



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

FOMENTAR EL SECTOR MUSICAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPAMIENTO PARA DISC
JOCKEYS, UBICADA EN EL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO 2015

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Jimmy Rolando Sinailin Vega

Tutor: Ing. Galo Cisneros

Quito, Octubre 2015

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.

Jimmy Rolando Sinailin Vega

C.I. 172164516-4

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Jimmy Rolando Sinailin Vega alumno de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico "Cordillera".

Jimmy Rolando Sinailin Vega

C.I. 172164516-4

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **SINAILIN VEGA JIMMY ROLANDO** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172164516-4 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: “La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “FOMENTAR EL SECTOR MUSICAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPAMIENTO PARA DISC JOCKEYS, UBICADA EN EL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA: _____

NOMBRE: SINAILIN VEGA JIMMY ROLANDO

CEDULA: 172164516-4

Quito, a 24 Octubre del 2015

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera que durante 6 semestres me supo acoger en sus instalaciones, en donde se pasó felicidades y angustias, muchas gracias por haberme abierto sus puertas para ser mejor persona y sobretodo ser un mejor Profesional.

A mi tutor Ing. Galo Cisneros, por brindarme conocimientos de varios temas y por guiarme en la elaboración de mi tesis, la cual con paciencia, respeto y consideración supo compartir sus experiencias y conocimientos para realizar el presente estudio de factibilidad.

A mi lectora Ing. María Belén Torres, la misma que brindo su tiempo para aportar en el desarrollo del presente proyecto, que con su experiencia supo ayudarme en la culminación del proyecto.

DEDICATORIA

Dedico a José Carlos Sinailin y Laura Consuela Vega Tayo

por haberme guiado hacia el camino del éxito,

ya que gracias a sus consejos

y a su apoyo he podido ser mejor

persona, mejor estudiante,

mejor hijo y cumplir con todas

mi metas estudiantiles para así ser mejor persona

y un mejor profesional.

Dedico a mi novia Mayra Samaniego por el apoyo brindado

A lo largo de mi carrera.

ÍNDICE GENERAL

Caratula	
Declaratoria.....	i
Cesión de derechos.....	ii
Contrato de cesión de derechos.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Índice General.....	vi
Índice de Tablas.....	xii
Índice de Figuras.....	xv
Resumen Ejecutivo.....	xvii
Abstract.....	xviii
CAPÍTULO I Introducción.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes.....	3
CAPITULO II.....	4
2.0 Análisis Situacional.....	4
2.01 Ambiente Externo.....	4
2.01.01 Factor Económico.....	5
2.01.01.01 Producto Interno Bruto.....	5
2.01.01.02 Inflación.....	6
2.01.01.03 Tasa de Interés.....	7
2.01.01.04 Tasa Activa.....	7
2.01.01.05 Tasa Pasiva.....	8
2.01.01.06 Riesgo País.....	9

2.01.01.07 Balanza Comercial.....	10
2.01.01.08 Salvaguardias.....	12
2.01.01.09 Aranceles.....	13
2.01.02 Factor Social.....	14
2.01.02.01 Desempleo.....	14
2.01.02.02 Población Económicamente Activa.....	15
2.01.03 Factor Político.....	16
2.01.03.01 Mejorar calidad de vida de la población.....	16
2.01.03-02 Aspecto Legal.....	17
2.01.04 Factor Tecnológico.....	18
2.01.04.01 Páginas Web.....	18
2.02 Entorno Local.....	19
2.02.01 Clientes.....	19
2.02.02 Proveedores.....	20
2.02.03 Competidores.....	21
2.03 Análisis Interno.....	22
2.03.01 Propuesta Estratégica.....	22
2.03.01.01 Misión.....	23
2.03.01.02 Visión.....	23
2.03.01.03 Objetivos.....	23
2.03.01 .03.01 Objetivo General.....	24
2.03.01 03.02 Objetivos Específicos.....	24
2.03.01.04 Principios.....	24
2.03.01.05 Valores.....	25
2.03.02 Gestión Administrativa.....	26

2.03.02.01 Organigrama Estructural.....	26
2.03.02.02 Manual de Funciones.....	27
2.03.03 Gestión Operativa.....	29
2.03.04 Gestión Comercial.....	31
2.03.04.01 Logotipo.....	32
2.03.04.02 Eslogan.....	33
2.03.04.03 Marketing Mix.....	33
2.03.04.03.01 Precio.....	34
2.03.04.03.02 Plaza.....	35
2.03.04.03.03 Producto.....	36
2.03.04.03.04 Promoción.....	36
2.04 Análisis FODA.....	40
CAPÍTULO III.....	41
3 Estudio de Mercado.....	41
3.01 Análisis del Consumidor.....	41
3.02 Análisis del Producto.....	42
3.01.01 Determinación de la Población.....	52
3.01.01.01 Determinación de la Muestra.....	52
3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información.....	53
3.01.02.01 Formato de Encuesta.....	54
3.01.03 Análisis de la Información.....	56
CAPÍTULO IV.....	71
4 Estudio Técnico.....	71
4.01 Tamaño del Proyecto.....	71
4.01.01 Capacidad Instalada.....	72

4.01.02 Capacidad Optima.....	73
4.02 Localización.....	73
4.02.01 Macro Localización.....	74
4.02.02 Micro localización.....	75
4.02.03 Localización Optima.....	75
4.03 Ingeniería del Producto.....	77
4.03.01 Distribución de la Planta.....	77
4.03.02 Matriz SLP.....	79
4.03.03 Proceso Productivo.....	81
4.03.04 Maquinaria.....	84
4.03.05 Mobiliario y Equipo.....	84
4.03.06 Mano de Obra.....	85
CAPÍTULO V	86
5 Estudio Financiero.....	86
5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales.....	86
5.02 Costos.....	88
5.02.01 Costos Directo.....	89
5.02.03 Gastos Administrativos.....	89
5.02.04 Gasto de Venta.....	91
5.02.05 Costos Financieros.....	92
5.02.06 Costos Fijos y Variables.....	92
5.02.06.01 Costos Fijos.....	92
5.02.06.02 Costos Variables.....	92
5.02 Inversiones.....	93
5.02.01 Inversion Fija.....	93

5.02.01.01 Activos Fijos.....	93
5.02.01.02 Activos Nominales (Diferidos).....	94
5.02.02 Capital de Trabajo.....	95
5.02.03 Fuentes de Financiamiento.....	96
5.02.04 Amortización del Financiamiento.....	96
5.02.05 Depreciación (Tabla de Depreciación).....	98
5.02.06 Estado de Situación Inicial.....	99
5.02.07 Estado de Resultado Proyectado a Cinco Años.....	100
5.02.08 Flujo de Caja.....	102
5.03 Evaluación Financiera.....	103
5.03.01 Tasa de Descuento.....	103
5.03.02 Valor Actual Neto (VAN).....	104
5.03.03 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	105
5.03.04 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	106
5.03.05 Relación Costo Beneficio.....	107
5.03.06 Punto de Equilibrio.....	108
5.03.07 Análisis de Índices Financieros.....	110
5.03.08 Retorno Sobre los Activos ROA.....	110
5.03.09 Retorno Sobre el Patrimonio ROE.....	111
CAPÍTULO VI.....	112
6 Análisis de Impactos.....	112
6.01 Impacto Ambiental.....	112
6.02 Impacto Económico.....	113
6.03 Impacto Social.....	113

CAPÍTULO VII	114
7 Conclusiones y Recomendaciones.....	114
7.01 Conclusiones.....	114
7.02 Recomendaciones.....	116
Bibliografía.....	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación.....	6
Tabla 2 Tasa Activa.....	8
Tabla 3 Tasas Pasiva.....	9
Tabla 4 Riesgo País.....	10
Tabla 5 Salvaguardias.....	12
Tabla 6 Desempleo.....	15
Tabla 7 Población Económicamente Activa.....	16
Tabla 8 Cliente Externo.....	19
Tabla 9 Cliente Interno.....	20
Tabla 10 Proveedores.....	21
Tabla 11 Competidores.....	22
Tabla 12 FODA	40
Tabla 13 Población.....	52
Tabla 14 Muestra.....	52
Tabla 15 ¿Siente usted afición a ser Dj?.....	56
Tabla 16 ¿Le gustaría a usted formarse como Dj?.....	57
Tabla 17 ¿Considera que ser Dj es una?.....	59
Tabla 18 ¿Considera importante el desarrollo de software para la aplicación en mixes?.....	60
Tabla 19 ¿Que marca de Equipamiento utilizaría usted?.....	62
Tabla 20 ¿A usted como cliente que le gustaría?.....	63
Tabla 21 ¿Cuál es su ingreso mensual?.....	65
Tabla 22 ¿Usted adquiriría Equipamiento para DJ?.....	66
Tabla 23 ¿Aproximadamente cuanto estaría pagar por el Equipamiento para	

Djs?.....	68
Tabla 24 ¿Cree usted que la apertura de una microempresa dedicada a la comercialización de Equipamiento para Dj tendrá aceptación en el Mercado?.....	69
Tabla 25 Tamaño del Proyecto.....	72
Tabla 26 Capacidad Instalada.....	73
Tabla 27 Macro localización.....	74
Tabla 28 Matriz de Localización.....	76
Tabla 29 Razones de Matriz SLP.....	79
Tabla 30 Ponderaciones SPL.....	80
Tabla 31 Simbología Amsi.....	82
Tabla 32 Mobiliario y Equipo.....	84
Tabla 33 Mano de Obra.....	85
Tabla 34 Ingresos Operacionales.....	86
Tabla 35 Costos e Ingreso.....	87
Tabla 36 Ingreso Proyectados.....	88
Tabla 37 Costos.....	88
Tabla 38 Gastos Administrativos.....	90
Tabla 39 Gasto de Venta.....	91
Tabla 40 Activos Fijos.....	94
Tabla 41 Capital de Trabajo.....	95
Tabla 42 Fuentes de Financiamiento.....	96
Tabla 43 Amortización.....	97
Tabla 44 Amortización.....	97
Tabla 45 Depreciación.....	98
Tabla 46 Estado de Situación Financiero.....	99

Tabla 47 Estado de Resultados Proyectos.....	101
Tabla 48 Flujo de Caja.....	102
Tabla 49 Tasa de Descuento.....	103
Tabla 50 VAN (Valor Actual Neto).....	104
Tabla 51 TIR (Tasa Interna de Retorno).....	105
Tabla 52 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión).....	106
Tabla 53 RCB (Relación Costo Beneficio).....	107
Tabla 54 Punto de Equilibrio.....	108
Tabla 55 ROA (Rentabilidad sobre Activos).....	110
Tabla 56 ROE (Rentabilidad sobre el Patrimonio).....	111

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ambiente Externo.....	4
Figura 2 Producto Interno Bruto.....	5
Figura 3 Inflación.....	7
Figura 4 Balanza Comercial.....	11
Figura 5 Aranceles.....	13
Figura 6 Organigrama Estructural.....	26
Figura 7 Logotipo.....	32
Figura 8 Slogan.....	33
Figura 9 Tarjeta de Presentación.....	37
Figura 10 Fofucho.....	38
Figura 11 Plataforma Red Social.....	38
Figura 12 Camiseta.....	39
Figura 13 Gorra.....	39
Figura 14 Pioneer SX.....	42
Figura 15 Pioneer SB.....	43
Figura 16 Pioneer SB I.....	43
Figura 17 Pioneer SB II.....	44
Figura 18 Pioneer SB III.....	44
Figura 19 Pioneer SX 2.....	45
Figura 20 Pioneer SR.....	46
Figura 21 Pioneer SZ.....	46
Figura 22 Pioneer SZ I.....	47
Figura 23 Numark Pro.....	47
Figura 24 Numark Pro II.....	48

Figura 25 Numark Pro QUAD.....	49
Figura 26 Denon 3500.....	49
Figura 27 Denon 5000.....	50
Figura 28 ¿Siente usted afición a ser Dj?.....	56
Figura 29 ¿Le gustaría a usted formarse como Dj?.....	58
Figura 30 ¿Considera que ser Dj es una?.....	59
Figura 31 ¿Considera importante el desarrollo de software en la aplicación de mix..	61
Figura 32 ¿Que marca de Equipamiento utilizaría usted?.....	62
Figura 33 ¿A usted como cliente que le gustaría?.....	64
Figura 34 ¿Cuál es su ingreso mensual?.....	65
Figura 35 ¿Usted adquiriría Equipamiento para DJ?.....	67
Figura 36 ¿Aproximadamente cuanto estaría dispuesto a pagar por el Equipamiento para Dj?.....	68
Figura 37 ¿Cree usted que la apertura de una microempresa dedicada a la comercialización de Equipamiento para Dj tendrá aceptación en el Mercado?.....	70
Figura 38 Macro localización.....	74
Figura 39 Micro localización.....	75
Figura 40 Distribución de la Planta.....	88
Figura 41 Matriz SLP.....	80
Figura 42 Flujo grama de funciones.....	82
Figura 43 Punto de Equilibrio.....	109

Resumen Ejecutivo

El presente estudio de factibilidad que se ha llevado a cabo es en base al avance tecnológico que existe a nivel internacional, es por ello que se ha tomado en consideración medir la factibilidad del tema de la comercialización de Equipamiento para Disc Jockeys, en donde se quiere medir en nivel de aceptación que tiene este tipo de Equipamientos en las distintas marcas más reconocidas por los clientes.

