los colores que más usa en sus proyectos inmobiliarios?

Tonos claros ☐ tonos fuertes ☐

7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el tanque de 300kg de grafiado de tono claro?

200-230 ☐ 230-260 ☐ 260-300 ☐

8. En el caso de que el cliente elija un tono fuerte ¿estaría de acuerdo en pagar un 15% más del valor de un grafiado de tono claro?

Si ☐ No ☐

-
9. ¿Están satisfechos con el producto y precios en los revestimientos que le ofrece la competencia?

Si ☐

No ☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.05. Interpretación de los resultados

1. ¿Conoce usted sobre los revestimientos para el sector inmobiliario?

Variable	frecuencia	porcentaje
Si	189	98,95%
No	2	1,05%
Total	191	100,00%

Tabla 13 Preg 1

Elaborado por Luis Morales

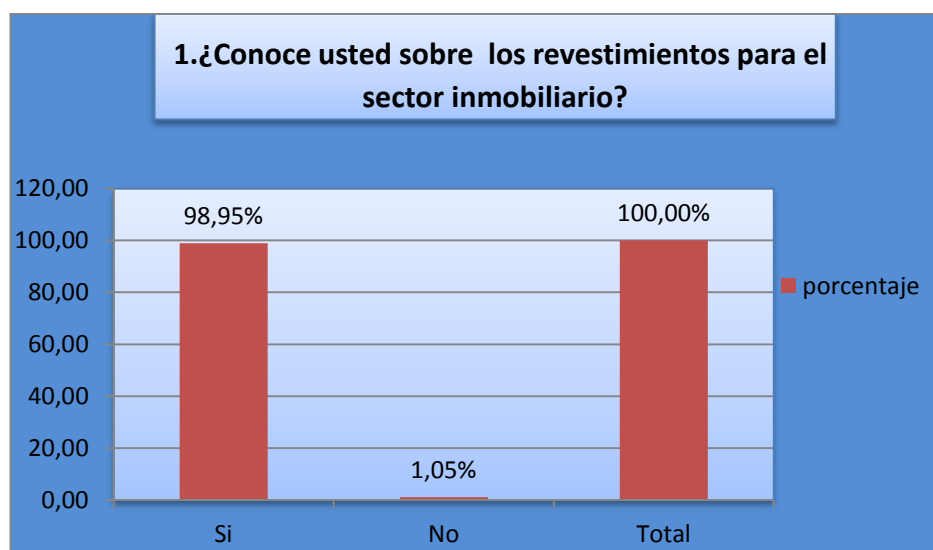


Grafico 18 Preg 1

Elaborado por Luis Morales

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 98,95% que corresponde a 189 constructoras, manifiestan que si conocen de los revestimientos para el sector inmobiliario. El 1,05% que corresponde a 2 constructoras, manifiestan que no conocen de los revestimientos para el sector inmobiliario.

Por lo tanto se detecta que la mayoría de las constructoras conocen de los revestimientos para el sector inmobiliario.

2. ¿Considera usted conveniente la implementación de una empresa especializada en la fabricación de revestimientos?

Variable	frecuencia	porcentaje
si	153	80,10%
no	38	19,90%
total	191	100,00%

Tabla 14 Preg. 2

Elaborado por Luis Morales

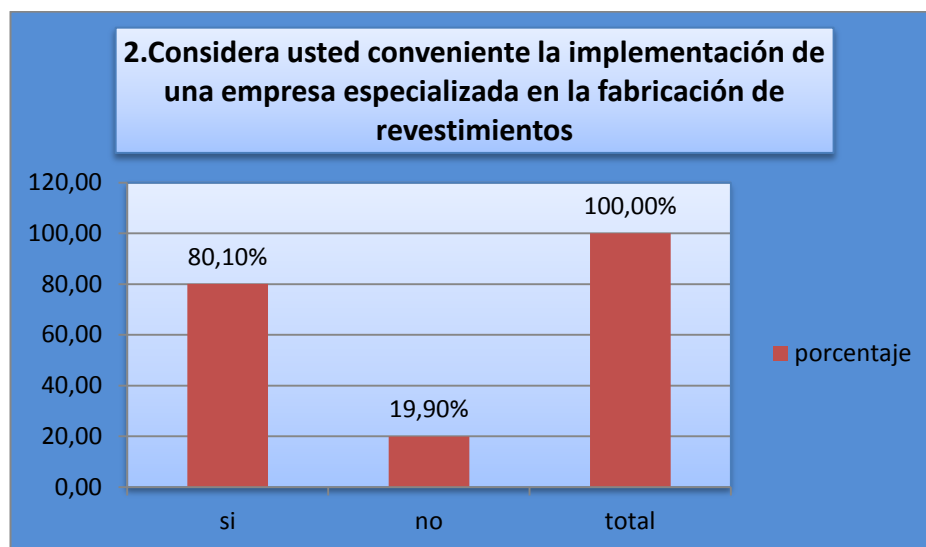


Grafico 19 Preg. 2

Elaborado por Luis Morales

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 80,10% que corresponde a 153 constructoras, manifiestan que si es conveniente la implementación de una empresa especializada en la fabricación de revestimientos

El 19,90% que corresponde a 38 constructoras, manifiestan que no es conveniente la implementación de una empresa especializada en la fabricación de revestimientos

Por lo tanto se detecta que la mayoría de las constructoras si es conveniente la implementación de una empresa especializada en la fabricación de revestimientos.

3. ¿Cada qué tiempo su empresa desarrolla proyectos inmobiliarios?

Variable	frecuencia	porcentaje
cada mes	0	0
cada tres meses	0	0
cada seis meses	4	2,09%
cada año	51	26,70%
más de año	136	71,20%
total	191	100%

Tabla 15 Preg. 3

Elaborado por Luis Morales

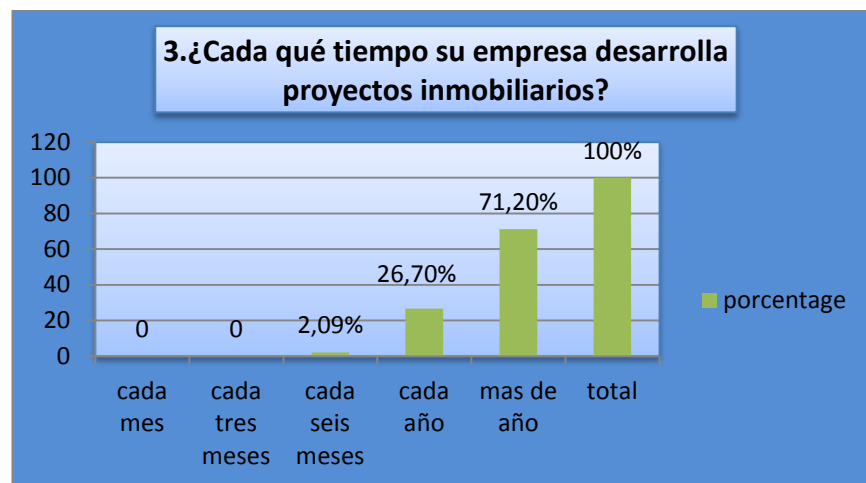


Grafico 20 Preg 3

Elaborado por Luis Morales

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 2,09% que corresponde a 4 constructoras, manifiestan que cada seis meses su empresa desarrolla proyectos inmobiliarios.

El 26,70% que corresponde a 51 constructoras, manifiestan que cada año su empresa desarrolla proyectos inmobiliarios.

El 71,20% que corresponde a 136 constructoras, manifiestan que su empresa desarrolla proyectos inmobiliarios en periodos superiores a un año.

Por lo tanto se detecta que la mayoría de las constructoras desarrolla proyectos inmobiliarios en periodos superiores a un año.

4. ¿Con que frecuencia compra revestimientos grafiado, rullato, pintura. ?

Variable	frecuencia	porcentaje
cada mes	95	49,74%
cada tres meses	73	38,22%
cada seis meses	15	7,85%
cada año	6	3,14%
mas de año	2	1,05%
total	191	100,00%

Tabla 16 Preg. 4

Elaborado por Luis Morales

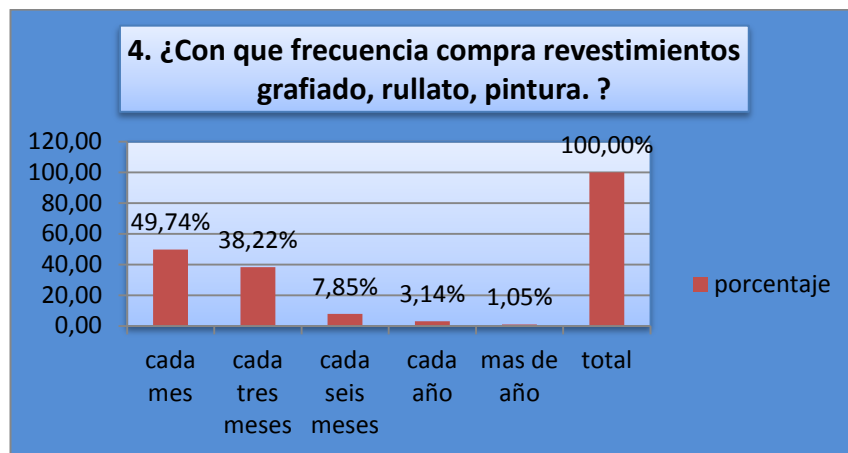


Grafico 21 Preg 4

Elaborado por Luis Morales

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 49,74% que corresponde a 95 constructoras, manifiestan que cada mes compra revestimientos

El 38,22% que corresponde a 73 constructoras, manifiestan que cada tres meses compra revestimientos

El 7,85% que corresponde a 15 constructoras, manifiestan que cada seis meses compra revestimientos

El 3,14% que corresponde a 6 constructoras, manifiestan que cada año compra revestimientos

El 1,05% que corresponde a 2 constructoras, manifiestan que compra revestimientos en periodos superiores a un año

Por lo tanto se detecta que la mayoría de las constructoras compra revestimientos cada mes.

5. Al momento de comprar revestimientos (grafiado, rullato, pintura.)¿Que toma en cuenta?

Variable	frecuencia	porcentaje
rendimiento	58	30,37%
el color	40	20,94%
la calidad	68	35,60%
la cantidad	25	13,09%
total	191	100,00%

Tabla 17 Preg. 5

Elaborado por Luis Morales

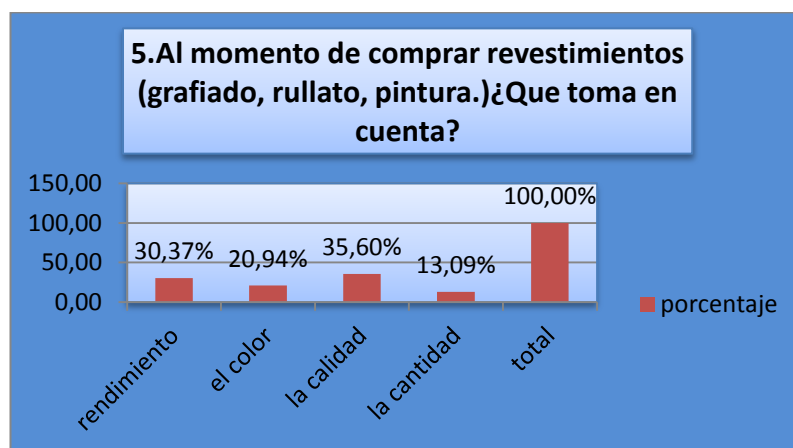


Grafico 22 Preg. 5

Elaborado por Luis Morales

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 30,37% que corresponde a 58 constructoras, manifiestan que al momento de comprar revestimientos toma en cuenta el rendimiento

El 20,94% que corresponde a 40 constructoras, manifiestan que al momento de comprar revestimientos toma en cuenta el color

El 35,60% que corresponde a 68 constructoras, manifiestan que al momento de comprar revestimientos toma en cuenta la calidad

El 13,09% que corresponde a 25 constructoras, manifiestan que al momento de comprar revestimientos toma en cuenta la cantidad

Por lo tanto se detecta que la mayoría de las constructoras al momento de comprar revestimientos toma en cuenta el rendimiento.

6. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el tanque de 300kg de grafiado de tono claro?

Variable	frecuencia	porcentaje
200-230	120	62,83%
230-260	57	29,84%
260-300	14	7,33%
total	191	100,00%

Tabla 18 Preg. 6

Elaborado por Luis Morales

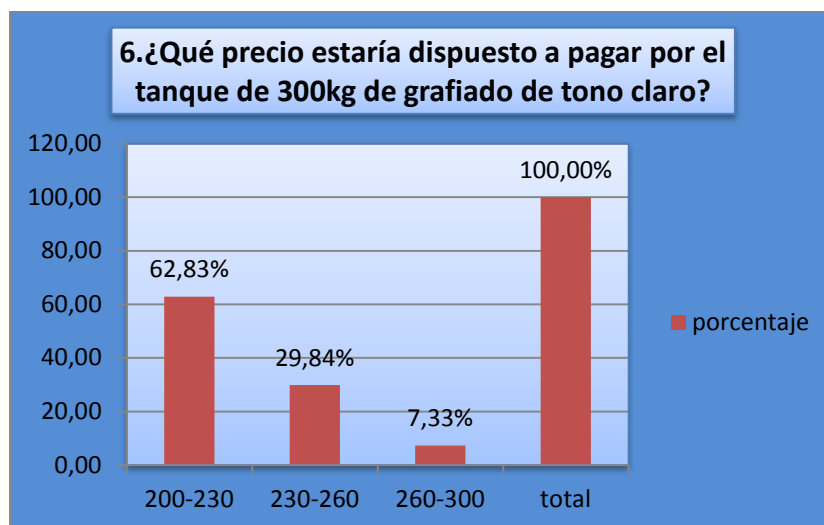


Grafico 23 Preg. 6

Elaborado por Luis Morales

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 62,83% que corresponde a 120 constructoras, manifiestan que están dispuestos a pagar entre \$200 hasta \$230 dólares por el tanque de 300kg de grafiado de tono claro.

El 29,84% que corresponde a 57 constructoras, manifiestan que están dispuestos a pagar entre \$230 hasta \$260 dólares por el tanque de 300kg de grafiado de tono claro.

El 7,33% que corresponde a 14 constructoras, manifiestan que están dispuestos a pagar entre \$260 hasta \$300 dólares por el tanque de 300kg de grafiado de tono claro.

Por lo tanto se detecta que la mayoría de las constructoras están dispuestos a pagar entre \$200 hasta \$230 dólares por el tanque de 300kg de grafiado de tono claro.

7. En el caso de que el cliente elija un tono fuerte ¿estaría de acuerdo en pagar un 15% más del valor de un grafiado de tono claro?

Variable	frecuencia	porcentaje
si	127	66,49%
no	64	33,51%
total	191	100,00%

Tabla 19 Preg. 7

Elaborado por Luis Morales

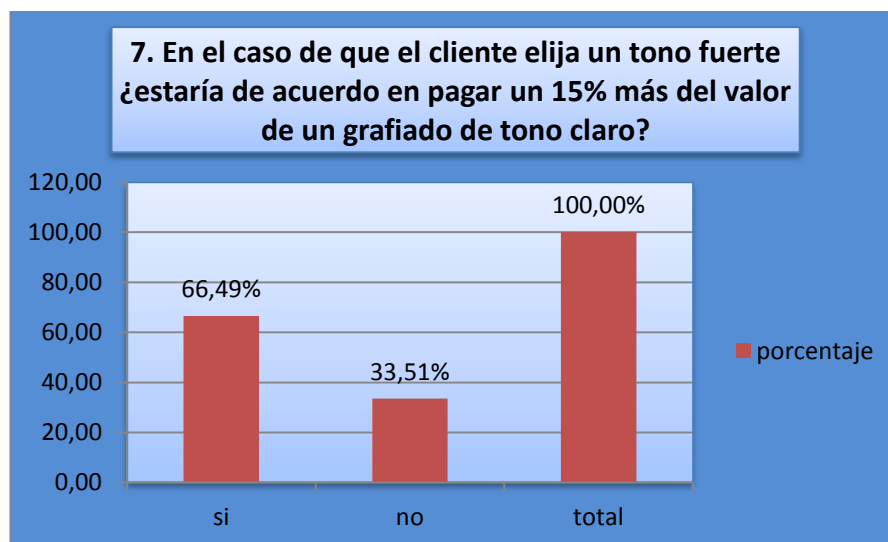


Grafico 24 Preg. 7

Elaborado por Luis Morales

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 66,49% que corresponde a 127 constructoras, manifiestan que si están dispuestos a pagar un 15% adicional del valor de un grafiado de tono claro cuando escojan un grafiado de tono fuerte

El 33,51% que corresponde a 64 constructoras, manifiestan que no están dispuestos a pagar un 15% adicional del valor de un grafiado de tono claro cuando escojan un grafiado de tono fuerte

Por lo tanto se detecta que la mayoría de las constructoras si están dispuestos a pagar un 15% adicional del valor de un grafiado de tono claro cuando escojan un grafiado de tono fuerte

8. ¿Están satisfechos con el producto y precios en los revestimientos que le ofrece la competencia?

Variable	frecuencia	porcentaje
Si	68	35,60%
No	123	64,40%
Total	191	100,00%

Tabla 20 Preg 8

Elaborado por Luis Morales

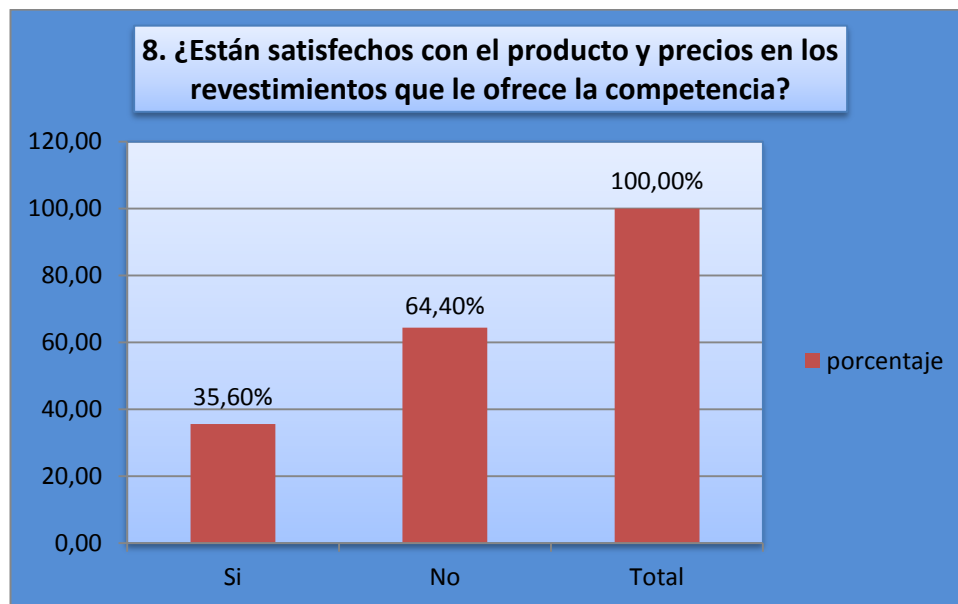


Grafico 25 Preg 8

Elaborado por Luis Morales

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 35,60% que corresponde a 68 constructoras, manifiestan que si están satisfechos con el producto y precios en los revestimientos que le ofrece la competencia

El 64,40% que corresponde a 123 constructoras, manifiestan que no están satisfechos con el producto y precios en los revestimientos que le ofrece la competencia

Por lo tanto se detecta que la mayoría de las constructoras no están satisfechas con el producto y precios en los revestimientos que le ofrece la competencia

3.06. Calculo de la Demanda Actual

La demanda, se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado a un precio específico y para satisfacer una necesidad.

Aceptación

$$381 * 0.8 = 305.18$$

Frecuencia

$$305.18 * 49.74 * 12 = 182.156,44$$

Precio

$$182.156,44 * 215 = 39.163.633,59$$

Años	Demanda Actual	Tasa de Crecimiento	Demanda Proyectada
2014	39.163.633,59	1,00	39.163.633,59
2015	39.163.633,59	1,12	43.667.451,45
2016	43.667.451,45	1,12	48.689.208,36
2017	48.689.208,36	1,12	54.288.467,33
2018	54.288.467,33	1,12	60.531.641,07
2019	60.531.641,07	1,12	67.492.779,79

Tabla 21 Demanda proyectada

Elaborado por Luis Morales

3.07. Análisis de la Oferta

La oferta es la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo un determinado precio. El precio es una condición fundamental que determina el nivel de la oferta.

Años	Demanda Proyectada	Aceptación competencia	Oferta Proyectada
2015	67.492.779,79	0,36	24.027.429,61
2016	24.027.429,61	0,36	8.553.764,94
2017	8.553.764,94	0,36	3.045.140,32
2018	3.045.140,32	0,36	1.084.069,95
2019	1.084.069,95	0,36	385.928,90

Tabla 22 Demanda proyectada

Elaborado por Luis Morales

3.08. Demanda insatisfecha

La gestión de proyectos establece cuando se trata de una nueva unidad de producción en la misma está en capacidad de cubrir entre el 2y 6 %.

Años	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2015	67.492.779,79	24.027.429,61	43.465.350,19
2016	24.027.429,61	8.553.764,94	15.473.664,67
2017	8.553.764,94	3.045.140,32	5.508.624,62
2018	3.045.140,32	1.084.069,95	1.961.070,37
2019	1.084.069,95	385.928,90	698.141,05

Tabla 23 Demanda insatisfecha

Elaborado por Luis Morales

CAPITULO 4

Estudio técnico

"Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita." (Rosales, 2005).

4.01. Tamaño del proyecto

El presente proyecto constara de 175m² de los cuales estarán distribuidos de la siguiente manera:

4.01.01 Capacidad instalada.

La capacidad instalada corresponde a la distribución del espacio dividido en áreas para el presente proyecto son las siguientes:

Capacidad instalada			
	ancho	largo	total m2
Área de comercialización y ventas	5	5	25
Acceso bodega área de producción	1,7	6	10,2
Bodega	3	6	18
Área de producción	4,3	6	25,8
Baño	4	3	12
Área administrativa	8,5	4,5	38,25
Atención al cliente	5	4,6	23
Acceso áreas administrativa	9	2,5	22,5
Total			174,75

Tabla 24 Capacidad instalada

Elaborado por Luis Morales

4.01.02 Capacidad óptima.

Es el espacio el cual es necesario para la producción del bien o servicio

Capacidad óptima			
	ancho	largo	total m2
Bodega	3	6	18
Área de producción	4,3	6	25,8
Atención al cliente	5	4,6	23
Total			66,8

Tabla 25 Capacidad optima

Elaborado por Luis Morales

4.02. Localización

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. (Baca, 2010)

4.02.01. Macro localización

País - Ecuador

Provincia - Pichincha

Ciudad - Quito

Cantón - Quito

Parroquia - Cotocollao

4.02.02. Micro localización

El presente proyecto estará ubicado en el barrio Santa Isabel, calle Velasco Ibarra N68-127 y av. Machala.