Para realizar el estudio se ha tomado en consideración al sector de Cotacollao en donde se fija una población activa entre la edad de 18-30 años de 4726 habitantes, dando mención que la presente población únicamente es del sector sin tomar en consideración que esta localización es centro de varios sectores del norte en donde diariamente existe un sin número de población.

De esta manera en base al estudio de mercado y evaluación financiera se puede describir que el presente proyecto es factible en la comercialización de Equipamiento para Disc Jockeys, comercializando su producto estrella Pioneer Sb, el cual fue el más aceptado por el precio y características.

Cabe mencionar que en la evaluación financiera dio los siguientes resultados que dan constancia de la factibilidad del proyecto, nombrando así que su Valor Actual Neto es de 3279.11, una Tasa de Descuento del 13,25% el cual se va a obtener sobre la inversión y una Tasa Interna de Retorno del 20,12% siendo esta aceptable por ser una comercializadora nueva en el mercado y una tasa alta por el producto a comercializarse, dando como resultado que la microempresa si puede realizar su apertura.

Abstract

This feasibility study has been carried out is based on the technological advances that exist internationally, which is why it has taken into account to measure the feasibility of marketing theme Equipment for Dics Jockeys, where you want measured in level of acceptance that has this kind of equipment in the various most recognized brands by customers.

For the study was taken into consideration when Cotocollao sector where a workforce of 4726 is fixed, giving 18-30 mention that the present population is only the sector without taking into consideration that this location is the center of various sectors of the north where daily There are a number of people.

Thus based on the market study and financial evaluation can be described that this project is feasible in marketing Dics Jockeys equipment, selling its flagship Pioneer Sb Which was more acceptable to the price and features.

Note that in the financial evaluation gave the following results that give evidence of the feasibility of the project and naming its net present value is 3279.11, a discount rate of 13.25% which is to be obtained on the investment and internal rate of return of 20.12% this being acceptable for being a new trader in the market and a high rate for the product to be marketed, resulting in microenterprise if you can make your opening.

Capítulo I

INTRODUCCIÓN

1.01 Justificación

Con el avance tecnológico se ha ido cambiando la tendencia del consumidor por lo que se menciona que gracias al avance informático, el presente producto que se pondrá a disposición del cliente será para fortalecer creatividades y destrezas en los llamamos Disc Jockeys, por el cual el presente desarrollo del tema se basa en el equipamiento para disc jockeys, cuyo fin es definir que gracias a que existe entrada tecnológica en el país se procederá a aprovechar a su máximo potencial la tecnología existente, logrando así impulsar al desarrollo de nuevas microempresas dedicadas a la comercialización de Equipamiento para Disc Jockeys con el apoyo de las autoridades competentes para fortalecer el área musical. De esta forma el Ministerio de Educación ha desarrollado un programa para fomentar el sector musical y ha dado oportunidades a los disc jockey creando en la actualidad que esto sea una profesión más no un entretenimiento.

Así mismo con el apoyo y fortalecimiento del Ministerio de Educación que ayuda a fomentar el área musical y artística implementando programas para desarrollar

nuevos talentos y creatividades en el mundo Djs se proceda al otorgamiento de certificaciones por sus destrezas y habilidades.

Creando así que con el fortalecimiento del ministerio de educación en el área musical se promueva a la adquisición del equipamiento del disc jockey, dando mención que el equipamiento de disc jockey se comercializa tanto para el área de entretenimiento, y el ámbito profesional; (Djs, radio Djs y escuelas de Djs, personas naturales con conocimientos básicos de Equipamiento), siendo estos los principales medios para la adquisición y promoción de estos productos.

De esta manera se puede definir a criterio propio que el presente proyecto de equipamiento de disc jockeys será adquirido por lo que en la actualidad todos los consumidores de este tipo de artículos (personas naturales con conocimientos básicos de equipamiento, escuelas djs, radio djs, djs en general), buscan el mejor equipo y tecnología para desarrollar su creatividad tanto en programas de televisión, clubs y eventos sociales.

El equipamiento para Disc Jockeys mantendrá la finalidad de llevar a cabo un mejoramiento en el desarrollo de la creatividad del dj aplicando nuevas técnicas y métodos a fin de realizar su trabajo de manera más eficiente , por lo que los Djs buscan equipos de tecnología de punta con las mejores características y marcas, dando así que el valor figado por el producto a comercializarse es dé nivel elevado, no obstante por las características que se ofrece por el producto se procederá a fomentar el área musical para desarrollar nuevas expectativas y romper el paradigma del antiguo ambiente musical para desarrollar de manera eficaz la comercialización del equipamiento de Disc Jockeys.

1.02. Antecedentes

El equipamiento del disc jockey aparece por las necesidades que requieren los también conocidos como pincha discos para realizar creatividades, destrezas, para un mejor rendimiento, espacio y recursos.

La finalidad del equipamiento es para que los discs jockeys o también llamados pincha-discos realicen sus creatividades de mejor forma en los escenarios u otro lugar físico, cuya finalidad es brindar un mejor artículo para que este pueda ser utilizado por el disc jockey satisfaciendo las necesidades sociales del cliente.

El presente producto a comercializarse se importa con el fin de desarrollar nuevas expectativas hacia el cliente en sus necesidades sociales cambiando las tendencias de consumo, y así logrando incentivar a los iniciados en el mundo de la música.

De las cuales las cualidades que presenta el producto a comercializarse ayudan a realizar mejor el trabajo del pincha disco por lo que se dará mención que en años pasados el equipo no tenía tantas características y tantos beneficios como en la actualidad por lo que con el avance tecnológico todo el equipamiento viene en varias marcas, modelos y diferentes características para que el ocupante desarrolle mejor y rápidamente su habilidad.

El producto que se quiere llevar a la venta es para que los clientes puedan realizar de una manera más eficiente todas las expectativas deseadas con el producto a ofrecer contando con la tecnología actual, de esta manera para que la empresa y el producto salga a flote se buscara puntos de contacto, y así la empresa y a su vez el producto sea más reconocido dando un resultado que la empresa sea rentable y obtenga ganancia y utilidad.

CAPÍTULO II

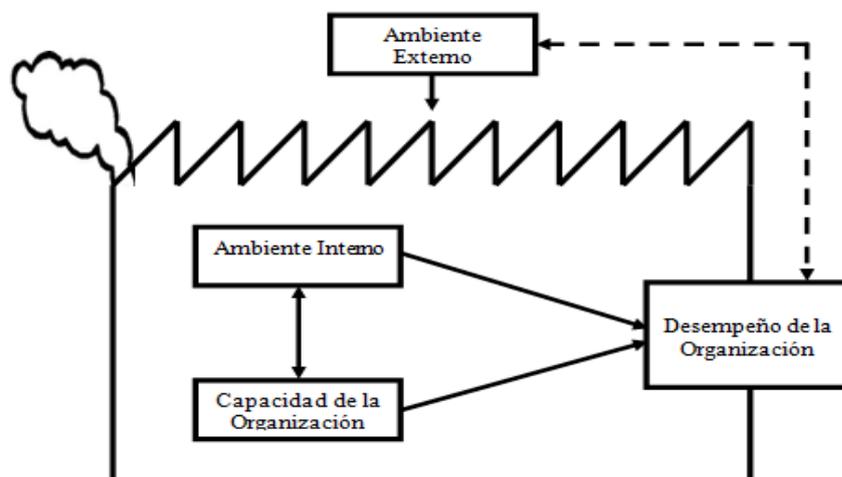
ANÁLISIS SITUACIONAL

2.01 Ambiente Externo

Aquellos elementos ajenos a la organización que influyen de manera directa o indirecta el cumplimiento de objetivos, siendo este concepto, la base de la presente investigación. (Robbins, 2005)

Figura N.1

Ambiente Externo



Fuente: Medio económico social.com

2.01.01 Factor Económico.

Los factores económicos son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas. Son los relacionados con el comportamiento de la economía, el flujo de dinero, de bienes y servicios, tanto a nivel nacional o internacional (Montes, 2012).

2.01.01.01 Producto Interno Bruto

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (Economía , 2012)

Figura N° 2
Producto Interno Bruto



Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

Con el incremento del PIB en los distintos sectores se da mención que existe gran cantidad de producción por lo que define que existe mayor circulante en el país logrando así una estabilidad económica y apoyando al presente, estableciendo así que al existir dinero suficiente los consumidores podrán adquirir el producto por lo que es una oportunidad para que el proyecto sea viable.

2.01.01.02. Inflación

Incremento generalizado de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda sostenida durante un período de tiempo determinado. (Rivera, 2012).

Tabla N. 1

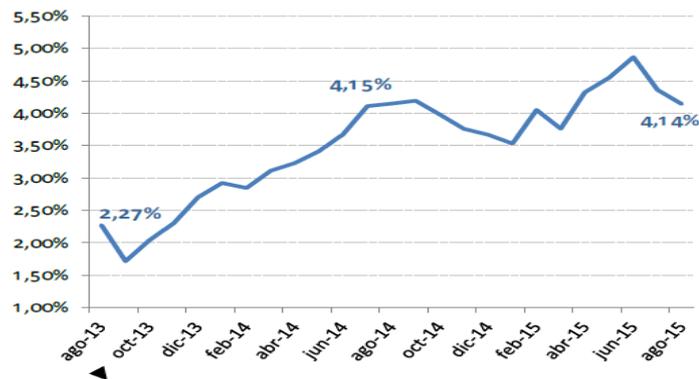
Inflación

FECHA	VALOR
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Figura N. 3

Inflación



Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

Este factor en el presente proyecto a desarrollarse es una amenaza por el que el producto a comercializarse es de origen importado, por lo que el alza de los precios influye en el producto de manera radical creando así una disminución de entrada del bien al país

2.01.01.03 Tasa de Interés

Las tasas de interés son el precio del dinero. Si una persona, empresa o gobierno requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio (Economía, 2009)

2.01.01.04 Tasa Activa

Es la tasa cobrada por los bancos al conceder préstamos a sus clientes. Esta tasa se determina en el momento de contratación dependiendo de varios factores: características del préstamo, garantía, plazo (Rankia, 2009)

Tabla N. 2

Tasa Activa

FECHA	VAI
Junio-30-2015	8.70 %
Mayo-31-2015	8.45 %
Abril-30-2015	8.09 %
Marzo-31-2015	7.31 %
Febrero-28-2015	7.41 %
Enero-31-2015	7.84 %
Diciembre-31-2014	8.19 %
Noviembre-30-2014	8.13 %
Octubre-31-2014	8.34 %
Septiembre-30-2014	7.86 %
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

En la tasa activa se puede reflejar que se ha mantenido durante este tiempo entre un porcentaje del 7 a 8 % dando así como mención que para el proyecto a desarrollarse es una amenaza por los elevados intereses que las instituciones financieras disponen, de esta manera se puede decir que para la creación de la nueva microempresa es una amenaza.

2.01.01.05 Tasa de Pasiva

Es la tasa a la que se remuneran a los depositantes de fondos por prestar su dinero a los bancos y al igual que en la tasa activa depende de varios factores: tipo de depósito, monto, plazo. (Rankia, 2009)

Tabla N. 3
Tasa Pasiva

FECHA	VALOR
Junio-30-2015	5.48 %
Mayo-31-2015	5.51 %
Abril-30-2015	5.39 %
Marzo-31-2015	5.31 %
Febrero-28-2015	5.32 %
Enero-31-2015	5.22 %
Diciembre-31-2014	5.18 %
Noviembre-30-2014	5.07 %
Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	4.53 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

La tasa pasiva se ha mantenido a lo largo del tiempo por lo que es estable, siendo así para el presente proyecto una oportunidad, por lo cual con la tasa otorgada por parte de la institución financiera se podrá realizar nuevas inversiones.

2.01.01.06 Riesgo País

El riesgo país es un indicador sobre las posibilidades de un país emergente de no cumplir en los términos acordados con el pago de su deuda externa, ya sea al capital o sus intereses; cuanto más crece el nivel del "Riesgo País" de una nación determinada, mayor es la probabilidad de que la misma ingrese en moratoria de pagos o "default". (Economía, 2009).