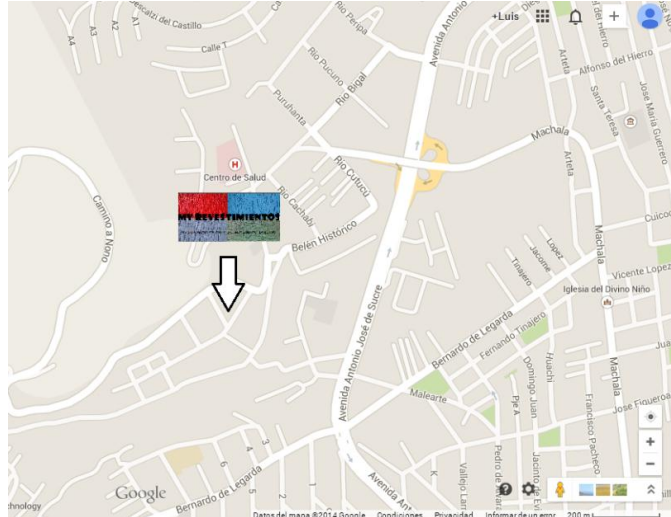


Grafico 26 Micro localización

Fuente Googlemaps

Elaborado por Luis Morales

4.02.03 Localización optima

El proyecto M&V REVESTIMIENTOS estará ubicado en el barrio Santa Isabel, calle Velasco Ibarra N68-127 y av. Machala por los siguientes factores:

- Por ser un lote propio.
- Acceso de servicios básicos
- Vías de acceso que se puede distribuir el producto a toda la ciudad
- Líneas de transporte
- Cercanía con proveedores

4.03. Ingeniería del producto

"La ingeniería de producto determina los diferentes procesos que se debe cumplir para la elaboración de un bien o servicio de esa manera se permite delimitar la máquina que se va a utilizar para desarrollar el proceso productivo de mejor manera" (cruz, 2014)

4.03.01. Definición del bien

Proveer los materiales.- este servicio es muy importante para la satisfacción del cliente porque es ahí de donde parte el proceso productivo y con los materiales de calidad adecuados resulta un producto terminado con excelentes propiedades.

Cantidad justa.- en la elaboración de revestimientos es importante mantener la formula a pesar de los contratiempos que puedan surgir como aumento de los precios, etc. Cada producto tiene su cantidad y especificaciones óptimas para un producto de calidad.

Tiempo de preparación.- una vez que se ha aplicado toda la materia prima el tiempo de preparación es importante ya que si se mezcla por tiempo exagerado el producto tiende a inflarse o a su vez puede hacerse más líquido de lo normal.

Aplicación. Una vez terminado el producto está listo para su aplicación sobre la superficie de pared, techo o donde se lo requiera, para ello es necesario tener los materiales adecuados para su aplicación como, los rodillos especiales en el caso del rullato fondo o pintura o las lianas en el caso de grafiado y empaste.

4.03.02 Distribución de la planta

Se refiere como va a estar la infraestructura, las instalaciones y la distribución de las diferentes áreas.

Cada área tiene sus funciones especificadas, el buen trabajo que desarrolle cada una de ellas determinara que toda la organización marche de una manera correcta y ordenada con el fin de la satisfacción del cliente.

Áreas	Medidas
Atención al cliente	6m x 4,5 = 27m ²
Área administrativa	4.5 x 8 = 36m ²
Área de comercialización y ventas	5.5 x 5.5 = 30.25m ²
Área de producción	3.5 x 6.5 = 22.75m ²
Bodega	3.5 x 6.5 = 22.75m ²
baño	2.5 x 4 = 20m ²

Tabla 26 Distribución de la planta

Elaborado por Luis Morales

Razones de cercanía	
A	Absolutamente necesario que esté cerca
E	Especialmente necesario que esté cerca
I	Importante que esté cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía indiferente
X	Cercanía indeseable

Tabla 27 Razones de cercanía

Elaborado por Luis Morales

Código de cercanía	
1	Procesos
2	Gestión Administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Por Higiene

Tabla 28 Código de cercanía

Elaborado por Luis Morales

Matriz triangular

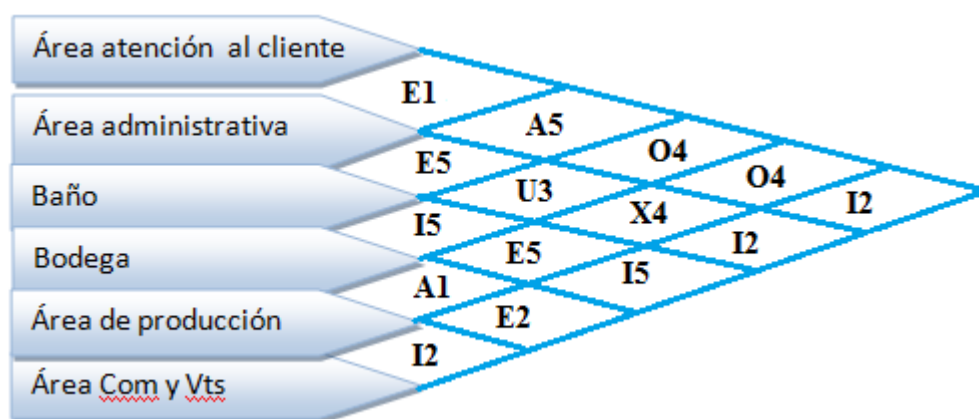


Grafico 27 Matriz triangular

Elaborado por Luis Morales

La matriz triangular contiene las razones de cercanía que existen entre un área u otra y cuán importante es que esté adjuntas las áreas para que el proceso productivo sea más eficiente y eficaz.

4.03.01 Distribución de la planta

4.03.01.01. Área de atención al cliente $6 \times 4,5 = 27m^2$

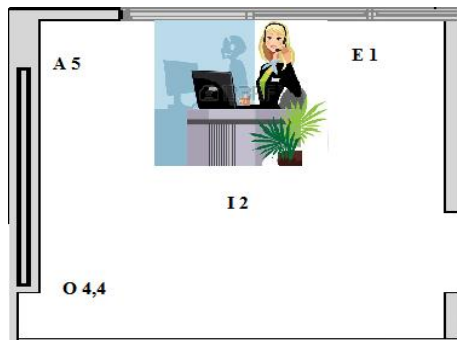


Grafico 28 Área de atención al cliente

Elaborado por Luis Morales

El área de atención al cliente en el cual se encuentra la secretaria es la encargada de recibir el pedido de los clientes, asesorándoles sobre todo lo referente al producto y estará a disposición de lo que requiera el área administrativa financiera

4.03.01.02. Área de producción $3.5 \times 6.5 = 22.75m^2$

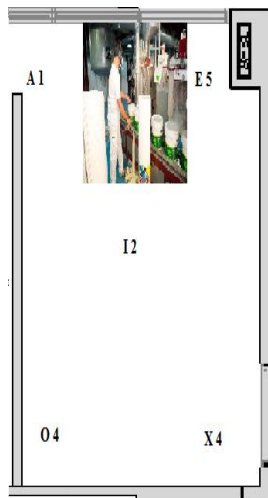


Grafico 29 Área de producción

Elaborado por Luis Morales

El área de producción son los encargados de la elaboración del producto reciben los pedidos del área de comercialización y del área de atención al cliente.

4.03.01.03. Bodega

$$3.5 \times 6.5 = 22.75\text{m}^2$$



Grafico 30 Bodega

Elaborado por Luis Morales

La bodega es donde se almacena la materia prima los encargados de mantener el stock son el área de comercialización y los de producción.

4.03.01.04. Área de comercialización y ventas $5.5 \times 5.5 = 30.25\text{m}^2$

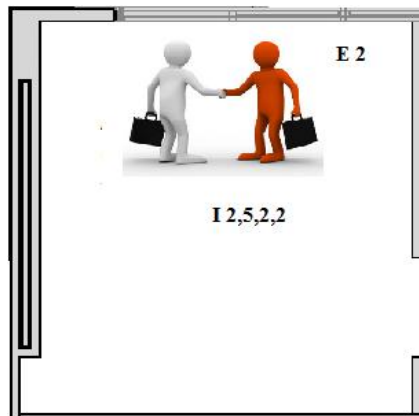


Grafico 31 Área de comercialización y ventas

Elaborado por Luis Morales

Son el área de comercialización y ventas los encargados de finalizar las ventas y acordar los precios de venta, también de realizar la compra de mercadería y encargarse del transporte de la mercadería a la obra.

4.03.01.05. Área administrativa

$$4.5 \times 8 = 36m^2$$

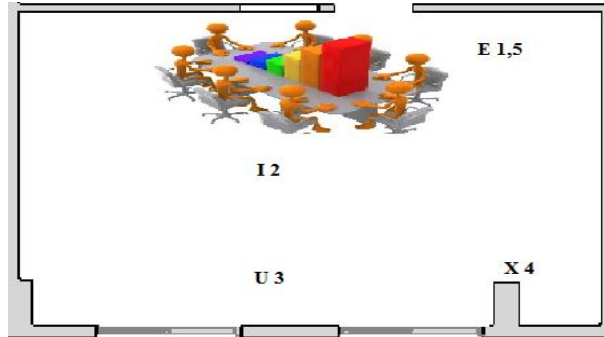


Grafico 32 Área administrativa

Elaborado por Luis Morales

El área administrativa se encarga de la administración de los recursos y distribuirlos de la mejor manera de acuerdo a las necesidades de la organización

4.03.01.06. Baño

$$2.5 \times 4 = 20m^2$$

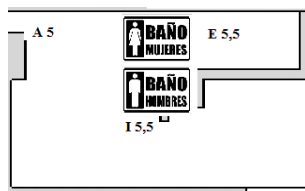


Grafico 33 Baño

Elaborado por Luis Morales

El baño es de uso exclusivo para el personal de la planta y para los clientes.

4.03.01.07. Distribución de la planta final

Aquí consta la distribución final de la planta con cada una de las áreas y sus respectivos accesos. Es importante que se encuentre bien ordenada para que el equipo de trabajo pueda conseguir eliminar tiempos muertos y que exista mayor premura en los procesos.



Grafico 34 Distribución Final de la planta

Elaborado por Luis Morales

4.03.02 Proceso productivo

"El proceso productivo es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de los insumos y se identifica como la transformación de una serie de insumos y convertirlos en productos terminado." (Urbina, 2011)

Nº	Actividad	Tiempo (min)
1	recepción de materia prima	10
2	control de calidad	15
3	almacenamiento de materia prima	60
4	pesado de materia prima según pedido y formula	20
5	colorar la materia prima en la maquina	60
6	envasar el producto terminado	30
7	sellar el envase	10
8	transporte hasta la obra	30

Tabla 29 Proceso productivo

Elaborado por Luis Morales

4.03.03 Cuadro de activos

Un activo es un bien que la empresa posee y que pueden convenirse en dinero u otros medios líquidos equivalentes" (e-economic, e-economic, 2013)

Cuadro de activos			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
TERRENOS	1	\$30.000,00	\$30.000,00
CONSTRUCCIÓN	1	\$20.000,00	\$20.000,00
MUEBLES Y ENCERES			
Escritorios	4	\$50,00	\$200,00
Sillas	12	\$23,00	\$276,00
Archivadores	2	\$91,00	\$182,00
Mesas	1	\$240,00	\$240,00
total muebles y enseres	19		\$898,00
MAQUINARIA Y EQUIPO			
mescladora 1200kg	1	\$12.000,00	\$12.000,00
mescladora 300kg	1	\$8.000,00	\$8.000,00
total maquinaria y equipo	2		\$20.000,00
VEHÍCULOS	1		
camioneta Admiral	1	\$27.000,00	\$27.000,00
total vehículos	1	\$27.000,00	\$27.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
NOTEBOOK TOSHIBA INTEL CEL N2830	1	\$469,00	\$469,00
Impresora	1	\$938,00	\$938,00
total equipos de computación	2		\$1.407,00
TOTAL	24	\$67.971,00	\$56.104,00

Tabla 30 Cuadro de activos

Elaborado por Luis Morales

Capítulo 5

Estudio financiero

El estudio financiero es lo más importante en la implementación de un proyecto, se refiere al estudio de la capacidad que posee para ser sustentable, viable y/o rentable.