Tabla 4
Riesgo País

FECHA	VALOR
Junio-03-2015	740.00
Junio-02-2015	732.00
Junio-01-2015	730.00
Mayo-31-2015	735.00
Mayo-30-2015	735.00
Mayo-29-2015	735.00
Mayo-28-2015	738.00
Mayo-27-2015	704.00
Mayo-26-2015	700.00
Mayo-25-2015	683.00
Mayo-24-2015	683.00
Mayo-23-2015	683.00
Mayo-22-2015	683.00
Mayo-21-2015	684.00
Mayo-20-2015	682.00
Mayo-19-2015	689.00
Mayo-18-2015	667.00
Mayo-17-2015	670.00
Mayo-16-2015	670.00
Mayo-15-2015	670.00
Mayo-14-2015	649.00
Mayo-13-2015	618.00
Mayo-12-2015	625.00
Mayo-11-2015	614.00
Mayo-10-2015	628.00
Mayo-09-2015	628.00
Mayo-08-2015	628.00
Mayo-07-2015	637.00
Mayo-06-2015	627.00
Mayo-05-2015	644.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

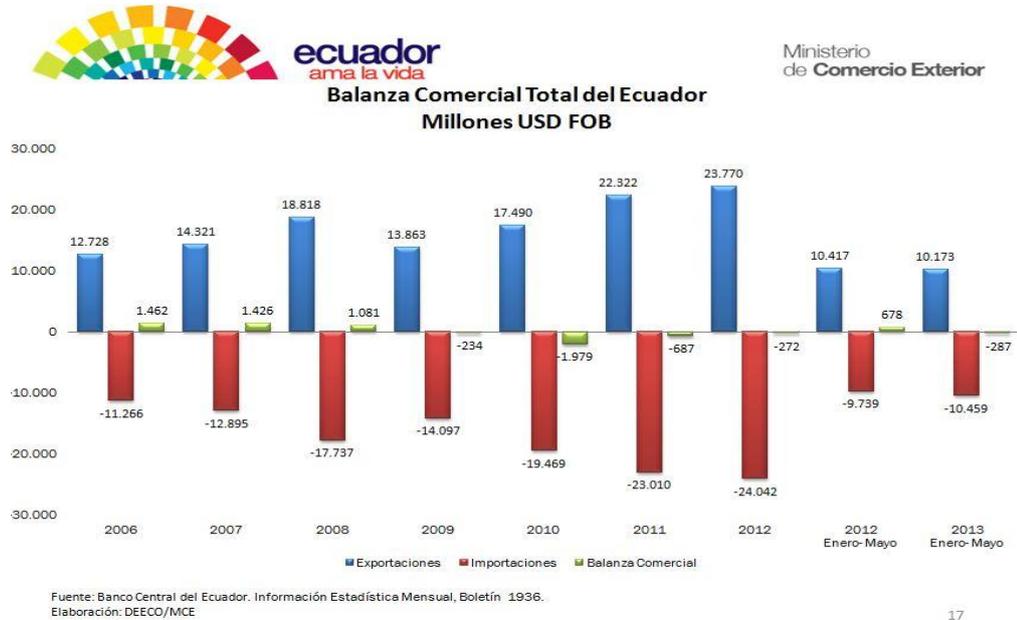
En el Ecuador el riesgo de inversión es muy escaso por las políticas cambiantes que existen, por lo cual países extranjeros no quieren invertir en el país, creando así que para el presente proyecto sea una amenaza

2.01.01.07 Balanza comercial

Recogen los ingresos por exportaciones y los pagos por importaciones. La que registra las transacciones de bienes con el resto del mundo por unidad de tiempo (no incluye transacciones de servicios, transferencias o movimientos de capital).

Dentro de la balanza de pagos, registra el intercambio de mercancías de un país con el resto del mundo. Su saldo es expresado como la diferencia entre los ingresos por exportaciones y los gastos por importaciones. (Enciclopedia de la Economía, 2008)

Figura 4
Balanza de Comercial



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior

Análisis

Para el presente proyecto la balanza comercial es una amenaza porque en el Ecuador se han puesto medidas a las importaciones y salvaguardias, generando una disminución del producto al país y creando un desequilibrio económico a las microempresas.

2.01.01.08 Salvaguardias

Medidas comerciales correctivas especiales": protección contra la competencia de las importaciones que causan daño a la rama de producción nacional. (Morgan, 2012)

Tabla N. 5
Salvaguardias

Sobretasa	Producto
5%	Bienes de capital y materias primas no esenciales
15%	Bienes de sensibilidad media
25%	Neumáticos, Cerámica CKD de Televisores y CKD motos.
45%	Bienes de Consumo Final, televisores, motos.

Fuente: PBP Law.com

Análisis

Las salvaguardias aplicadas en el Ecuador afectaran directamente a la comercialización de equipamiento para Disc Jockeys, motivo por el cual al aplicarlas el valor para la entrada de productos tecnológicos será del 40% aumentado así el valor del bien creando una disminución del producto por lo cual este factor es una amenaza inminente para el proyecto.

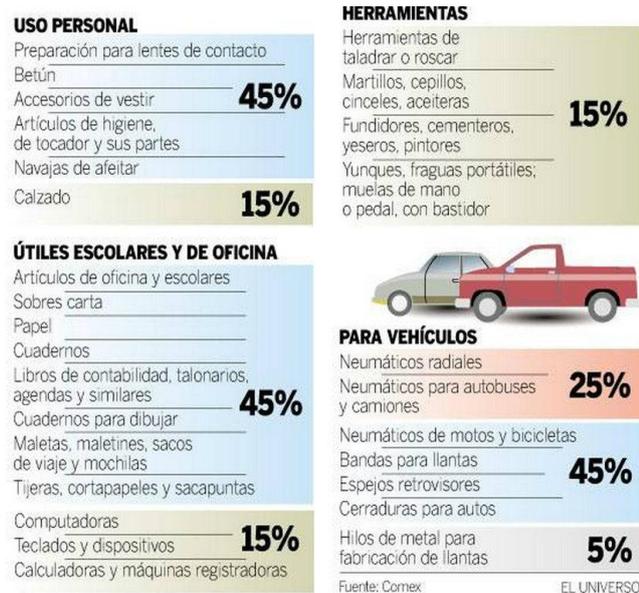
2.01.01.09 Aranceles

Un arancel es el impuesto que pagan los bienes que son importados a un país.

Los aranceles son derechos de aduana que pueden ser específicos o ad valorem.

(Caicedo, 2012).

Figura N.5
Aranceles



Fuente: COMEX

Elaborado: COMEX

Análisis

Este factor es una amenaza razón por la cual al ser el producto tecnológico los aranceles se elevan en gran porcentaje creando así que el bien suba de precio y que el consumidor no requiera de los recursos necesarios para su adquisición.

2.01.02 Factor Social

Es todo aquello que ocurre en una sociedad, o sea en un conjunto de seres humanos relacionados entre sí por algunas cosas que tienen en común.

Son aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, sea en el lugar y en el espacio en el que se encuentren. (Tecnología de Gestión y Filosofía, 2010)

2.01.02.01 Desempleo

El desempleo es el ocio involuntario de una persona que desea encontrar trabajo. Una persona se encuentra en situación de desempleo cuando cumple con cuatro condiciones: 1.- Está en edad de trabajar,

2.- No tiene trabajo,

3.- Está buscando trabajo

4.- Está disponible para trabajar.

En este orden de ideas el desempleo es un fenómeno involuntario, tanto del lado de los individuos como del lado de las empresas, esto es: las personas que desean emplearse no son contratadas y las empresas, al existir desempleo, no reciben los ingresos que serían posibles si hubiese pleno empleo o si el desempleo fuera menor. (Rabasco, 2007)

Tabla N.6

Desempleo

FECHA	VALOR
Marzo-31-2015	4.84 %
Diciembre-31-2014	4.54 %
Septiembre-30-2014	4.65 %
Junio-30-2014	5.71 %
Marzo-31-2014	5.60 %
Diciembre-31-2013	4.86 %
Septiembre-30-2013	4.55 %
Junio-30-2013	4.89 %
Marzo-31-2013	4.64 %
Diciembre-31-2012	5.00 %
Septiembre-30-2012	4.60 %
Junio-30-2012	5.19 %
Marzo-31-2012	4.88 %
Diciembre-31-2011	5.07 %
Septiembre-30-2011	5.52 %
Junio-30-2011	6.36 %
Marzo-31-2011	7.04 %
Diciembre-31-2010	6.11 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

Para el presente proyecto, el porcentaje de desempleo ha reducido al 4.84% , por lo cual es una oportunidad porque así se obtendrá más comercialización y por ende el mercado de trabajo desarrollará un incremento, no obstante se puede decir que ha mayor desempleo mayor amenaza para la microempresa, motivo por el cual al existir desempleo el cliente no tendrá los recursos necesarios para su adquisición.

2.01.02.02 Población Económicamente Activa

Es el conjunto de personas que, en una sociedad determinada, ejercen habitualmente una actividad económica o están en aptitud de trabajar aunque se encuentren momentáneamente sin ocupación por causas ajenas a su voluntad (Borja, 2012).

Tabla N.7

Población activa

CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	2010	2011	2011	2011	2011	2012	2012	2012	2012	2013	2013	2013	2013	2014	2014	2014	2014
	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.
Población en Edad de Trabajar (PET)	840	845	846	835	837	839	839	843	849	847	847	832	824	822	813	816	70,5
Población Económicamente Activa (PEA)	546	555	546	552	554	572	566	551	547	549	550	552	553	540	546	549	63,0
Ocupados	93,9	93,0	93,6	94,5	94,9	95,1	94,8	95,4	95,0	95,4	95,1	95,4	95,1	94,4	94,3	95,3	95,5
Ocupados No clasificados	1,2	1,8	1,3	0,9	0,8	1,3	2,0	2,0	3,1	1,9	193,5	2,2	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3
Ocupados Plenos	45,6	41,2	45,6	47,9	49,9	49,9	49,9	51,1	52,1	48,4	46,7	50,4	51,5	49,7	52,7	53,9	51,4
Subocupados	47,1	50,0	46,7	45,7	44,2	43,9	43,0	42,3	39,8	45,0	46,4	42,9	43,3	44,4	41,3	41,1	43,8
Visibles	9,5	10,5	8,5	8,6	7,6	8,8	7,3	8,0	6,1	8,3	9,4	7,1	8,1	8,5	8,1	8,3	9,4
Otras formas	37,7	39,5	38,3	37,1	36,7	35,1	35,7	34,3	33,8	36,7	37,0	35,8	35,3	35,9	33,1	32,8	34,4
Desocupados/Desempleados	6,1	7,0	6,4	5,5	5,1	4,9	5,2	4,6	5,0	4,6	4,9	4,6	4,9	5,6	5,7	4,7	4,5
Cesantes	4,2	5,2	4,4	4,7	3,3	4,0	3,8	3,5	3,1	3,5	3,4	3,7	3,0	4,1	3,7	3,4	3,3
Trabajadores Nuevos	1,9	1,8	1,9	0,8	1,8	0,9	1,4	1,1	1,9	1,2	1,5	0,8	1,8	1,5	2,0	1,2	1,3
Desempleo Abierto	4,5	5,7	5,1	4,8	3,9	4,2	4,3	4,1	4,0	4,2	4,1	4,0	3,7	4,7	4,7	3,9	3,3
Desempleo Oculto	1,6	1,3	1,2	0,7	1,2	0,6	0,8	0,5	1,0	0,5	0,8	0,6	1,2	0,9	1,0	0,7	0,8
Población Económicamente Inactiva (PEI)	45,4	44,5	45,4	44,8	44,6	42,8	43,4	44,9	45,3	45,1	44,4	44,8	46,5	46,0	45,4	45,1	37,0

Fuente: Comex

Elaborado: Comex

2.01.03. Factor Político

Los factores político-legales son los referentes a todo lo que implica una posición de poder en nuestra sociedad, en sus diferentes niveles, que tendrán una repercusión económica. (Cedeño, 2012)

2.01.03.01 Mejorar la calidad de vida de la población

Mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social. (Plan Nacional del Buen Vivir 2013-1017).

Análisis

El presente proyecto quiere llegar a mejorar la calidad de vida de las personas con el fin de satisfacer deseos, necesidades o cubrir emociones musicales que requiere una persona, al presentar el equipamiento para disc jockey se cubrirá la necesidad del deseo por bien y llegar a sus emociones.

2.01.03.02 Aspecto Legal

Requisitos para la apertura de la microempresa:

RUC

- ❖ Cedula de Ciudadanía
- ❖ Papeleta de votación
- ❖ Planilla de servicios básicos(Agua,Luz,Telefono)
- ❖ Contrato de arrendamiento (si lo amerita)

Patente Municipal

- ❖ Copia Cedula de Ciudadanía
- ❖ Copia Papeleta de votación
- ❖ Copia del RUC

Permiso de Bomberos

- ❖ Solicitud de inspección de local
- ❖ Informe de inspección
- ❖ Copia del RUC

Análisis

Para establecer la microempresa se procederá a obtener todos los permisos a fin de que no existan problemas en la apertura y desarrollo de las microempresas, con el fin de cumplir todos los requerimientos de ley para asegurar el bienestar, tanto de la microempresa como integridad del cliente y así realizar la actividad comercial sin problemas.

2.01.04 Factor Tecnológico

Analizar la posible evolución y tendencias que puedan afectar al futuro de la empresa, diagnosticando qué evoluciones o tendencias se nos presentan como oportunidades y amenazas.

Decidir qué acciones son las más adecuadas para aprovechar las oportunidades y para defenderse de las amenazas. (Planificación Estratégica, 2012)

2.01.04.01 Páginas Web

Una página web se define como un documento electrónico el cual contiene información textual, visual y/o sonora que se encuentra alojado en un servidor y puede ser accesible mediante el uso de navegadores. Una página web forma parte de una colección de otras páginas webs dando lugar al denominado sitio web el cual se encuentra identificado bajo el nombre de un dominio. (quees, 2013).

Análisis

El presente proyecto se enfocará en realizar todas sus tareas mediante páginas web, redes sociales, emisoras de radio; a fin de que se optimice los recursos de la empresa, de esta manera se procederá también a realizar marketing a través de las páginas a fin de realizar la presentación del producto hacia el cliente.

2.02 Entorno Local

2.02.01 Clientes

Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro. (Diccionario de Marketing, 2009).

Tabla N.8
Cliente Externo

Disc Jockeys	Compras al por menor
Escuela de Disc Jockeys	Compras al por mayor y menor
Radio Djs	Compras al por mayor y menor
Personas naturales con afición, hobby y conocimientos básicos de Equipamiento para Djs	Mayores de 18 años

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la tabla se define los posibles clientes potenciales que la microempresa tendrá a lo largo de su funcionamiento, motivo por el cual se ha tomado únicamente a los clientes que tengan conocimiento o conocimientos básicos acerca de equipamiento para Disc Jockeys, los mismos que serán clientes potenciales a lo largo del tiempo.

Tabla N.9

Cliente Interno

Personal que trabajara para la microempresa en un cargo asignado
Gerente
Ventas

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la tabla de clientes internos se les puede denominar tanto al gerente como personal de ventas, definiendo así que al cliente interno se le debe denominar o dar el mismo trato que a un cliente externo motivo, por el cual se debe hacer sentir parte de la microempresa para que de un trabajo eficiente y eficaz.

2.02.02 Proveedores

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. (Lopez, 2014).

Tabla N.10

Proveedores

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CONDICIONES DIFERENCIADORAS
Masmusika	Rumichaca #822 entre 9 de octubre y Víctor Manuel Rendón	Envío gratis en pedidos de \$50 ó mas
Electromundo dj	Av. Occidental Av. Occidental, frente a la entrada a la Roldos, a 150 metros del Condado Shopping., Quito	El 10 % cada 10 unidades de compra

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

Los presentes proveedores mencionados realizarán un papel fundamental por lo que serán los principales proveedores de equipamientos para el Dics Jockeys, dando de esta forma prioridades a la microempresa para que la de esta manera WORLD DJ pueda comercializar sus productos de mejor forma y se pueda cumplir con las necesidades del cliente.

2.02.03 Competidores

Aquellas sociedades que prestan o producen el mismo servicio dentro de un mismo mercado. (Pedros, 2012)

Tabla N.11
Competidores

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Gamix Music La Hueca del Dj.	Bartolomé de Zamora, N64-200 y Bellavista, sector de Ofelia.
Casa Musical Parra	Quito av. Venezuela n-246 y Bolívar (Sector Centro histórico de Quito)
Casa Musical Brasil	10 de Agosto N20-08 y 18 de Septiembre
Casa Musical Núñez	A.J.Sucre 201, Quito, Pichincha
Electrónica Total Music	Av. de la Prensa N63-226 Y Manta

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

Los competidores que se han tomado en cuenta son los que más empoderamiento tiene en el sector por lo cual se buscará medidas para el cumplimiento del objetivo planteado por la microempresa WORLD DJ.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

Es una función de la empresa que ayuda a definir lo que se espera al futuro.

(Veiga, 2008)

2.03.01.01 Misión

Se refiere a un motivo o una razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución.

Este motivo se enfoca en el presente, es decir, es la actividad que justifica lo que el grupo o el individuo está haciendo en un momento dado. (Empresas y Negocios, 2014)

Ser una microempresa dedicada a la comercialización de equipamientos para Disc Jockeys en todas sus marcas Denon, Pioneer, Numark, buscando asumir el liderazgo a nivel local y estar entre las primeras alternativas de compra de los clientes.

2.03.01.02 Visión

Se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que espera que ocurra.

La visión debe ser realista pero puede ser ambiciosa, su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo. (Empresas y Negocios, 2014).

Llegar a cubrir territorio Nacional con liderazgo en el mercado, logrando nuevos segmentos de mercado, y lograr así el crecimiento de la empresa y atribuyendo al desarrollo de nuevas fuentes de empleo para las familias ecuatorianas.

2.03.01.03 Objetivos

Un objetivo es el fin que se pretende alcanzar y hacia la que se dirigen los esfuerzos y recursos. (Consultores, 2013).

2.03.01.03.01 Objetivo General

Es lo que se quiere alcanzar o la situación futura a la que se quiere llegar. (Silva, 2008)

- Fomentar el área musical comercializando equipamiento para Disc Jockeys, con el fin de que pueda proyectar y realizar nuevas creatividades en el mix.

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos expresan metas concretas que son necesarias para alcanzar el objetivo general. (Metodología de la Investigación, 2010).

- Brindar el mejor servicio de atención al cliente.
- Adquirir lo mejor en tecnología en equipamiento para el disc jockey.
- Obtener las mejores presentaciones en equipos para el cliente.

2.03.01.04 Principios

Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que orientan y regulan la vida de la organización. (acciondemocratica, 2006).

- El servicio al cliente:

Satisfacer al cliente con un trato digno y cumplir con todos sus requerimientos a fin de que su garantía sea la fidelidad.

- Trabajo en equipo:

Comunicación y compromiso de parte de los involucrados en la microempresa con el fin de que se pueda llegar al objetivo y las metas planteadas.

Superar al cliente:

Aprender a sorprender a los clientes. Cuando una persona recibe más de lo que piensa siente satisfacciones adicionales.

- Cultura de resultados:

Incentivar a los empleados para que cumplan con los objetivos a fin de un mejor desarrollo de la microempresa.

2.03.01.05 Valores

- Honestidad

Es un valor importante por el uso de la verdad, al practicar este valor en la microempresa se mantendrá un buen clima laboral entre directivos y personal y se podrá realizar un trabajo eficiente.

- Responsabilidad

Comprometerse a realizar un trabajo exacto y veraz en forma rápida y precisa con el fin de cumplir con su filosofía corporativa de la microempresa.

- Puntualidad

Compromiso de los trabajadores en donde se trabajara con el tiempo del cliente y la microempresa para atender con las necesidades y requerimientos del consumidor.

- Respeto

Proteger la integridad del trabajador y cliente a fin de tener un buen clima laboral, con el fin de que no exista abuso en la microempresa, creándole así al cliente un ambiente de completa tranquilidad al acercarse al establecimiento.

2.03.02 Gestión Administrativa

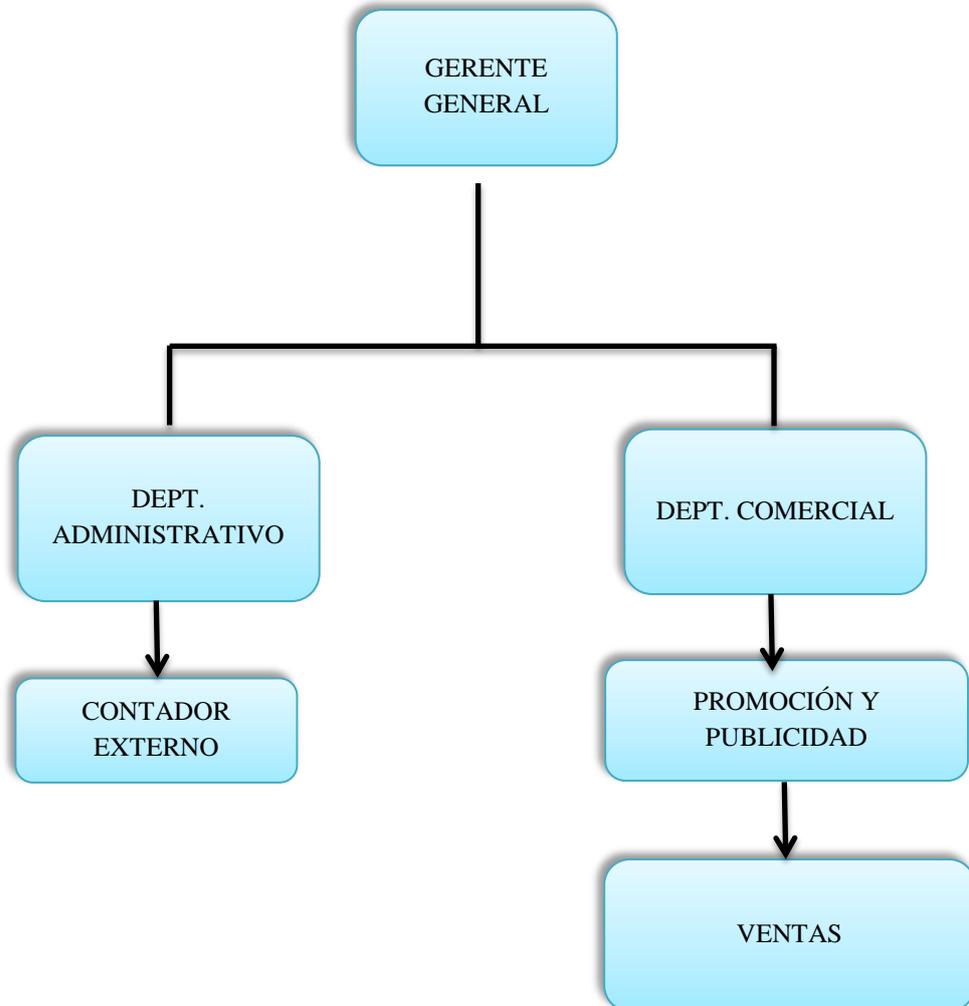
Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo:

Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. (Marcos, 2006).

2.03.02.01 Organigrama Estructural

Figura N. 6

Organigrama Estructural



Elaborado por: Jimmy Sinailin

Fuente: Investigación Propia

2.03.02.02 Manual de Funciones

1. Identificación del Cargo

- Nombre del cargo: Gerente General
- Dependencia: Gerencia
- Número de Cargos: 1
- Reporta a (Nombre del cargo): Representante legal

Objetivo Principal

Establecer funciones de, organización y toma de decisiones en inversiones para el desarrollo de la empresa de forma eficiente y eficaz a fin de incrementar el capital de la microempresa.

Requisitos Mínimos

- Ingeniero en Administración de Empresas
- Estudios complementarios en finanzas
- Estudios en Contabilidad y Auditoría
- Experiencia de 3 años en cargos similares.
- Edad 30 -40 años.

Funciones Esenciales

- Analizar los estados financieros a fin de tomar decisiones de inversión.
- Establecer estrategias para alcanzar los objetivos previstos.
- Establecer metas a corto y largo plazo con el fin de llevar un cronograma en todas las actividades.

2. Identificación del Cargo

- Nombre del cargo: Contador Externo
- Dependencia: Departamento de contabilidad
- Número de Cargos: 1
- Reporta a (Nombre del cargo): Gerente.

Objetivo Principal

Analizar la información contable para garantizar los estados financieros a fin de tomar una decisión oportuna en los procesos.

Requisitos Mínimos

- Requisitos de Formación: Ingeniero en Auditoria
- Requisitos de Experiencia Un 3 año cargos similares.
- Edad 30-40

Funciones Esenciales

- Analizar los movimientos de los registros contables.
- Establecer cálculos de pagos.
- Llevar la contabilidad de la empresa.
- Realiza los estados financieros.
- Codificación de cuenta contables según su naturaleza

3. Identificación del Cargo

- Nombre del cargo: Agente de Ventas
- Dependencia: Ventas
- Número de Cargos: 1
- Reporta a (Nombre del cargo): Asesor de Ventas

Objetivo Principal

Ejercer técnicas de ventas y marketing para la comercialización de ventas del producto.

Requisitos Mínimos

- Estudios en marketing
- Cursos de atención al cliente
- Experiencia de 3 años en cargos similares.
- Edad 25 -30 años.

Funciones Esenciales

- Aplicar con nuevas ideas de publicidad para los productos
- Establecer estrategias de mercadotecnia
- Aplicar métodos de atención al cliente con el fin de hacerle parte de la microempresa.

2.03.03 Gestión Operativa

Se entiende por gestión operativa o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora constante del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso. (Arnoletto, 2009).”

- **Realizar de pedido a Proveedor:** En esta parte se procederá a realizar pedido de Equipamiento para Djs a proveedores de la microempresa.

- **Recepción de Pedido a cliente:** Se procederá al envío de mercadería a la microempresa para que esta proceda a su comercialización y venta.
- **Verificación de Pedido Comercializador:** se procederá a realizar un control de producto de acuerdo a las características solicitadas.
- **Almacenamiento de bodega:** Se procederá al despacho de la mercadería para ubicarla en el área de bodega.
- **Distribución en las perchas:** desempacar el producto y ubicarlas en las perchas respectivas a fin de tener un producto visible en sus distintas presentaciones.
- **Detalla características del Producto a Comercializarse:** se procederá a realizar la especificación de cada producto tanto en características, funciones, marcas y estilos.
- **Capacitación física del Producto:** se procederá a realizar una capacitación o demostración del producto elegido por el cliente.
- **Solicitud del producto por el cliente:** toma de decisión por parte del cliente para su adquisición.
- **Entrega de pedido:** se procederá a la entrega del producto solicitado por el cliente.
- **Realizar el pago por parte del cliente:** cliente procede a su pago de producto dependiendo sus características y requerimientos.
- **Cobro de producto al cliente:** cliente procede a cancelar por producto solicitado.
- **Ingreso del comprobante.** Se procede a realizar el ingreso de comprobante a fin de registrar en libros y obtener un correcto registro contable.