Antes de poner en marcha un proyecto es preciso determinar los costos y los recursos económicos necesarios para la realización de un proyecto. Y es aquí donde queda registrado los valores monetarios los cuales conforman la organización

5.01 ingresos operacionales

"Son considerados las utilidades obtenidas por la venta de mercaderías; es decir, es la diferencia establecida entre el precio de costo y el precio de venta."

(Sarmiento, 2006)

De acuerdo con esta definición es importante identificar los tres costos fundamentales

- MOD (mano de obra directa)
- MPD (materia prima directa)
- CIF (costos indirectos de fabricación)

5.01.01 MOD (mano de obra directa)

Es el esfuerzo físico y/o mental que se aplica en las áreas que tienen directa relación con la producción o prestación de algún servicio. En este sentido la mano de obra para el presente proyecto se presenta en la siguiente tabla.

MOD (mano de obra directa)						
Concepto	Remuneración mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Total mensual	Total anual
Jefe de producción	\$ 469,38	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 469,38	\$ 5.632,60
trabajador 1	\$ 450,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00
Total Mano de obra directa					\$ 919,38	\$11.032,60

Tabla 31 MOD

Elaborado por Luis Morales

5.01.02 MPD (materia prima directa)

Es el primer elemento del costo de producción y son todos los elementos principales que conforman el producto terminado o el servicio final, estos productos se puede determinar la cantidad a utilizarse en toda la producción. . En este sentido la materia prima directa para el presente proyecto se presenta en las siguientes tablas en la que constan los dos productos que ofrece M&V REVESTIMIENTOS

MPD (materia prima directa) grafiado, rullato, fondo									
Detalle	U/M	Precio	Cant.	U/M	Cant. a utilizar	Costo unitario	Prod. mensual	Costo mensual	Costo anual
Sílice	50kg	\$ 8,20	200	kg	4	\$32,80	20	\$656,00	\$7.872,00
Resina	300kg	\$ 380,00	36	kg	0,12	\$45,60	20	\$912,00	\$10.944,00
Grano	50kg	\$ 7,50	30	kg	0,6	\$4,50	20	\$90,00	\$1.080,00
Carbonato B	50kg	\$ 13,58	25	kg	0,5	\$6,79	20	\$135,80	\$1.629,60
Espesante	25kg	\$ 284,00	400	gr	0,016	\$4,54	20	\$90,88	\$1.090,56
Solución	25kg	\$ 12,00	400	gr	0,016	\$0,19	20	\$3,84	\$46,08
Colorante	1kg	\$ 4,00	100	gr	0,1	\$0,40	20	\$8,00	\$96,00
Carbonato B	50kg	\$ 13,58	200	kg	4	\$54,32	2	\$108,64	\$1.303,68
Espesante	25kg	\$ 284,00	600	gr	0,024	\$6,82	2	\$13,63	\$163,58
Resina	300kg	\$ 380,00	22	kg	0,0733	\$27,85	2	\$55,71	\$668,50
TOTAL MATERIA PRIMA						\$183,82		\$2.074,50	\$24.894,00

Tabla 32 MPD

Elaborado por Luis Morales

MPD (materia prima directa) pintura									
Detalle	U/M	precio	cant	U/M	cant a utilizar	costo unitario	Prod. mensual	costo mensual	costo anual
Carbonato A	50kg	\$ 15,98	200	kg	4	\$63,92	5	\$319,60	\$3.835,20
Titanio	25kg	\$ 130,00	3	kg	0,12	\$15,60	5	\$78,00	\$936,00

Litopón	25kg	\$ 24,00	3	kg	0,12	\$2,88	5	\$14,40	\$172,80
Talco	25kg	\$ 30,00	3	kg	0,12	\$3,60	5	\$18,00	\$216,00
Espesante	25kg	\$ 284,00	600	gr	0,024	\$6,82	5	\$34,08	\$408,96
Solución	25kg	\$ 12,00	1	gr	0,04	\$0,48	5	\$2,40	\$28,80
Colorante	1kg	\$ 4,00	100	gr	0,1	\$0,40	5	\$2,00	\$24,00
Anti espuma	1kg	\$ 3,50	1	kg	1	\$3,50	5	\$17,50	\$210,00
Propileno	1kg	\$ 3,50	1	gr	1	\$3,50	5	\$17,50	\$210,00
Resina	300k g	\$ 380,00	24	kg	0,08	\$30,40	5	\$152,00	\$1.824,00
Carbonato B	50kg	\$ 13,58	225	kg	4,5	\$61,11	5	\$305,55	\$3.666,60
Resina	300k g	\$ 380,00	18	kg	0,06	\$22,80	5	\$114,00	\$1.368,00
TOTAL MATERIA PRIMA						\$215,01		\$1.075,03	\$12.900,36

Tabla 33 MPD

Elaborado por Luis Morales

5.01.03 CIF (costos indirectos de fabricación)

Son costos complementarios que se usan para la producción de un bien, pero que no necesariamente forman parte del artículo terminado. En los cuales se incluye suministros, impuestos, mantenimientos y materia o mano de obra que no va relacionada directamente con la transformación del producto terminado o del servicio final

CIF(costos indirectos de fabricación)					
Concepto	Cantidad	U/M	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Servicios básicos				\$120,00	\$1.440,00
Plástico	50	metros	3	\$150,00	\$1.800,00
Tanque	25	UNIDADES	5	\$125,00	\$1.500,00
Total				\$395,00	\$4.740,00

Tabla 34 CIF

Elaborado por Luis Morales

5.01.04 Cálculo de ingresos operacionales

Después de realizar los tres principales costos se procede a realizar el cálculo de los ingresos operacionales que son el resultado de todos los valores percibidos o causados por la elaboración del giro de negocio o del producto.

Ingresos operacionales(grafiado, rullato, fondo)	
Costo de producción unitario	\$169,44
Utilidad 50%	\$84,72
PVP	\$254,17
producción mensual(grafiado, rullato, fondo)	20
Ingresos mensuales(grafiado, rullato, fondo)	\$5.083,33
Ingresos anuales	\$60.999,90

Tabla 35 Ingresos operacionales

Elaborado por Luis Morales

Ingresos operacionales(pintura, empaste o estuco)	
Costo de producción unitario	\$477,88
Utilidad 35%	167,258933
PVP	\$645,14
Producción mensual(pintura, empaste o estuco)	5
Ingresos mensuales(pintura, empaste o estuco)	\$3.225,71
Ingresos anuales	\$38.708,50

Tabla 36 Ingresos operacionales

Elaborado por Luis Morales

Como M&V REVESTIMIENTOS realiza 5 productos, se realiza los costos operacionales de cada producto para este proyecto se han agrupado los productos

grafiado, rullato, y fondo para la tabla N° 38, puesto que el grafiado y el rullato se elaboran de la misma manera lo único que cambia es que se usa diferente número de grano pero los costos son los mismos, además que es esencial para cualquier obra que previo al grafiado o rullato se aplica una capa de fondo. En este caso se ha tomado en consideración una utilidad del 50% la misma que incurre en los parámetros de ganancia aceptable para una inversión

En el caso de la tabla N° 39 están los costos de la elaboración de la pintura y estuco o empaste y de igual manera el estuco se aplica previamente a la pintura. En este caso se ha tomado una utilidad del 35% ya que esta dentro de los parámetros aceptable para una inversión y con esta utilidad no se excede con los costos del mercado de pinturas.

Ingresos proyectados			
Año	Ingreso actual	Crecimiento del sector 11,5%	Ingreso proyectado
(año base)2014	\$99.708,40		\$99.708,40
2015	\$99.708,40	1,115	\$111.174,86
2016	\$111.174,86	1,115	\$123.959,97
2017	\$123.959,97	1,115	\$138.215,37
2018	\$138.215,37	1,115	\$154.110,13
2019	\$154.110,13	1,115	\$171.832,80

Tabla 37 Ingresos proyectados

Elaborado por Luis Morales

De la suma de los valores de ingresos anuales tanto de la pintura como del grafiado se procede a la proyección de los siguientes cinco años puesto que es la duración estándar de un proyecto, para esta proyección se ha tomado en cuenta la tasa de crecimiento del sector de la construcción que es del 11,5%.

5.02 Ingresos no operacionales

El presente proyecto de inversión no presenta ingresos no operacionales pues estos son actividades que no constituyen la razón de ser de la empresa, de esta manera este proyecto no genera ningún ingreso no operacional.

5.03. Costos

"Se considera costo a toda entrada de factores para la producción como materia prima, mano de obra y otros insumos. Es el consumo valorado en dinero de los bienes y servicios invertidos en la empresa para alcanzar los objetivos propuestos." (Cisneros, 2012)

De acuerdo con este concepto son los valores que se generan con el giro del negocio y de la elaboración del bien o servicio en este sentido se clasifican en costos directos e indirectos.

5.03.01 Costos directos

"Son los incurridos primeramente y que pueden identificarse y cargarse directamente al costo de un producto elaborado." (Cisneros, 2012)

Costo directo	
MPD	\$37.794,36
MOD	\$11.032,60
Total costo directo	\$48.826,96

Tabla 38 Costo directo

Elaborado por Luis Morales

5.03.02 Costos indirectos

"Son otros costos necesarios en la operación del taller son de naturaleza más general que no pueden identificarse como parte primordial del costo de un producto determinado. Deben asignarse o distribuirse al producto usando un método equitativo aproximado" (Cisneros, 2012)

Costos indirectos	
Servicios básicos	\$1.440,00
Plástico	\$1.800,00
Tanque	\$1.500,00
Total costos indirectos	\$4.740,00

Tabla 39 Costos indirectos

Elaborado por Luis Morales

5.03.03 Gastos

"Significa consumo, utilización, no es inventariable, es recuperable indirectamente a través de las utilidades, se relaciona con el departamento de administración." (Cisneros, 2012)

5.03.03.01 Gasto Administrativos

Los gastos de las áreas administrativas para que estén de manera funcional, en este gasto se toman en cuenta las remuneraciones, los materiales de aseo y los suministros que se utilizan para la gestión documental.

Se los representa en las siguientes tablas:

Gastos de personal						
Concepto	Remuneración mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Total mensual	Total anual
Gerente General	\$800,00	\$66,67	\$28,33	\$66,00	\$961,00	\$11.532,00
Contador	\$400,00	\$33,33	\$28,33	\$33,00	\$494,67	\$5.936,00
Secretaria	\$340,00	\$28,33	\$28,33	\$28,05	\$424,72	\$5.096,60
Total gastos de personal					\$1.880,38	\$22.564,60

Tabla 40 Gasto de personal

Elaborado por Luis Morales

Materiales de aseo y limpieza			
Descripción	Cantidad anual	Costo unitario	Costo anual
Escobas	6	\$2,80	\$16,80
Palas	1	\$9,30	\$9,30
Carretilla	1	\$21,99	\$21,99
Detergente	24	\$1,00	\$24,00
Desinfectantes	12	\$1,00	\$12,00
Cloro	12	\$1,00	\$12,00
Total materiales aseo y limpieza		\$37,09	\$96,09

Tabla 41 Materiales de aseo y limpieza

Elaborado por Luis Morales

Suministros de oficina			
Concepto	Cantidad anual	Costo unitario	Costo anual
Resma de papel bond	4	\$5,00	\$20,00
Talonario de facturas	1	\$20,00	\$20,00
Perforadora	2	\$3,00	\$6,00
Grapadora	2	\$3,00	\$6,00
Bolígrafos	12	\$0,35	\$4,20
Lápices	8	\$0,35	\$2,80
Total suministros de oficina		\$31,70	\$59,00

Tabla 42 Suministro de oficina

Elaborado por Luis Morales

5.03.03.02 Gastos de ventas

Los gastos de ventas son aquellos que son para realizar las gestiones comerciales y para desarrollar las mismas.

Gastos de ventas			
Concepto	cantidad	valor mensual	valor anual
Gasolina		\$80,00	\$960,00
Tarjetas de presentación	1000	\$35,00	\$70,00
Dípticos	1000	\$40,00	\$80,00
Camisetas	20	\$120,00	\$1.440,00
Total gastos de ventas		\$275,00	\$2.550,00

Tabla 43 Gasto de venta

Elaborado por Luis Morales

5.03.03.03. Proyección de costos y gastos

Una vez identificado los costos de producción, se realiza la proyección para los cinco años siguientes de actividades del proyecto estos valores se detallan en la siguiente tabla

PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS							
PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN							
DESCRIPCIÓN	2014 AÑO BASE)	VALOR PARA LA PROYECCIÓN (3.23)	2015	2016	2017	2018	2019
MANO DE OBRA DIRECTA	\$11.032,60	1,0323	\$11.388,95	\$11.756,82	\$12.136,56	\$12.528,57	\$12.933,25
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$37.794,36	1,0323	\$39.015,12	\$40.275,31	\$41.576,20	\$42.919,11	\$44.305,40
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$4.740,00	1,0323	\$4.893,10	\$5.051,15	\$5.214,30	\$5.382,72	\$5.556,59

Tabla 44 Proyección de costos y gastos

Elaborado por Luis Morales

Una vez identificado los gastos administrativos se realiza la proyección para los cinco años siguientes de actividades del proyecto estos valores se detallan en la siguiente tabla

Gastos administrativos proyectados							
Concepto	inf 2014 3,23%	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gerente General	1,0323	\$11.532,00	\$11.904,48	\$12.289,00	\$12.685,93	\$13.095,69	\$13.518,68
Contador	1,0323	\$5.936,00	\$6.127,73	\$6.325,66	\$6.529,98	\$6.740,90	\$6.958,63
Secretaria	1,0323	\$5.096,60	\$5.261,22	\$5.431,16	\$5.606,58	\$5.787,68	\$5.974,62
Total remuneraciones		\$22.564,60	\$23.293,44	\$24.045,81	\$24.822,49	\$25.624,26	\$26.451,92
Otros gastos							
Material de aseo y limpieza	1,0323	\$96,09	\$99,19	\$102,40	\$105,71	\$109,12	\$112,64
Suministros de oficina	1,0323	\$59,00	\$60,91	\$62,87	\$64,90	\$67,00	\$69,16
Servicios básicos	1,0323	\$1.440,00	\$1.486,51	\$1.534,53	\$1.584,09	\$1.635,26	\$1.688,08
Total otros gastos	1,0323	\$1.595,09	\$1.646,61	\$1.699,80	\$1.754,70	\$1.811,38	\$1.869,88
Total gastos administrativos		\$24.159,69	\$24.940,05	\$25.745,61	\$26.577,19	\$27.435,64	\$28.321,81

Tabla 45 Gastos administrativos proyectados

Elaborado por Luis Morales

Se realiza la proyección de los gastos de ventas para los cinco años siguientes.

Gasto de venta proyectado							
Descripción	Inf. 2014- 3,23%	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gasolina	1,0323	\$960,00	\$991,01	\$1.023,02	\$1.056,06	\$1.090,17	\$1.125,38
Tarjetas de presentación	1,0323	\$70,00	\$72,26	\$74,60	\$77,00	\$79,49	\$82,06
Dípticos	1,0323	\$80,00	\$82,58	\$85,25	\$88,01	\$90,85	\$93,78
Camisetas	1,0323	\$1.440,00	\$1.486,51	\$1.534,53	\$1.584,09	\$1.635,26	\$1.688,08
Total gasto de ventas		\$2.550,00	\$2.632,37	\$2.717,39	\$2.805,16	\$2.895,77	\$2.989,30

Tabla 46 Gasto de venta proyectado

Elaborado por Luis Morales

5.04 Inversiones

Son todos los rubros iniciales con la que cuenta una organización, para poder iniciar sus operaciones. Y con los cuales pretende obtener una ganancia futura

5.04.01 Inversión fija

Los rubros que contribuyen para financiar los componentes físicos del proyecto como los terrenos, construcción, vehículos, artefactos o maquinarias.

5.04.01.01 Inversión de activos nominales.

Es la inversión de constitución, son las inversiones utilizadas para la documentación de los requisitos en las patentes legales, permisos de funcionamiento,

calificación artesanal, para el presente proyecto consta de \$130 que corresponden a permisos y a la calificación artesanal.

5.04.02 Capital de trabajo

Constituye los costos de producción, el gasto administrativo y el gasto de venta, y es el rubro económico con el cual las empresas cubren los gastos desde el inicio de operaciones hasta la producción inicial. Para el este proyecto se representa en la siguiente tabla.

Cuadro de Inversiones			
concepto	Uso de fondo	Recurso propio	Recurso financiero
ACTIVOS FIJOS			
TERRENOS	\$30.000,00	\$30.000,00	\$0,00
CONSTRUCCIÓN	\$20.000,00	\$20.000,00	\$0,00
MUEBLES Y ENCERES	\$898,00	\$898,00	\$0,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$20.000,00	\$20.000,00	\$0,00
VEHÍCULOS	\$27.000,00	\$0,00	\$27.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$1.407,00	\$0,00	\$1.407,00
Total activos fijos	\$99.305,00	\$70.898,00	
Activo diferido			
Gastos de constitución	\$1.500,00	\$1.500,00	
Total activo diferido	\$1.500,00	\$1.500,00	
Capital de trabajo			
Costo de producción	\$4.463,91	\$4.463,91	\$0,00
Gasto administrativo	\$1.893,31	\$1.893,31	\$0,00
Gasto de ventas	\$275,00	\$275,00	\$0,00
Total capital de trabajo	\$6.632,22	\$6.632,22	\$0,00
Total inversión	\$107.437,22	\$79.030,22	\$28.407,00
Participación %	100%	74%	26%

Tabla 47 Cuadro de inversiones

Elaborado por Luis Morales

5.04.03 Depreciaciones

"Es un mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él, cuando un activo es utilizado para generar ingresos este sufre un desgaste normal durante su vida útil que al final lo lleva a ser inutilizable" (Gerencie, 2013), aunque muchas de las veces el activo no se deprecia de acuerdo a lo que dice el manual pero sirve para registrar contablemente su pérdida, a continuación se muestra en la siguiente tabla proyectada la depreciación de los activos del presente proyecto

DEPRECIACIONES							
DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA ÚTIL DEL PROYECTO	2015	2016	2017	2018	2019
CONSTRUCCIÓN	\$30.000,00	5	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00
VEHÍCULO	\$23.000,00	5	\$4.600,00	\$4.600,00	\$4.600,00	\$4.600,00	\$4.600,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$20.000,00	5	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$898,00	5	\$179,60	\$179,60	\$179,60	\$179,60	\$179,60
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$1.407,00	3	\$469,00	\$469,00	\$469,00	-	-
TOTAL DEPRECIACIONES			\$15.248,60	\$15.248,60	\$15.248,60	\$14.779,60	\$14.779,60

Tabla 48 Depreciaciones

Elaborado por Luis Morales

5.04.04. Amortización del diferido

La amortización del diferido corresponde a todos los gastos de constitución de la empresa y está distribuida para la vida útil del proyecto como lo muestra en la siguiente tabla:

AMORTIZACIÓN DEL DIFERIDO							
DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA ÚTIL DEL PROYECTO	2015	2016	2017	2018	2019
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$1.200,00	5	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
TOTAL AMORTIZACIÓN DEL DIFERIDO			\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00

Tabla 49 Amortización del diferido

Elaborado por Luis Morales

5.04.05 Amortización del préstamo

La siguiente tabla de amortización del financiamiento se lo ha realizado con la tasa de interés del mercado dada por el Banco Central del Ecuador que es equivalente al 10,21% a un plazo de 2 años pagaderos en 4 periodos así como lo refleja la siguiente tabla

Cuota de pago	\$7.101,75					
MONTO	\$16.115,00					
INTERÉS	10,21%					
PLAZO	2 AÑOS					
PERIODOS	4					
TABLA DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO						
AÑOS	PERIODO	CAPITAL (MONTO)	INTERÉS	CUOTA DE PAGO	CAPITAL PAGADO	SALDO
2014(AÑO BASE)	0	\$28.407,00				\$28.407,00
2015	1	\$28.407,00	\$1.450,18	\$7.101,75	\$8.551,93	\$21.305,25
	2	\$21.305,25	\$1.087,63	\$7.101,75	\$8.189,38	\$14.203,50
2016	3	\$14.203,50	\$725,09	\$7.101,75	\$7.826,84	\$7.101,75
	4	\$7.101,75	\$362,54	\$7.101,75	\$7.464,29	\$0,00

Tabla 50 Amortización del préstamo

Elaborado por Luis Morales

5.04.06 Estado de Situación Inicial

Es un estado demostrativo de lo que posee la empresa al iniciar una operación comercial y sirve para clasificar y ordenar los documentos que representa los bienes de una empresa al iniciar una actividad mercantil, para representar el estado de situación inicial de M&V REVESTIMIENTOS aquí está el siguiente.

M&V REVESTIMIENTOS			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
CAJA BANCOS	\$6.632,22	CUENTAS POR PAGAR	\$0,00
CUENTAS POR COBRAR	\$0,00	DOCUMENTOS POR PAGAR	\$0,00
INVENTARIOS	\$0,00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$0,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$6.632,22	PASIVO LARGO PLAZO	
ACTIVO NO CORRIENTE		PRÉSTAMO L/P	\$28.407,00
TERRENO	\$30.000,00	TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$28.407,00
CONSTRUCCIÓN	\$20.000,00	TOTAL PASIVO	\$28.407,00
VEHÍCULO	\$27.000,00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$20.000,00	PATRIMONIO	
MUEBLES Y ENSERES	\$898,00	CAPITAL	\$79.030,22
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$1.407,00	TOTAL PATRIMONIO	\$79.030,22
TOTAL ACTIVO FIJO	\$99.305,00		
OTROS ACTIVOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$1.500,00		
TOTAL DE OTROS ACTIVOS	\$1.500,00		
TOTAL ACTIVO	\$107.437,22	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$107.437,22

Tabla 51 Estado de situación inicial

Elaborado por Luis Morales

Análisis

El estado de situación inicial representa los valores con los que cuenta la empresa para el inicio de sus operaciones cuenta con un patrimonio de \$107.437,22; todos estos elementos son capaces de atraer dinero.