2.03.04 Gestión Comercial

La Gestión Comercial es una de las actividades más importantes para la promoción de cualquier producto. El contacto entre fabricante y consumidor final se hace prácticamente imposible sin un departamento comercial entre medio. (Vaca, 2015)

Análisis

La presente microempresa diseñará una publicidad agresiva con el fin de diferenciarse en publicidad de la competencia, aplicando una publicidad por medio de las redes sociales y páginas web dando a conocer todos los productos que se ofrece, precios, características y marcas a fin de que el cliente obtenga toda la información correspondiente a su presunta adquisición.

De esta manera para ganar mayor plaza se procederá a trabajar por vitrina y servicio de puerta con el cliente a fin de cumplir con la expectativa con el cliente a fin de llegar con el producto estrella que comercialice la microempresa, no obstante el decir especializarse en una sola marca no quiere decir que no se procederá a realizar venta de otras marcas por lista de precios.

De esta forma se tomara como medio de publicidad el dar una demostración de todos los equipamientos para disc jockey a fin de que puedan notar todas sus funciones, características y creativities que se puedan realizar.

Además se procederá como medio de marketing a realizar un proyecto en el cual el cliente de su propia demostración, solo con su visita al establecimiento creando así que el cliente se sienta parte de la microempresa sin necesidad de adquirir el producto, y se sienta más motivado en el mix y que quiera realizar la adquisición del producto.

2.03.04.01 Logotipo

Se trata de un distintivo compuesto por letras e imágenes, peculiar de una empresa, una marca o un producto.

El logo suele incluir algún símbolo que sea asociado de manera casi inmediata con aquello que representa. En la antigüedad, los artesanos marcaban las obras de su autoría con un logo. Los reyes también cruzaban documentos legales con un logo personal, ya sea a mano o mediante un sello. (RAE, 2008).

Figura N.7
Logotipo



Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

El presente Logotipo identificado como WORLD DJ se toma por su significado en inglés el cual al traducirlo es MUNDO DJ, en donde hace referencia al producto, cliente, y un sin número de factores lo define como un mundo musical de mezcla de aptitudes, actitudes y una serie de emociones al empezar su uso de Equipamiento de Dj, para realizar un mejor trabajo en el mundo del mix.

2.03.04.02 Slogan

El slogan intenta llamar la atención sobre un producto o servicio, remarcando ciertas cualidades o tratando de asociarlo a un valor simbólico. Difundir los beneficios de la marca para diferenciarla de la competencia y generar un deseo o necesidad en el consumidor son las finalidades del slogan. (RAE, 2008).

Figura N.8

Slogan



Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

El presente slogan se idéntica como “UN MIX DE EMOCIONES” en donde el cliente puede expresar todas sus aptitudes, actitudes y sentimientos a través del mix en un Equipamiento de Dj, cumpliendo así con el deseo de dicho demandante.

2.03.04.03 Marketing Mix

El marketing está compuesto por cuatro variables o elementos que le permiten a la compañía direccionar su actividad económica, partiendo de las necesidades de los consumidores. (Lafonth, 2009).

Análisis

Para la microempresa se tomara en cuenta un marketing mix en donde se tome estrategias para la comercialización de Equipamiento para Djs a fin de dar un plus a los clientes para que estos se sientan motivados a la compra de un artículo para dj.

2.03.04.03.01 Precio

Es el valor que deben pagar por un producto los clientes. Se determina partiendo de la realización de una investigación de mercados, a través de la cual se identifica la demanda que tiene el producto, los precios de la competencia, el poder adquisitivo de los compradores, las tendencias actuales, los gustos del mercado meta, etc. Indicadores que son factores influyentes al momento de definir el precio de un producto. (Lafonth, 2009).

Análisis

El precio para la comercialización estará establecido en base a la distribución de los proveedores directamente en el país.

La base de precio está dispuesta por la Empresa Electro mundo Dj y MAS MUSICA, cuyas empresas son de capacidad de comercialización alta en donde son comercializadores y distribuidores en alta gama de productos.

El precio dependerá de acuerdo al tamaño, cantidad, características y marca para su venta.

De esta manera se tomara como base de precio será \$ 380 a 400 cuyo producto es el más aceptable de mercado.

En referencia al precio se procederá a dar formas de pago en las cuales el cliente tenga la facilidad de realizar el pago para adquirir el producto como podría ser:

- Crédito
- Efectivo
- Tarjetas de Crédito
- Transferencia
- Depósitos

2.03.04.03.02 Plaza

Se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen. Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener posesión del producto. (Mercadotecnia, 2014).

Análisis

Contar con la infraestructura necesaria para que el equipamiento de disc jockey, que pueda ser comercializado en cantidades menores, cumpliendo así con los requerimientos de los clientes de una manera más eficaz y eficiente.

Para los canales de distribución se procederá a realizar alianzas comerciales con el fin de que el producto salga del lugar de comercialización hacia otro punto de acceso y cubrir nuevos nichos de mercado.

2.03.04.03.03 Producto

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo. La tendencia actual es que la idea de servicio acompañe cada vez más al producto, como medio de conseguir una mejor penetración en el mercado y ser altamente competitivo. (XXI C. M., 2010).

Análisis

El Equipamiento para Disc Jockey es el producto que se comercializara cuyas características son: estilos, modelos y marcas de alta gama y su precio tendrá variación dependiendo al Equipamiento que desee el cliente cumpliendo así que el demandante acceda el producto con el que más se sienta identificado con el fin de cumplir los requisitos deseados.

2.03.04.03.04 Promoción

Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado. El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas. (XXI C. M., 2010).

Análisis

Se procederá a realizar una publicidad mediante el uso de tecnología con el fin de hacer conocer todos los productos, marcas, servicios y promociones que se pondrá a disposición del cliente, de esta manera se procederá a detallar lo siguiente:

- Tarjetas de presentación en donde al presentar entrara a un sorteo para capacitación de software y equipo.

Figura N.9
Tarjeta de Presentación



Elaborado: Jimmy Sinailin

Análisis

Lo que se quiere llegar hacer es algo adicional a la competencia en donde al presentar la tarjeta de presentación de la microempresa ingresa para un sorteo sobre una capacitación de Equipamiento para dj y software en donde se dará un demostrativo del articulo logrando así fomentara a que el cliente tenga mayor aceptación por el producto.

- Fofucho, incentivo para que el cliente adquiera el producto y se sienta identificado

Figura N.10
Fofucho



Elaborado: Jimmy Sinailin

- Concurso en Redes Sociales a fin de otorgar cursos de uso de productos.

Figura N.11
Red Social



Elaborado: Jimmy Sinailin

- Camisetas y gorras, incentivo para cliente.

Figura N.12

Camiseta



Elaborado: Jimmy Sinailin

Figura N.13

Gorra



Elaborado: Jimmy Sinailin

2.04 Análisis FODA

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. (Morgon, 2011).

Tabla N. 12

FODA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Apoyo de y autoridades locales (Ministerio de Educación)	Salvaguardias
Deseos de mejora y ganas de trabajar	Inflación
Asesoramiento de coordinadores con proyectos anteriores	Competencia
Explorar nuevos nichos de mercado	Entrada de nuevos competidores
Tendencia favorable en el mercado de Equipamiento de Dj	Sueldos bajos

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Jimmy Sinailin

CAPÍTULO III

Estudio De Mercado

3.01 Análisis del Consumidor

El presente producto a destinarse a la comercialización será equipamiento para Disc Jockey por lo cual el consumidor será personas de entre los 18 – a 30 años, por lo que se puede decir que este consumidor está entre la población económicamente activa por lo que podrá realizar la compra del producto de equipamiento para disc jockey, de esta manera se puede tener en cuenta que las escuelas djs, radios djs, djs, y personas naturales que tengan conocimientos básicos sobre el mix y Equipamiento para Disc Jockeys los mismos que serán también consumidores de los productos motivos por los cuales estos utilizan los artículos para el desempeño de sus funciones tanto en el área profesional como de entretenimiento.

3.02 Análisis del Producto

El presente producto que se quiere llegar a comercializar tiene varios beneficios para las personas que lo vayan a utilizar por lo que ayudara a desempeñar una mejor labor en el área musical para que los radios dj, escuelas djs y personas naturales que tengan conocimientos básicos acerca de Equipamientos para Disc Jockeys a fin de que puedan desempeñar un mejor trabajo en su ámbito profesional.

De esta manera se procede a decir que el producto que se quiere comercializar es equipamiento para Disc Jockey con el fin de que las personas que le den uso puedan realizar mejor sus creatividades musicales demostrando su destreza en los mixes y en los distintos escenarios de un sitio o destino.

Así mismo se procederá a detallar las marcas que se prevé comercializar las cuales son las más reconocidas a nivel mundial por su calidad y características para realizar mixes perfectos con lo más alto en tecnología mix.

Los productos a comercializarse son:

Figura N.14

Pioneer SX



Fuente: Pionner Dj.com

Características SX

- Serato DJ professional software included
- NEW Performance Pads and Dual Deck Control
- Multiple loop options, Slicer, Slip Mode
- NEW FX Powered by iZotope
- 8 cue points, 6 samples
- Sound card inside
- MIDI compatible

Figura N.15
Pioneer SB



Fuente: Pioneer Dj.com

Figura N.16
Pioneer Sb I



Fuente: Pioneer Dj.com

Figura N. 17
Pioneer SB II



Fuente: Pioneer Dj.com

Figura N. 18
Pioneer SB III



Fuente: Pioneer Dj.com

Características Pioneer SB

- Pads para Dj
- Mando independiente de "FILTRO MANUAL" para cada pista
- Control de precisión fiable para hacer scratch con "JOG"
- Función "FADE FILTER" para mezclar de manera suave varios temas
- EL Filter Fade, son los primeros del mercado en sacarlo y para el Dj no solo le permite la mezcla si no muchas cosas más.

- Diseñado para tener un Control completamente intuitivo a través del plug-and-play de Serato Dj Intro y Serato Dj
- Para las actuaciones, añaden un elemento divertido como son los controles táctiles.
- Punto los filtros manuales por canales, jog wheels de baja latencia y pads con sensibilidades de presión.
- La pioneer DDJ-SB, viene con el software predeterminado Serato aunque también como con todos sus modelos existe la posibilidad de mapeo.

Figura N.19
Pioneer SX 2



Fuente: Pioneer Dj.com

Características Pioneer SX 2

- Pads multicolores de rápida respuesta
- Mescladora de 4 canales
- Acabados de primera calidad
- Amplios Jogs
- Excelente sonido nítido y potente
- Es compatible con serato Dj
- Father de alto rendimiento.

Figura N.20
Pioneer SR



Fuente: Pionner Dj.com

Características

- Pads de rápida respuesta.
- Amplio Jog
- Mezcladora de dos canales
- Nueva Función de Pad Plus.
- Acabados de Primera Calidad.
- Compatible con Serato y Virtual DJ.

Figura N.21
Pioneer SZ



Fuente: Pionner Dj.com

Figura N.22
Pioneer SZ I



Fuente: Pioneer Dj.com

Características Pioneer SZ I

- Big jog wheel
- Performance pads
- Dual usb ports
- High-end mixer
- Magvel cross fader

Figura N.23
Numark Pro



Fuente: Numark .com

Características Numark Pro

- Ruedas grandes sensibles al tacto de control para scratch y localización
- Software Serato DJ Intro incluido en todos los países
- Software Traktor LE incluido en Europa y Asia

Figura N.24
Numark Pro II



Fuente: Numark .com

Características Numark Pro II

- 16 Pads de percusión de goma como modos Loop, Sample y Hot Cue
- Platos iluminados activados por el tacto, que permiten un control y scratching precisos
- Completa sección de mezcla con crossfader, EQ de 3 bandas, y controles de navegación para la librería de música

Figura N.25
Numark Pro Quad



Fuente: Numark .com

Características Pro Quad

- 4 channels of control and built-in audio interface
- 16 multi-color rubber pads with Loop, Sample, and Hot Cue Modes
- Color-customizable dual-zone platters with touch-sensitivity
- Crossfader, 3-band EQ, and music navigation controls
- 16 effects controls for flanger, phaser, echo, and more
- Includes Serato DJ Intro (4-channel version) software

Figura N.26
Denon 3500



Fuente: www.denon.com

Características Denon 3500

- Estructura profesional con Platter de motor activo
- Motor de accionamiento directo de gran par
- Velocidad de giro con ajuste a 33 o 45 rpm
- Función Scratch
- Reproducción MP3 con opciones avanzadas de búsqueda de archivo
- Reserva de la Próxima Pista
- Cross Fade
- Hot Start y Shutter
- Seamless Loop
- Sampler
- Efectos: Echo/Loop, Flanger, Filter
- Platter Mode: Brake, Dump, Reverse