5.04.07 Estado de Resultados Proyectado

El Estado de Resultados detalla los ingresos y egresos esperados de las empresas durante un periodo determinado en el futuro, que termina reflejando el ingreso neto o pérdida de dicho periodo. (Sanmartin, 2010)

M&V REVESTIMIENTOS						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DEL 2015 AL 2019						
DESCRIPCIÓN	2014 (AÑO BASE)	2105	2016	2017	2018	2019
VENTAS	\$99.708,40	\$102.928,98	\$106.253,58	\$109.685,57	\$113.228,42	\$116.885,70
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$4.463,91	\$4.608,10	\$4.756,94	\$4.910,59	\$5.069,20	\$5.232,94
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$1.893,31	\$1.954,46	\$2.017,59	\$2.082,76	\$2.150,03	\$2.219,48
(-) GASTOS DE VENTAS	\$275,00	\$283,88	\$293,05	\$302,52	\$312,29	\$322,38
(-) DEPRECIACIONES	\$15.248,60	\$15.741,13	\$16.249,57	\$16.774,43	\$17.316,24	\$17.875,56
(-) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO	\$240,00	\$247,75	\$255,75	\$264,02	\$272,54	\$281,35
(=) UTILIDAD BRUTA	\$77.587,58	\$80.093,65	\$82.680,68	\$85.351,26	\$88.108,11	\$90.954,00
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$77.587,58	\$80.093,65	\$82.680,68	\$85.351,26	\$88.108,11	\$90.954,00
(-) 15% PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES	\$11.638,14	\$12.014,05	\$12.402,10	\$12.802,69	\$13.216,22	\$13.643,10
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$65.949,44	\$68.079,61	\$70.278,58	\$72.548,58	\$74.891,89	\$77.310,90
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$14.508,88	\$14.977,51	\$15.461,29	\$15.960,69	\$16.476,22	\$17.008,40
(=) UTILIDAD NETA	\$51.440,56	\$53.102,09	\$54.817,29	\$56.587,89	\$58.415,68	\$60.302,50

Elaborado por Luis Morales

Análisis

Representa todos los datos resultantes de la actividad económica a la que se va a sujeción la empresa y está proyectada de acuerdo a la inflación anual que en la actualidad está en el 3,23% se representa en la siguiente tabla.

5.04.08 Flujo de Caja

Consiste en la recolección de todos los activos líquidos dentro de un periodo determinado, en este caso está proyectado a cinco años que corresponde a la vida de un proyecto de inversión, así como se muestra en la siguiente tabla.

M&V REVESTIMIENTOS						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DEL 2015 AL 2019						
DESCRIPCIÓN	2014 (AÑO BASE)	2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS		\$102.928,98	\$106.253,58	\$109.685,57	\$113.228,42	\$116.885,70
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$4.608,10	\$4.756,94	\$4.910,59	\$5.069,20	\$5.232,94
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$1.954,46	\$2.017,59	\$2.082,76	\$2.150,03	\$2.219,48
(-) GASTOS DE VENTAS		\$283,88	\$293,05	\$302,52	\$312,29	\$322,38
(-) DEPRECIACIONES		\$15.741,13	\$16.249,57	\$16.774,43	\$17.316,24	\$17.875,56
(-) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO		\$247,75	\$255,75	\$264,02	\$272,54	\$281,35
(=) UTILIDAD BRUTA		\$80.093,65	\$82.680,68	\$85.351,26	\$88.108,11	\$90.954,00
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$80.093,65	\$82.680,68	\$85.351,26	\$88.108,11	\$90.954,00
(-) 15% PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES		\$12.014,05	\$12.402,10	\$12.802,69	\$13.216,22	\$13.643,10
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$68.079,61	\$70.278,58	\$72.548,58	\$74.891,89	\$77.310,90
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		\$14.977,51	\$15.461,29	\$15.960,69	\$16.476,22	\$17.008,40
(=) UTILIDAD NETA		\$53.102,09	\$54.817,29	\$56.587,89	\$58.415,68	\$60.302,50
(+) DEPRECIACIONES		\$15.248,60	\$15.248,60	\$15.248,60	\$14.779,60	\$14.779,60
(+) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO		\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
(-) AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA		-\$8.189,38	-\$7.464,29	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(-) COMPRA DE ACTIVO FIJO		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

CONTRIBUIR AL SECTOR INMOBILIARIO, MEDIANTE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE REVESTIMIENTOS DE LA CONSTRUCCIÓN, UBICADA AL NORTE DE QUITO.

(-) INVERSIÓN	-\$52.234,00					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	-\$27.458,60					
DEUDA	\$28.407,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
DEPOSITO DE GARANTÍA		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+) VALOR DE DESECHO		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	-\$51.285,60	\$60.401,31	\$62.841,60	\$72.076,49	\$73.435,28	\$75.322,10

Tabla 53 Flujo de caja

Elaborado por Luis Morales

Análisis

El estado de flujo de caja permite conocer cuál es el movimiento de los ingresos por las ventas u otros conceptos, es el mismo estado de resultados pero aumentando las depreciaciones, las amortizaciones del préstamo; estos pasan a ser recursos de capital de trabajo para la operatividad de la empresa.

5.05 Evaluación financiera.

Es la parte más importante del proyecto de inversión porque es aquí donde se analizan los indicadores financieros los cuales nos dicen si el proyecto es viable.

5.05.01 Tasa de descuento

El cálculo de la tasa de descuento es la parte principal en la evaluación financiera, se toma en cuenta las dos tasas del sector financiero, la tasa activa

(10,21%) y la tasa pasiva (4,98%) dando como resultado 15,19% que va a servir para los siguientes indicadores.

Cálculo de la tasa de descuento o t mar	
tasa activa	10,21
(+)tasa pasiva	4,98
tasa de descuento	15,19

Tabla 54 Cálculo de la tasa de descuento o Tmar

Elaborado por Luis Morales

5.05.02 Cálculo del VPN (valor presente neto)

Significa traer al presente valores futuros y sirve para saber si la inversión es positiva o negativa si el VPN es mayor a 0 el proyecto es viable, pero si es menor a 0 quiere decir que la inversión no da resultado.

Para el presente proyecto es el siguiente.

CÁLCULO DEL VALOR PRESENTE NETO (VPN)	
TASA DE DESCUENTO	15,19%
INVERSIÓN	-\$107.437,22
AÑO 2015	\$60.401,31
AÑO 2016	\$62.841,60
AÑO 2017	\$72.076,49
AÑO 2018	\$73.435,28
AÑO 2019	\$75.322,10
VPN	\$102.759,01

Tabla 55 VPN

Elaborado por Luis Morales

Análisis

El VPN nos da un valor de \$102.759,01 lo cual significa que el proyecto es viable ya que en VPN tiene que ser superior a 0 para que un proyecto sea viable.

5.05.03 TIR (tasa interna de rendimiento)

"Se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero. En definitiva la TIR mide la rentabilidad del dinero que se mantendrá dentro del proyecto". (Sanmartin, 2010)

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RENDIMIENTO(TIR)	
INVERSIÓN	-\$107.437,22
AÑO 2015	\$60.401,31
AÑO 2016	\$62.841,60
AÑO 2017	\$72.076,49
AÑO 2018	\$73.435,28
AÑO 2019	\$75.322,10
TIR	53,86%

Tabla 56 TIR

Elaborado por Luis Morales

Si la TIR es mayor a la tasa de descuento entonces el proyecto es aceptable, en este caso la TIR es igual a 53,86% y es mayor a la tasa de descuento 15,19% quiere decir que el proyecto es rentable

5.05.04 PRI (periodo de recuperación de la inversión)

"El plazo de recuperación de una inversión o período de repago, señala el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial, sobre la base del flujo de fondos que genere en cada período durante la vida útil del proyecto." (Sanmartin, 2010)

AÑOS	FLUJOS ACTUALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
2015	\$60.401,31	\$0,87	\$52.436,24	\$52.436,24
2016	\$62.841,60	\$0,75	\$47.360,65	\$99.796,89
2017	\$72.076,49	\$0,65	\$47.157,34	
2018	\$73.435,28	\$0,57	\$41.710,52	
2019	\$75.322,10	\$0,49	\$37.140,57	

Tabla 57 PRI

Elaborado por Luis Morales

Hasta aquí representa que la inversión se va a recuperar en 2 años

Luego se resta el último valor \$99.796,89 de la inversión \$107.437,22

$$107.437,22 - 99.796,89 = 7.640,33$$

De este valor se hace regla de 3 con el siguiente valor del flujo actualizado

\$47.157,34 de la siguiente manera:

$$\frac{7.640,33 * 12}{47.157,34} = 1,94$$

Esto representa 1 mes se toma la parte entera para representar los meses en este caso 1.

Y con la parte decimal se multiplica por 30 días de la siguiente manera:

$$0.94 * 30 = 28$$

De esta manera queda que el PRI (periodo de la recuperación de la inversión) es en: **2 años, 1 meses y 28 días.**

5.05.05 RCB (relación costo beneficio)

La relación costo beneficio es igual a la sumatoria de los flujos actualizados dividido para la inversión de la siguiente manera:

LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO		Inversión
2015	\$52.436,24	
2016	\$47.360,65	
2017	\$47.157,34	
2018	\$41.710,52	
2019	\$37.140,57	
Total flujos actualizados	\$225.805,32	\$ 107.437,22
	RCB	2,10

Tabla 58 RCB

Elaborado por Luis Morales

De los cálculos realizados se desprende que la RCB, por cada dólar invertido se tiene un valor de 1,10 lo que nos da otro excelente indicador.

5.05.06 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, es aquel punto de actividad en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Se debe analizar el punto de equilibrio para que en base a ello se pueda tomar decisiones

Proyección de costos anuales						
Concepto	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Costos fijos						
Depreciación	\$15.248,60	\$15.248,60	\$15.248,60	\$15.248,60	\$14.779,60	\$14.779,60
Amortización de inversión diferida	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
Sueldos administrativos	\$22.564,60	\$23.293,44	\$24.045,81	\$24.822,49	\$25.624,26	\$26.451,92
Servicios básicos	\$1.440,00	\$1.486,51	\$1.534,53	\$1.584,09	\$1.635,26	\$1.688,08
Total costos fijos	\$39.493,20	\$40.268,55	\$41.068,94	\$41.895,19	\$42.279,12	\$43.159,60
Costos variables						
MPD	\$37.794,36	\$39.015,12	\$40.275,31	\$41.576,20	\$42.919,11	\$44.305,40
MOD	\$11.032,60	\$11.388,95	\$11.756,82	\$12.136,56	\$12.528,57	\$12.933,25
CIF	\$4.740,00	\$4.893,10	\$5.051,15	\$5.214,30	\$5.382,72	\$5.556,59
Tarjetas de presentación	\$70,00	\$72,26	\$74,60	\$77,00	\$79,49	\$82,06
Camisetas	\$1.440,00	\$1.486,51	\$1.534,53	\$1.584,09	\$1.635,26	\$1.688,08
Dípticos	\$80,00	\$82,58	\$85,25	\$88,01	\$90,85	\$93,78
Total costo variable	\$53.636,96	\$56.938,53	\$58.777,64	\$60.676,16	\$62.636,00	\$64.659,15
Costo total	\$93.130,16					
VENTAS		\$99.708,40	\$102.928,98	\$106.253,58	\$109.685,57	\$113.228,42
PUNTO DE EQUILIBRIO		\$93.877,13	\$95.743,07	\$97.669,27	\$98.564,33	\$100.616,98

Tabla 59 Proyección de costos anuales

Elaborado por Luis Morales

Costo variable total	56.938,53
Producción anual	300,00
Total costos fijos	40.268,55

Tabla 60 Datos PE

Elaborado por Luis Morales

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{costo variable total}}{\text{\#unid. producidas}}$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{56.938,53}{300} = 189,80$$

$$\text{Precio unitario de venta} = 445,15$$

El precio unitario de venta se obtiene del promedio de los dos productos 645,14 de la pintura y 254,17 el el caso del grafiado.

$$PE = \frac{\text{costo fijo}}{PUV - CVU}$$

$$PE = \frac{40.268,55}{445,15 - 189,80} = 157,70$$

Equivalente a 158 unidades

Punto de Equilibrio

Cantidad		Costos fijos totales	Costo variable total	Costo total	Ingreso total	Utilidad
50	Und.	40.268,55	9.489,75	49.758,30	22.257,50	-27.500,80
100	Und.	40.268,55	18.979,51	59.248,06	44.515,00	-14.733,06
158	Und.	40.268,55	29.930,69	70.199,24	70.199,24	PE
200	Und.	40.268,55	37.959,02	78.227,57	89.030,00	10.802,43
300	Und.	40.268,55	56.938,53	97.207,08	133.545,00	36.337,92

Tabla 61 PE

Elaborado por Luis Morales

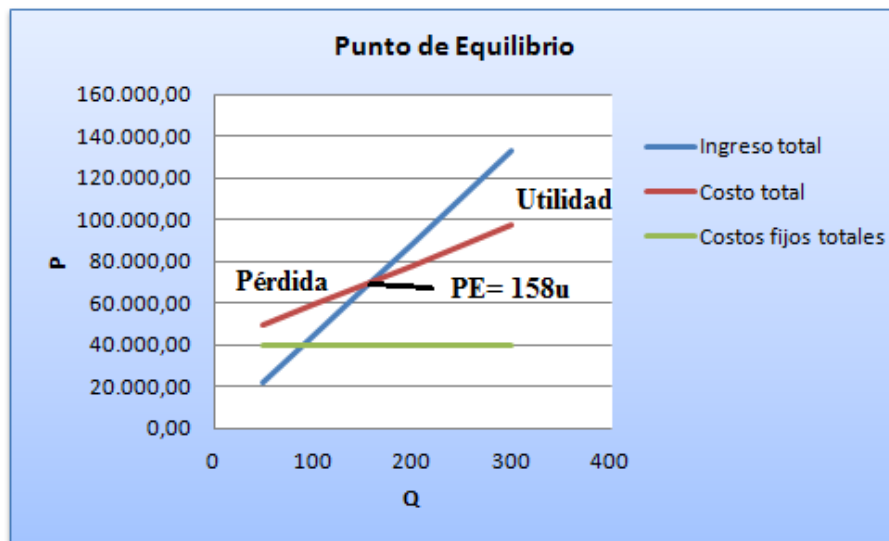


Grafico 35 PE

Elaborado por Luis Morales

Análisis

Del punto de equilibrio se desprende que se debe producir anualmente 158 unidades para cubrir todos los costos de operación y no tener pérdidas; todo más arriba que se produzca será ganancias.

5.05.07 Análisis de índices financieros

5.05.07.01. Razón de endeudamiento

Cuál es el nivel de endeudamiento sobre la totalidad de la deuda de la empresa

$$\text{Razon de endeudamiento} = \frac{\text{total pasivo}}{\text{total activo}}$$

$$\text{Razon de endeudamiento} = \frac{28.407,00}{107.437,22} = 0.26$$

Es el porcentaje del 26% de los bienes que tiene la empresa los debe entonces el nivel de deuda es del 26%.

Del total de los activos de la empresa se debe el 26% este es un indicador aceptable ya que una empresa no debe tener un endeudamiento superior al 50%

5.05.07.02. Razón de rentabilidad

"Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades, a partir de los recursos disponibles." (Guevara, 2014).

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{51.440,56}{99.708,40} = 0,52$$

Esto quiere decir que el 52% les está quedando a los propietarios por operar la empresa. Un porcentaje que supera a la tasa media de rentabilidad del país que es del 35% lo cual representa que se puede tener una rentabilidad aceptable.

5.05.07.03. ROE (rendimiento sobre el patrimonio)

"Mide la rentabilidad que están obteniendo los inversionistas" (Guevara, 2014).

$$ROE = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{capital contable}}$$

$$ROE = \frac{51.440,56}{70.030,22} = 0.73$$

La rentabilidad obtenida por los inversionistas equivale al 73% lo cual es alta y en este caso se puede asignar al ahorro empresarial o se puede invertir para poder generar mayores beneficios para la organización.

5.05.07.04. ROA (rendimiento de la inversión)

Mide la rentabilidad del negocio, " el índice de retorno sobre los activos (ROA) mide la rentabilidad de una empresa con respecto a los activos que posee. El ROA da una idea de cuan eficiente es una empresa en el uso de los activos para generar utilidades" (cruz, 2014)

$$ROA = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{total activo}}$$

$$ROA = \frac{51.440,56}{107.437,22} = 0,48$$

La empresa M&V REVESTIMIENTOS está generando una renta del 48% , es decir, este porcentaje es lo que utiliza la empresa del total de sus activos para generar utilidad.

5.05.07.05. ROI (retorno sobre la inversión)

Analiza la utilidad conseguida en relación a la inversión realizada desde el punto de vista financiero.

$$\text{Rotacion del activo total} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{inversion}}$$

$$\text{Rotacion del activo total} = \frac{51.440,56}{107.437,22} = 0,48$$

El valor de la utilidad conseguida de la inversión equivalente a \$107.437,22 es del 48% y desde el punto de vista financiero tendríamos una liquidez que se debe invertir apropiadamente para poder generar una utilidad mayor.

CAPÍTULO 6

Análisis de impactos

6.01 Impacto ambiental

Se conoce como impacto ambiental al efecto que tiene la contaminación de las empresas sobre el medio ambiente. Entre los factores que contaminan el ambiente tenemos; la contaminación del agua, los desechos de energía radioactiva, la contaminación acústica, emisión de gases nocivos, o la pérdida de superficie de hábitats naturales, entre otros.

El análisis del impacto ambiental de la nuestra empresa es importante porque así vamos a identificar y evaluar los efectos del proyecto sobre el medio ambiente, y de esta manera saber si el proyecto es viable desde el punto de vista ambiental.

En primer lugar vamos a analizar el impacto de cada uno de los productos de materia prima.

Carbonatos de calcio.- uno de los productores de carbonato de calcio en Quito es la empresa Laced "El carbonato de calcio (CaCO_3) abunda en la naturaleza, presentándose con distintos aspectos y grados de pureza. Uno de ellos es en la piedra caliza que disponemos en nuestro yacimiento con características excepcionales de pureza y blancura." (Laced, 2014) esta planta industrial se ubicada en la ciudad de Quito para el procesamiento de carbonato de calcio pulverizado. A lo largo de las dos últimas décadas, esta planta ha sido ampliada y modernizada, contando al momento con una capacidad productiva que permite satisfacer la demanda del mercado nacional.

El carbonato de calcio CECAL se ha constituido en la marca líder a nivel nacional de carbonato de calcio de altísima calidad en las distintas granulometrías, gracias a la utilización de maquinaria italiana con tecnología de punta.

Nuestro liderazgo, es una muestra de la confianza que nuestros clientes han depositado a lo largo de los años en nuestro producto.

Este es el producto principal que lleva los productos de grafiado, rullato, fondo, pintura y empaste, como vemos en el siguiente grafico tiene cantidades mínimas de productos químicos los cuales no representan mayor amenaza para el medio ambiente.

Resina.- la resina se lo extrae principalmente de muchas plantas particularmente de árboles de tipo conífera (árboles que tienen forma de cono como por ejemplo el pino), compuesto también por elementos derivados del petróleo y gas natural. Por sus propiedades está asociado a la producción de barnices adhesivos y aditivos. La resina que se usa para la elaboración de nuestros productos es la resina sintéticas marca RESAFLEX la cual tiene las características; de muy buena adherencia, es eficiente para ligar pigmentos, buena resistencia para el agua.

El impacto que tiene este tipo de resina esta en los procesos anteriores para su elaboración, los conocidos por el petróleo el cual tiene uno de los mayores impactos en el mundo, por su contaminación en ríos mares y la atmosfera, y con la tala indiscriminada de los bosques.

Análisis.

Estos son los dos principales componentes de los productos grafiado, rullato, pintura, fondo y estuco, ocupan alrededor del 90% del producto final elaborado, que en sí ellos ya tienen un pequeño impacto ambiental alrededor del mundo como la explotación de minas de mármol, calcio, piedra caliza en el caso del carbonato y la tala y extracción del petróleo en el caso de la resina. En la siguiente tabla se

resumen las ventajas y desventajas sobre el impacto ambiental que genera la producción de los productos de M&V REVESTIMIENTOS

Impacto ambiental	
ventajas	desventajas
Reciclaje de fundas de cartón	Sin tratamiento de desecho de residuos líquidos
Protege las superficies de la humedad	Sin tratamiento de desechos sólidos
Ralentiza el deterioro de las construcciones	Uso de agua potable
Utilización de agua reciclada	Ruido por parte de la maquinaria
Adorno del paisaje inmobiliario	

Tabla 62

6.02 Impacto económico

El estudio del impacto económico sirve para medir el efecto y los beneficios sobre la inversión que se realiza en el presente proyecto.

La producción de nuevas plazas de empleo.- repercute directamente en la economía de los hogares ecuatorianos, un salario fijo es importante para activar la economía del país, porque de ahí parte en inicio del proceso de consumo, así las personas tienen poder adquisitivo y así mueven los comercios locales y la producción local.

Generación de ganancias para los inversionistas.- ya que está dentro de uno de los sectores con mayor crecimiento del país 11.5% en el sector de la construcción es una oportunidad invertir en este sector, así se minimizan los riesgos de poder invertir, según el estudio financiero tenemos indicadores positivos como por ejemplo un VPN(valor presente neto) de \$77.681,04 que es un indicador positivo, o sino el de la TIR (tasa interna de rendimiento) que es del 53% y el cual debe oscilar entre el 46% y 56% para que sea aceptable.

Un impacto indirecto sobre los sectores que se mueven alrededor de la empresa creada, aumentan los clientes de nuestros proveedores de materia prima, los cuales también genera rentabilidad para los trabajadores de ese sector. También la mano de obra de los trabajadores de la construcción en especial a los que se dedican a aplicar los revestimientos, es un aporte a la economía indirectamente sobre aquellos trabajadores.

En conclusión la nueva inversión, adopta una expresión monetaria, se traduce eventualmente en una demanda de bienes finales que, en el proceso de producción, genera actividad económica que beneficia el conjunto de todos los agentes económicos.

6.03 Impacto productivo

El impacto productivo esta en fomentar el desarrollo de las microempresas que estimulan la generación de empleos mejoran el nivel de vida y dan beneficios para todo su entorno.

Debido a la gran demanda de vivienda de las familias ecuatorianas genera un gran impacto productivo en la fabricación de materiales para la construcción y se hace necesario crear una empresa que se dedique a la fabricación de revestimientos porque organizaciones constituidas en la producción de revestimientos hay pocas y las que existen tienen dominado el mercado por ejemplo las de pinturas pero el producto estrella de M&V REVESTIMIENTOS es el grafiado y el rullato que se sale dentro de las aspiraciones comunes que tienen ahora los que se dedican a la construcción, es un producto viejo pero innovador y que pocos conocen pero a muchos le gusta sobre todo por duración y gran variedad que existe actualmente.

La creación de este proyecto es un aporte para el proceso del cambio de la matriz productiva donde se pretende dejar de ser un país exportador de materia prima y exportar materia elaborada, el presente proyecto pues genera eso un producto elaborado que con los correctivos necesarios y en un futuro obteniendo las normas de calidad necesaria se podría exportar un producto nuevo que puede ser muy requerido en los países industrializados cuya principal fuente es la construcción.

Está en concordancia con los objetivos del plan nacional del buen vivir, como el de garantizar el trabajo digno en todas sus formas, siempre nuestra empresa va a

seguir los lineamientos legales para no tener ningún problema y garantizar los derechos, y también el de apoyo al cambio de la matriz productiva.

6.04 Impacto social

La generación de empleo genera un impacto social positivo baja la tasa de desempleo, y con la capacitación correcta se puede dar al empleado una filosofía de vida, y con el ejemplo de superación y de emprendimiento podemos tener más empresarios generadores de empleo que ayuden al progreso propio y de su entorno.

Siempre garantizando el trabajo digno en todas sus formas, cumpliendo con las disposiciones legales, para que exista un buen entorno de trabajo amigable y solidario y que genere mayores utilidades para todos los miembros de la organización.

CAPÍTULO 7

7.01 Conclusiones

Para terminar la implementación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de revestimientos podemos obtener las siguientes conclusiones que resultan de cada uno de los capítulos y factores analizados en este proyecto.