Figura N.27
Denon 5000



Fuente: www.denon.com

Características Denon 5000

- Bandeja activa con motor, para emular un verdadero disco de vinilo
- El Alpha Track (2 en 1) permite la reproducción independiente y simultánea de otra pista del mismo disco, mezclar las pistas con una unidad de CD en vez de 2
- Hot Disc te permite sacar un disco en uso y que continúe reproduciéndose por 35 segundos más; también puedes realizar un loop dentro de la memoria del Hot Disc
- El Scratch de 3 vías te permite aplicar efectos de scratch, seleccionando como fuente la pista principal, Alpha o de Sampler.
- Clear Scratch Disk le permite crear sus diseños personalizados de slipmats.
- Dos unidades de DN-S5000 pueden conectarse a un DN-X800 a través de los puertos X-Effect y operarse con los faders.
- En dos unidades DN-S5000 se pueden ver recíprocamente los datos de ambas memorias (cuando están conectadas a través de los puertos de entrada y salida X-Effect)

3.01.01 Determinación de la Población

Tabla N.13

Población

EDAD	GENERO		TOTAL
	Masculino	FEMENINO	
18-30	2115	2576	4726

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Jimmy Sinailin

3.01.01.01 Muestra

Tabla N.14
Muestra

SIMBOLOGIA	SIGNIFICADO	VALOR
N	Muestra	?
N	Población	4726
E	Margen de error	5%
P	Posibilidad de Éxito	50%
Q	Posibilidad de Fracaso	50%
Z	Nivel de Confianza	95% =1,96

Elaborado por: Jimmy Sinailin

CALCULO:

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

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(4726)}{(4726-1)(0,05)^2+(1,96)(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{(3,84)(0,25)(4726)}{(4725)(0,0025)+(3,84)(0,25)}$$

$$n = \frac{4536,96}{12,77}$$

$$n = 355$$

3.01.02 Técnicas de Obtención de la información

Existen muchos métodos para la obtención de información detallada acerca de un tema en particular, en este caso para el presente proyecto para la obtención de la información correspondiente se procederá a aplicar la encuesta, logrando así que la información obtenida sea veraz y real. Cabe recalcar que la encuesta tiene ventajas y desventajas por lo cual se puede decir que se obtendrá una información real y se podrá realizar la tabulación exacta de los datos obtenidos, mientras que las desventajas se dan por motivos de recolección de información en donde se puede establecer que a la persona que se realice la encuesta se mantendrá reservado en las preguntas logrando así que el encuestado se niegue a realizarse la encuesta.

3.01.02.01 Formato de Encuesta

Mi nombre es Jimmy Rolando Sinailin Vega, alumno del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, estoy realizando mi trabajo de grado para la obtención de mi título para lo cual solicito su colaboración respondiendo la siguiente encuesta cuya información será de uso confidencial.

1. ¿Siente usted afición a ser DJ?

SI

NO

2. ¿Le gustaría a usted formarse como DJ J?

SI

NO

3. ¿Considera que ser DJ es una:

a) Profesión

b) Hobby

b) Trabajo Extra

c) Otros

4. ¿Considera importante el desarrollo de software para la aplicación en mixes?

SI

NO

5. ¿Qué marcas de equipamiento utilizaría?

a) NUMARK Pro

b) PIONEER SB

c) DENON 5000

6. ¿A usted como cliente que le gustaría?

a) CALIDAD

b) PRECIO

E) SERVICIO

c) CARACTERISTICAS

D) TECNOLOGIA

G) OTROS

7. ¿Cuál es su ingreso Mensual?

- a) 1 -354
- b) 355-450
- c) 451-550
- d) 501-600
- e) 601-700
- f) OTROS

8. ¿Usted adquiriría equipamiento para DJ?

SI

NO

9. ¿Aproximadamente cuanto estaría dispuesto a pagar por el equipamiento para DJ?

- a) Numark Pro 200 - 250
- b) Denon 5000 1400 -1500
- c) Pioneer SB 380 - 400

10. ¿Cree usted que la apertura de una microempresa dedicada a la comercialización de equipamiento para DJ tendrá aceptación en el Mercado?

SI

NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.01.03 Análisis de la Información

1. Siente usted afición a ser Dj?

Tabla N. 15

¿Siente usted afición a ser dj?

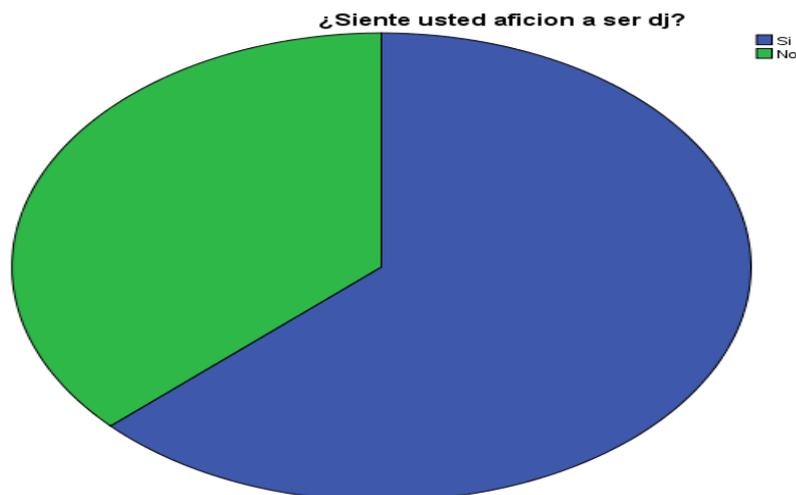
N	Válido	355
	Perdidos	0

¿Siente usted afición a ser dj?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	224	63,1	63,1	63,1
No	131	36,9	36,9	100,0
Total	355	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo
Realizado: Jimmy Sinailin

Figura N.28



Fuente: Investigación de Campo
Realizado: Jimmy Sinailin

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada a las 355 personas de una edad de entre los 16 a 40 años da a conocer que tiene afición a ser Dj, dando como resultado que el 63,1 % en su respuesta fue Si obteniendo un resultado favorable para el desarrollo de la microempresa y para poner en marcha el proyecto de la microempresa.

2¿Le gustaría a usted formarse como Dj?

Tabla N 16

N	Válido	355
	Perdidos	0

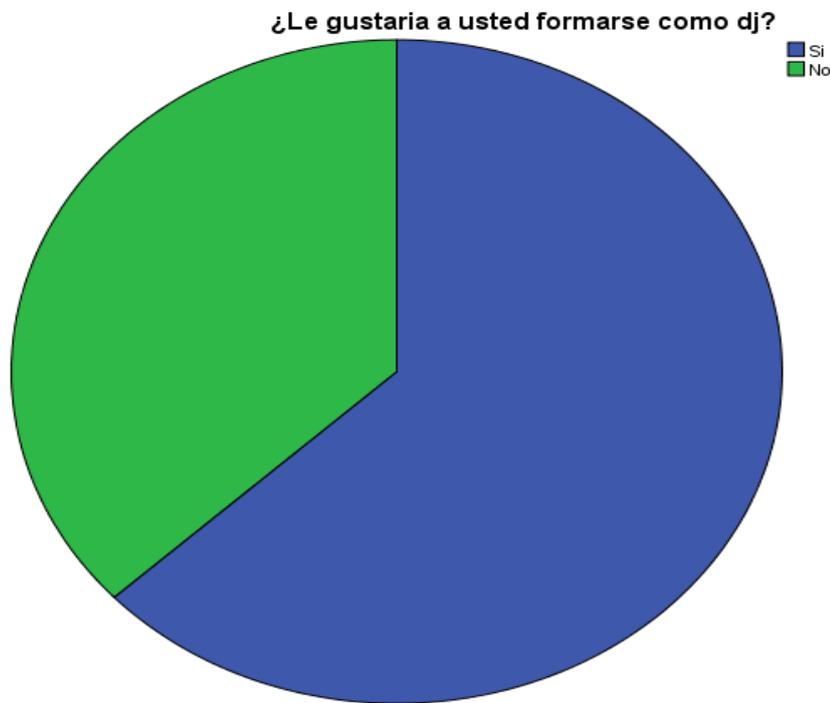
¿Le gustaría a usted formarse como dj?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	224	63,1	63,1	63,1
	No	131	36,9	36,9	100,0
Total		355	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

Realizado: Jimmy Sinailin

Figura N 29



Fuente: Investigación de Campo
Realizado: Jimmy Sinailin

Análisis

En esta pregunta se puede apreciar que el 63,1 si le gustaría formarse como Dj creando así que estos desean formarse como Dj, cuyo resultado es para es favorable motivo por el cual el cliente sienta el deseo de equiparse con lo mejor en tecnología para el mix para realizar su trabajo de mejor manera y poder desarrollar sus creatividades de la mejor forma.

3¿Considera que ser Dj es una?

Tabla N.17

¿Considera que ser dj es una?

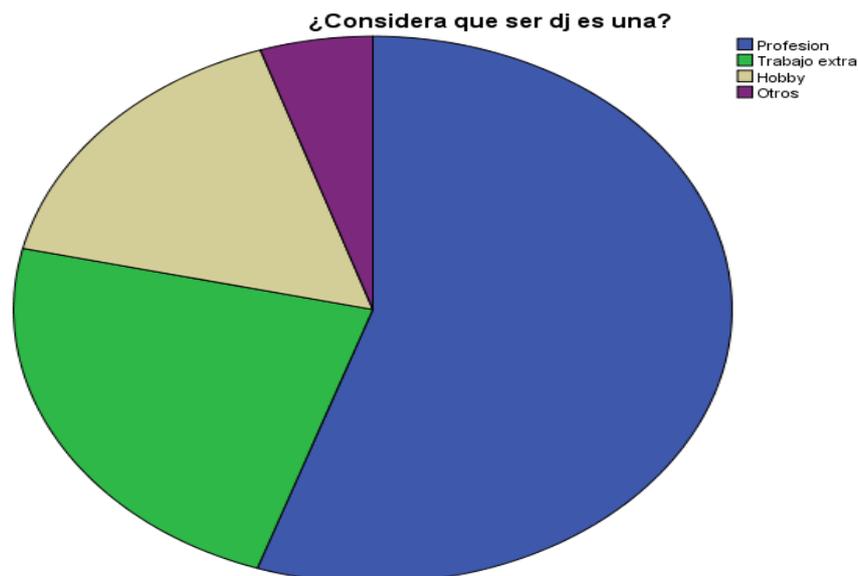
N	Válido	355
	Perdidos	0

¿Considera que ser dj es una?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Profesión	196	55,2	55,2	55,2
	Trabajo extra	83	23,4	23,4	78,6
	Hobby	58	16,3	16,3	94,9
	Otros	18	5,1	5,1	100,0
	Total	355	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo
Realizado: Jimmy Sinailin

Figura N. 30



Fuente: Investigación de Campo
Realizado: Jimmy Sinailin

Análisis

Los resultados de esta pregunta reflejan que ser Dj es una profesión por lo cual se potencia el mercado para que los Dj deseen adquirir equipamiento de última tecnología para el desarrollo de sus habilidades y creatividades, siendo así una oportunidad para la apertura de la microempresa.

4. ¿Considera usted importante el desarrollo de software para la aplicación en los mixes?

Tabla N.18

N	Válido	355
	Perdidos	0

¿Considera usted importante el desarrollo de software para la aplicación en los mixes?

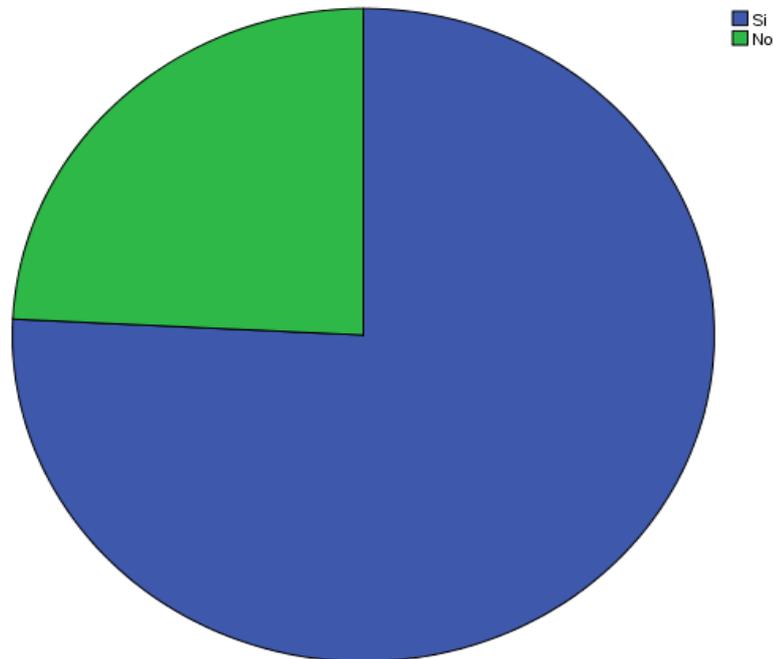
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	269	75,8	75,8	75,8
No	86	24,2	24,2	100,0
Total	355	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

Realizado: Jimmy Sinailin

Figura N. 31

¿Considera usted importante el desarrollo de software para la aplicación en los mixes?



Fuente: Investigación de Campo
Realizado: Jimmy Sinailin

Análisis

El 75,8 % en su respuesta menciona que si es importante el desarrollo de nuevos software para aplicar en los mixes para que de esta manera se pueda desarrollar de mejor manera sus creatividades musicales, mencionando de esta manera que con el avance tecnológico el cliente buscar equipos de software sofisticado y no de tecnología obsoleta

5¿Que marcas de Equipamiento estaría dispuesto a utilizar?

Tabla N. 19

Estadísticos

¿Qué marca de Equipamiento estaría dispuesto a utilizar

N	Válido	355
	Perdidos	0

¿Qué marca de Equipamiento estaría dispuesto a utilizar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Numark Pro	93	26,2	26,2	26,2
	Pioneer SB	194	54,6	54,6	80,8
	Denon 5000	68	19,2	19,2	100,0
	Total	355	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

Realizado: Jimmy Sinailin

Figura N.32



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Jimmy Sinailin

Análisis

El resultado positivo se puede apreciar que es marca Pioneer Sb por lo cual se puede decir que debido a su última gama de productos y tecnología se ha dado a conocer en un gran porcentaje siendo así la más escuchada y la que mayor aceptación tiene entre el público, dando a notar así que Equipamiento para Djs marca Pioneer lanza al mercado productos en alta tecnología y a un precio moderado dando referencia a Pioneer Sb, cuyo producto es económica y con funciones de un controlador profesional, asumiendo de esta manera que el cliente en la actualidad busca un producto innovador más que uno de gran magnitud.

¿A usted como cliente que le gustaría?

Tabla N. 20

¿A usted como cliente que le gustaría?

N	Válido	355
	Perdidos	0

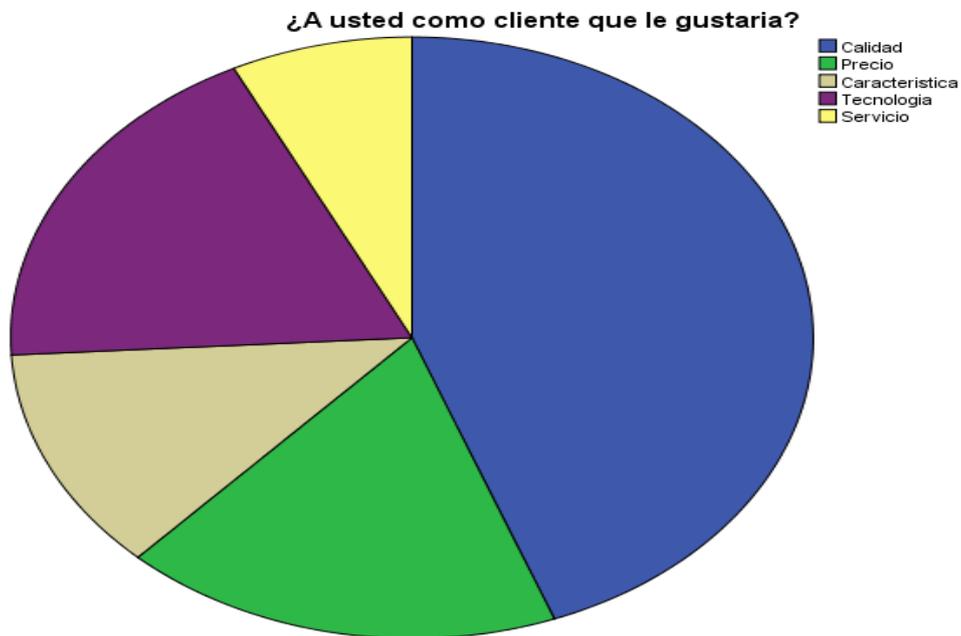
¿A usted como cliente que le gustaría?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Calidad	157	44,2	44,2	44,2
Precio	63	17,7	17,7	62,0
Característica	43	12,1	12,1	74,1
Tecnología	66	18,6	18,6	92,7
Servicio	26	7,3	7,3	100,0
Total	355	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

Realizado: Jimmy Sinailin

Figura N. 33



Fuente: Investigación de Campo
Realizado: Jimmy Sinailin

Análisis

El encuestado lo que más requiere de un producto es la calidad, es por esto que los demás ítems no le da la respectiva importancia por lo que el cliente solo desea que el producto sea durable y cumpla con sus requisitos para su uso, de esta manera se puede decir que el Equipamiento más conocido y aceptado fue Pioneer por lo cual la compañía Productora de este producto garantiza calidad y excelentes funciones del artículo, por lo cual se puede constatar en el estudio realizado en donde los resultados se reflejan a una sola marca que en la actualidad está pegando en el mercado es Pioneer.

7¿Cuál es su ingreso mensual?

Tabla N.21

¿Cuál es su ingreso mensual?

N	Válido	355
	Perdidos	0

¿Cuál es su ingreso mensual?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1-354	105	29,6	29,6	29,6
	355-450	132	37,2	37,2	66,8
	451-550	37	10,4	10,4	77,2
	551-600	49	13,8	13,8	91,0
	601-700	22	6,2	6,2	97,2
	701 En adelante	10	2,8	2,8	100,0
	Total	355	100,0	100,0	

Figura N. 34



Fuente: Investigación de Campo
Realizado: Jimmy Sinailin

Análisis

El ingreso de los encuestados da como resultado que obtienen entre \$ 355 a 450 por lo que al ser su monto superior al salario podrá sustentar la compra de equipamiento para su uso en los mixes, dando como referencia que el producto que más opte el cliente será Pioneer SB por estar acorde a sus ingresos, logrando de esta manera que no afecte a su estabilidad económica y cumpla con su requerimiento de Equipamiento de Dj y se pueda formar como para del mundo del mix.

8¿Usted adquiriría Equipamiento para Dj?

Tabla N. 22

¿Usted adquiriría Equipamiento para Dj?

N	Válido	355
	Perdidos	0

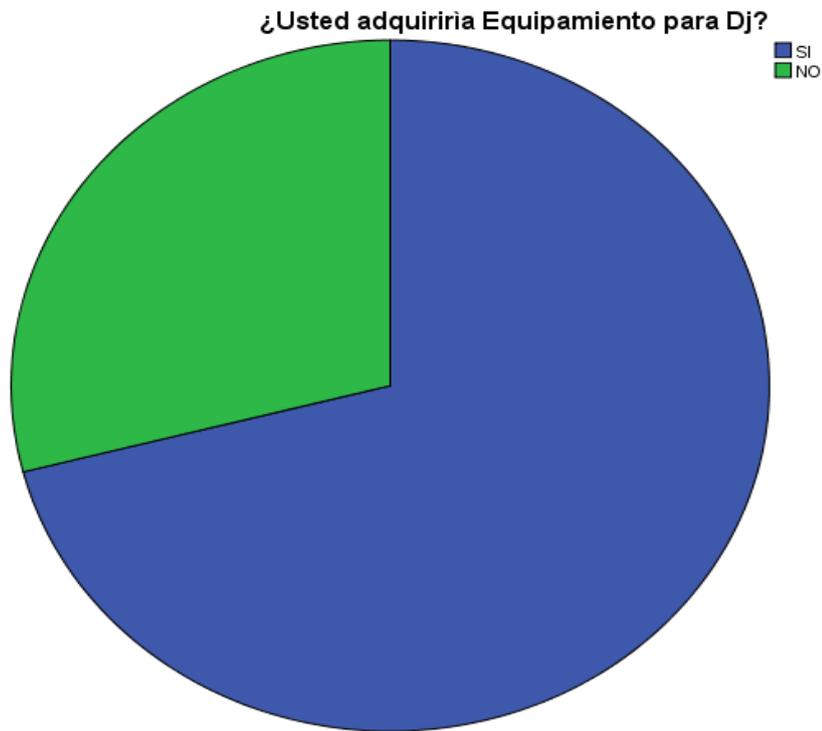
¿Usted adquiriría Equipamiento para Dj?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	252	71,0	71,0	71,0
	NO	103	29,0	29,0	100,0
	Total	355	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

Realizado: Jimmy Sinailin

Figura N. 35



Fuente: Investigación de Campo

Realizado: Jimmy Sinailin

Análisis

En la respuesta realizada en la encuesta nos dice que el 71 % de los clientes si estarían dispuestos a adquirir Equipamiento para Dj, cabe recalcar que los consumidores están basados a sus ingresos, marca y características que le ofrece la comercializadora y el producto para cumplir con su expectativa de compra. Cabe recalcar que en base a las preguntas anteriores se puede dictaminar que el producto que mayor aceptación

Tabla N. 23

9¿Aproximadamente cuanto estaría dispuesto a pagar por el equipamiento para Djs?

Estadísticos

¿Aproximadamente cuanto estaría dispuesto a pagar por el equipamiento para Djs?

N	Válido	355
	Perdidos	0

¿Aproximadamente cuanto estaría dispuesto a pagar por el equipamiento para Djs?

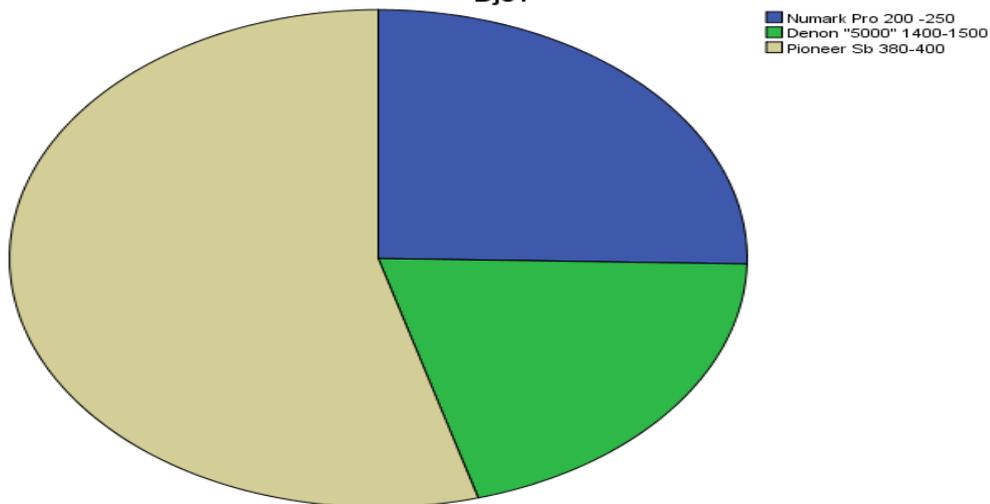
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Numark Pro 200 -250	90	25,4	25,4	25,4
Denon "5000" 1400-1500	72	20,3	20,3	45,6
Pioneer Sb 380-400	193	54,4	54,4	100,0
Total	355	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

Realizado: Jimmy Sinailin

Figura N.36

¿Aproximadamente cuanto estaría dispuesto a pagar por el equipamiento para Djs?



Fuente: Investigación de Campo

Realizado: Jimmy Sinailin

Análisis

El 54,4 de los encuestados dan mención a que estarían dispuestos a pagar de \$ 380 a 400 de la marca Pioneer Sb lo cual conlleva a dictaminar que al fijarse en la marca estarían dispuestos a pagar el precio fijado por el mercado, dando como referencia que está todo ligado con la marca de producto, ingresos y cuanto estarían dispuestos a pagar por lo cual se da mención que el producto está enfocándose a marca Pioneer y su producto base SB.

De esta manera se puede decir que el presente producto de mayor aceptación es por la única razón de que es un equipamiento de uso profesional, con facilidades de uso con una magnitud razonable en donde el cliente busca un producto ya no de gran magnitud sino de funciones y precios.

10. ¿Cree Usted que la apertura de una nueva microempresa dedicada a la comercialización de Equipamiento para Dj tendrá aceptación en el mercado?

Tabla N. 24

N	Válido	355
	Perdidos	0

10. ¿Cree Usted que la apertura de una nueva microempresa dedicada a la comercialización de Equipamiento para Dj tendrá aceptación en el mercado?

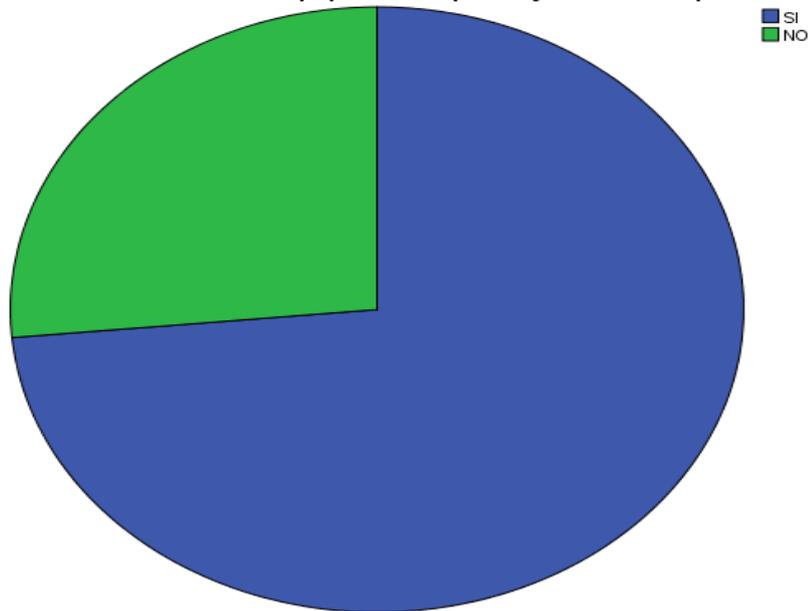
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SI	261	73,5	73,5	73,5
NO	94	26,5	26,5	100,0
Total	355	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo

Realizado: Jimmy Sinailin

Figura N.37

¿Cree Usted que la apertura de una nueva microempresa dedicada a la comercialización de Equipamiento para Djs tendra aceptacion en el mercado?