En la actualidad el crecimiento del sector de la construcción nos lleva a plantear un proyecto que represente una oportunidad de invertir y contribuir en el sector de la construcción y debido a que la ciudad de Quito es una de las ciudades con mayor crecimiento demográfico y que cada vez las familias buscan vivienda que sean atractivas y elegantes, se ha pensado en la implementación de una microempresa que se dedique a la fabricación de revestimientos.

El estudio de los factores que pueden influir en la creación de la microempresa nos arroja datos positivos después del análisis FODA en donde los resultados obtenidos de las Oportunidades y Amenazas son favorables para el presente proyecto con un puntaje mayoritario en las Oportunidades con 6 puntos, 2 de oportunidad alta, 2 de oportunidad media y 2 de oportunidad baja, de acuerdo con los indicadores establecidos y que los resultados obtenidos de las Fortalezas y Debilidades son favorables para el presente proyecto con un puntaje mayoritario en las Fortalezas con 6 puntos ,2 de fortaleza alta, 2 de fortaleza media y 2 de fortaleza baja, de acuerdo con los indicadores establecidos.

Se determinó un sector de la población los cuales son quienes captan los mayores ingresos del sector como son las inmobiliarias y/o constructoras son ellos los que están a cargo de la construcción y comercialización de las viviendas, entonces, de un grupo de 381 inmobiliarias registradas en la Cámara de la Construcción se tomó una muestra de 191 inmobiliarias a las cuales se le realizó una encuesta la cual constaba de 8 preguntas la cual tenía el objetivo de recopilar información referente a la aceptación del producto, la frecuencia con que consume, el precio que estaría dispuesto a pagar y la competencia; los resultados fueron que la aceptación es de un 80.10% , la frecuencia con que compra el producto es del 95% que en promedio compra revestimientos, el precio de aceptación oscila entre los

\$200 y los \$230 y que el 64.4% de los encuestados no están de acuerdo con el producto que le ofrece la competencia.

El estudio técnico consta básicamente de la capacidad instalada de la empresa y la ubicación geográfica la cual será en el barrio Santa Isabel, calle Velasco Ibarra N68-127 y av. Machala por los siguientes factores; por ser un lote propio, acceso de servicios básicos, vías de acceso que se puede distribuir el producto a toda la ciudad, líneas de transporte, cercanía con proveedores y el cual constará de 175m² distribuidas en 5 áreas las cuales harán marchar de una correcta manera a la empresa eliminando tiempos muertos y procurando elaborar un producto de calidad, con los activos necesarios cuyo costo asciende a \$56.104,00

El quizá más importante es el estudio financiero el cual recopila todos los costos de producción como son la materia prima, la mano de obra directa los costos indirectos de fabricación los cuales fueron usados para determinar los ingresos operacionales arrojo datos como el PVP del grafiado en conjunto con el fondo es de \$254.17 y de la pintura en conjunto con el empaste es de \$645.14 con una utilidad del 50% y 35% respectivamente, sumando todos los gastos y costos que representa la constitución tenemos los datos de la inversión que equivale a \$83.692,60 de los cuales el 78% equivalente a \$64.986,60 será de recurso propio y el 22% equivalente a \$18.706,00 será capital financiado. En la evaluación financiera tenemos datos positivos como los del VPN (valor presente neto) que nos dio un valor mayor a 0 que

quiere decir que el proyecto es viable, el valor es de \$102.759,01, una TIR (tasa interna de rendimiento) equivalente al 53,86% el cual es un indicador positivo, el PRI (periodo de recuperación de la inversión) está en 2años, 1 mese y 28 días el cual es un tiempo prudente en el cual se recuperaría la inversión, la RCB (relación costo beneficio) 2,10; lo que indica que por cada dólar invertido se tiene un valor 1,10 ; de lo que nos da otro excelente indicador.

El análisis de impactos tenemos unas ventajas y desventajas en la elaboración del producto con respecto al impacto ambiental se debe tratar de hacer un mejor manejo de los residuos ya que podrían ser perjudiciales para el medio ambiente, con lo q respecta al impacto económico la generación de fuentes de empleo activa la economía de todos los agentes económicos, el impacto productivo es apoyar con el cambio de la matriz productiva y en un futuro llegar a exportar el producto, el impacto social con la generación de empleo se pone el objetivo de garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

7.01 Recomendaciones

- Como es un proyecto orientado a las construcciones se debe mantener un control de calidad para garantizar que el producto este en las mejores condiciones

-
- El objetivo es ir creciendo entonces se debe tener la empresa con todas las disposiciones legales, para buscar alcanzar una normativa de calidad que permita seguir creciendo como organización.
 - Realizar un mejor tratamiento de los residuos ya que podría ser perjudicial para el medio ambiente y para los propios trabajadores.
 - Ejecutar el proyecto ya que el estudio de factibilidad arrojó unos indicadores favorables los cuales pueden llegar a generar utilidades.

Anexos

Grafico 36 Carbonato



Grafico 37 Propiedades del Carbonato

CARBONATO DE CALCIO	CARACTERÍSTICAS FÍSICAS										ANÁLISIS QUÍMICO										ANÁLISIS GRANULOMÉTRICO										 cecal PRINCIPALES UTILIZACIONES	
	DENSIDAD ABSOLUTA (g/cm³)	DENSIDAD APARENTE (g/cm³)	BLANQUEO (MgO + 100)	pH	HUMEDAD MÁXIMA (%)	INSOLUBILIDAD EN HCl (%)	DUREZA (Mohs)	ABSORCIÓN DE ACEITE (%)	ABSORCIÓN DE CO₂ (%)	CaO (%)	MgO (%)	Al₂O₃ (%)	Fe₂O₃ (%)	SiO₂ (%)	PERDIDA AL FUEGO (%)	% RETENIDA A 45 micrones	% RETENIDA A 60 micrones	% RETENIDA A 75 micrones	% RETENIDA A 105 micrones	% RETENIDA A 150 micrones	% RETENIDA A 200 micrones	% RETENIDA A 250 micrones	% RETENIDA A 300 micrones	% RETENIDA A 350 micrones	% RETENIDA A 400 micrones	% RETENIDA A 450 micrones	% RETENIDA A 500 micrones					
A-10	2,7	0,56	9	0,07	1,73	3	26 ± 1	29 ± 1	98,5	1,52	0,04	0,03	0,49	43,3																	Pinturas, masilla, pegos, PVC, caucho, revestimientos plásticos, papel, bases o fondos aislantes, artículos en PVC plastificados, adhesivos, cable eléctrico para bajas tensiones, antioxidantes, resinas epoxicas, polietileno, polipropileno.	
B-10	86	5,38			5,38				94,66	2,65	0,66	0,25	0,96	40,83															0	2	79	
A-500	2,7	0,89	9	0,07	1,73	3	23 ± 1	25 ± 1	98,5	1,52	0,04	0,03	0,49	43,3									0,0	0,02	4,5	52	58					Pinturas, políster, plásticos, caucho, resinas, cerámica, jabones, detergentes, papel, cartulina, asfalto, productos químicos diversos.
B-500	86	5,38			5,38				94,66	2,65	0,66	0,25	0,96	40,83																		
A-325	2,7	1,05	9	0,07	1,73	3	21 ± 1	23 ± 1	98,5	1,52	0,04	0,03	0,49	43,3									0,2	0,93	11	63	66					Plásticos, resinas, políster, pinturas, masilla, caucho, papel, cartulina, asfalto, productos químicos diversos, PVC, polipropileno, perforación de pozos, revestimientos, jabones, detergentes, látex, insecticidas, ceras, pisos de vinilo, bases o fondos.
B-325	86	5,38			5,38				94,66	2,65	0,66	0,25	0,96	40,83																		
A-100	2,7	1,29	9	0,07	1,73	3	20		98,5	1,52	0,04	0,03	0,49	43,3		0,43	10	41	54	59	76	92										Masilla, resinas, caucho, detergentes, productos químicos diversos, barniz, cerámica, balanceados, asfalto, láminas, impermeabilizantes, control de pH.
B-100	86	5,38			5,38				94,66	2,65	0,66	0,25	0,96	40,83																		
A-30	2,7	1,56	9	0,07	1,73	3	14	-	98,5	1,52	0,04	0,03	0,49	43,3		0,0	31	47	68	78	82	93	96									Balanceados, enlucido, barniz, productos químicos diversos, revestimientos, aditivos, industria agrícola, control de pH, pisos de vinilo.
B-30	86	5,38			5,38				94,66	2,65	0,66	0,25	0,96	40,83																		

Los datos fueron obtenidos del valor promedio de un elevado número de pruebas y análisis rigurosamente controlados.

Podrás alistar los productos que cumplen con las especificaciones técnicas y/o normativas físicas y químicas de los productos CECAL en nuestra [página web](#).

Los datos fueron obtenidos del valor promedio de un elevado número de pruebas y análisis rigurosamente controlados. Debido al origen natural del producto se pueden encontrar ligeras variaciones en las propiedades físicas y químicas.

CONTRIBUIR AL SECTOR INMOBILIARIO, MEDIANTE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE REVESTIMIENTOS DE LA CONSTRUCCIÓN, UBICADA AL NORTE DE QUITO.

Grafico 38 Máquina 1200Kg



Grafico 39 Máquina 1200kg



Grafico 40 Maquina 300kg



Grafico 41 Máquina 300Kg



Grafico 42 Grafiado tono claro



Grafico 43 Grafiado tono claro



Grafico 44 Grafiado tono fuerte



Grafico 45 Grafiado tono fuerte



Grafico 46 Aplicación de muestras



Bibliografía/ web grafía

- Artesano, L. d. (2013). *Ley de Defensa del Artesano*. Obtenido de Ley de Defensa del Artesano.
- BCE. (junio de 2014). <http://www.bce.fin.ec/>. Recuperado el 30 de junio de 2014, de <http://www.bce.fin.ec/>: <http://www.bce.fin.ec/>
- Cisneros, J. F. (2012). Contabilidad de costos.
- condor. (2014). *pinturas condor*. Obtenido de <http://www.pinturascondor.com/Quienes-Somos.aspx>
- Cordoba, U. d. (2009). Obtenido de <http://www.aves.edu.co/>
- cruz, D. (abril de 2014). proyecto de grado. quito, pichincha, ecuador.
- Ecuador, A. N. (2008). *Asamblea Nacional*. Obtenido de Asamblea Nacional: www.asambleanacional.gov.ec
- e-economic. (2013). *e-economic*.
- e-economic. (2014). *e-economic*.
- Gerencie. (septiembre de 2013). *Gerencie*. Obtenido de Gerencie: www.gerencie.com
- Guevara, J. (2014). razones o indices financieros.
- <http://www.eticaygestion.org/>. (2014). *eticaygestion*. Obtenido de <http://www.eticaygestion.org/>
- Inec. (enero de 2014). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Lacec. (2014).

-
- marketing, D. d. (2005). Diccionario de marketing. En *Diccionario de marketing* (pág. 282). Cultural S.A. .
- pintulac. (2014). *pintulac el color de tus ideas*. Recuperado el 27 de mayo de 2014, de <http://www.pintulac.com.ec/contenidos.php?menu=8&submenu1=46&idiom=1>
- Sanmartin, D. (2010 de 2010). universalquim. En D. Sanmartin, *universalquim* (pág. 119). quito: Espe.
- Sarmiento, R. (2006). contabilidad general. En R. S. R, *contabilidad general* (pág. 22). Quito: voluntad.
- Tamayo, N. (2009). estrategias de marketing mix. En espe, *estrategias de marketing mix* (pág. 210). quito: espe.
- Urbina, G. V. (2011).
- www.eticaygestion.org. (2014). *eticaygestion*. Obtenido de <http://www.eticaygestion.org/>
- www.inec.gob.ec. (2011). Obtenido de www.inec.gob.ec: http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_remository&Itemid=420&func=startdown&id=945&lang=es