Fuente: Investigación de Campo

Realizado: Jimmy Sinailin

Análisis

Esta pregunta puede ser la más relevante motivo por el cual el encuestado ha mencionado en un 73,5; que la apertura de una nueva microempresa comercializadora de equipamiento para el Dj si tendrá aceptación en el mercado en donde se sitúe, por lo cual el público encuestado tiene conocimientos profesionales y básicos para poder dictaminar que la apertura de una nueva microempresa si será factible por lo cual el cliente tendrá opciones de compra en establecimientos dedicados a la comercialización de este tipo de Equipamientos.

CAPÍTULO IV

4.- Estudio Técnico

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

4.01 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado. (Tomas U. S., 2010)

Tabla N. 25
Tamaño de Proyecto

Equipos Anuales	171
Equipos Mensuales	14
Equipos semanales	3
Precio	395
Equipo Anuales	171
P.V.P. x Unidad	* 395
Ingresos Anuales	\$ 67.545,00
ingresos mensuales	\$ 5.530,00

Fuente: Investigación de Campo

Realizado: Jimmy Sinailin

4.01.01 Capacidad instalada

La capacidad instalada se refiere a la infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse. (Planing, 2013)

El proyecto WORLD DJ cuenta con una superficie de 74 m² lo cual está distribuido en las distintas áreas.

Tabla N. 26
Tabla N. Capacidad Instalada

Área	Dimensiones	Total Área
Administración	5*5	25
Bodega	3*3	9
Baños	1.50*.1.50	3
Dep.Ventas	3*4	12
exhibición y prueba producto	4*5	25
Total		74.m2

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Fuente: Investigación de Campo

4.01.02 Capacidad óptima

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. (Rojas, 2007).

4.02 Localización

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social. (Tomas U. , 2011).

4.02.01 Macro Localización

Tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas.

(Carlos., 2013).

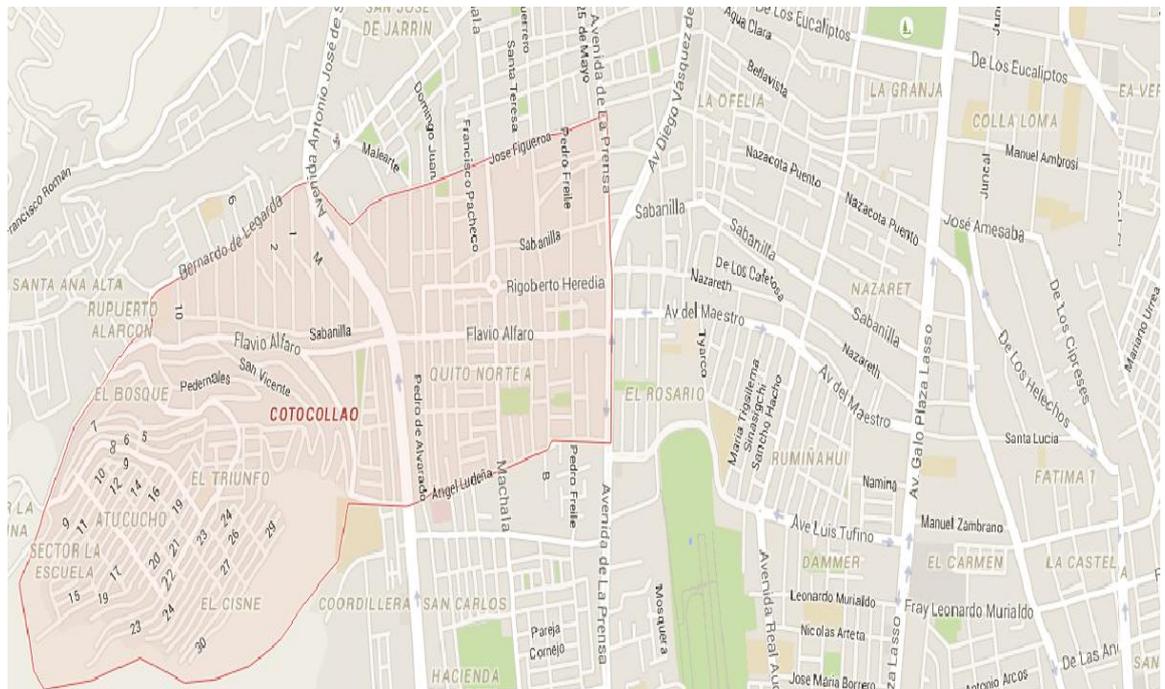
Tabla N. 27 Macro Localizacion

MACRO LOCALIZACION	
Pais	Ecuador
Provincia	Pichincha
Canton	Quito
Parroquia	Cotocollao
Habitantes	31263

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Figura N. 38

Macro Localizacion



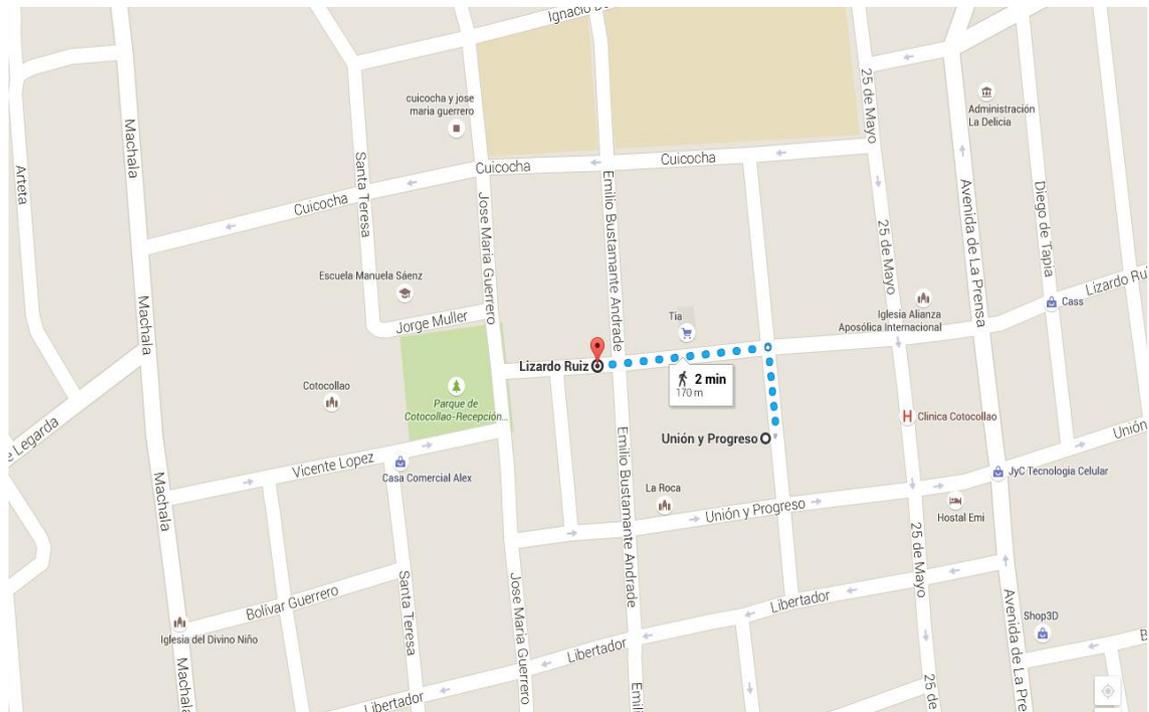
Fuente: Google Maps.

4.02.02 Micro –Localización

Elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio. (Blogspot, 2012).

El proyecto que se llevara a cabo se realizara en la Parroquia de Cotocollao ya que es un sector comercial en donde hay gran afluencia de Personas por ser el centro de diversos barrios. (Carlos., 2013)

Figura N. 39
Micro localización



Fuente: Google Maps

4.02.03 Localización Óptima

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social) (Carlos, 2009)

Tabla N.28 Matriz de Localización

Matriz de localización					
Factores relevantes	Peso Asignado	Cotocollao		Calderón	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Cercanía con el cliente	0,12	10,00	1.20	7	0.84
Artículos disponibles	0,08	9,00	0.72	6	0.48
Cercanía con los Proveedores	0,10	7,00	0.70	5	0.50
Mano de Obra Disponible	0,08	9,00	0.72	8	0.64
Arriendos	0,08	10,00	0.80	9	0.72
Servicios básicos	0,10	10,00	1	8	0.80
Competencia	0,08	7,00	0.56	7	0.56
Accesibilidad	0,08	10,00	0.80	6	0.48
Canal de distribución	0,06	8,00	0.48	7	0.42
Costo de vida	0,12	8	0.96	6	0.72
Permisos	0,10	7	0.70	6	0.60
Total	1,00		8.64		6.76

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

Para determinar la localización de la microempresa se realizó un estudio en dos localizaciones, para esto se tomó a la parroquia de Cotocollao y Calderón dando como resultado de la investigación de campo que el lugar más estratégico y comercial es la Parroquia de Cotocollao por la cercanía con los clientes y la afluencia de personas de los diversos sectores que lo rodean siendo Cotocollao el centro de varios sectores del norte siendo así un lugar comercial y de mayor acogida dando así un resultado positivo a esta localización por todos los factores que se necesita para la apertura de la microempresa, mientras que la localización de Calderón se mantiene en un porcentaje bajo para la comercialización de equipamientos por los recursos y factores que se necesita para la apertura.

4.3 Ingeniería del producto

El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. (Chauca, 2012)

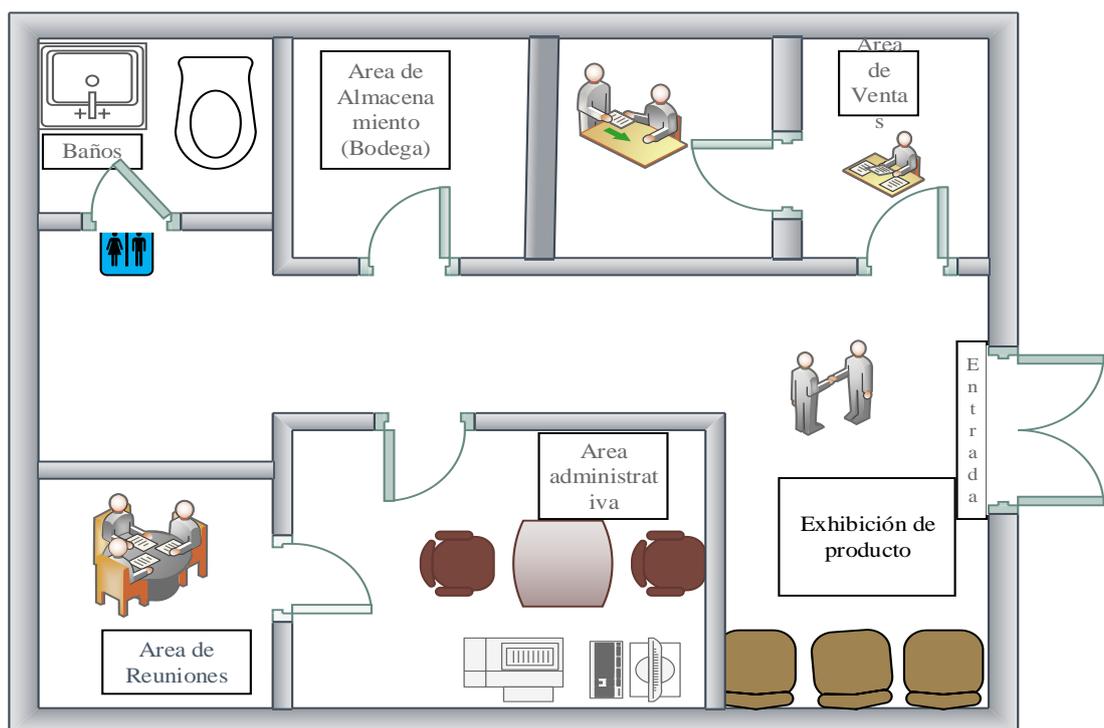
4.03.01 Distribución de la Planta (WORLD DJ)

La distribución de planta es un concepto relacionado con la disposición de las máquinas, los departamentos, las estaciones de trabajo, las áreas de almacenamiento, los pasillos y los espacios comunes dentro de una instalación productiva propuesta o ya existente. (Rodríguez)

Análisis

Para la distribución de la planta se tomará en cuenta todas las áreas en donde se realizara las operaciones de comercialización de equipamiento para Djs para lo cual se distribuirá de una manera correcta y en dimensiones cómodas a fin de que el cliente no tenga inconvenientes y lo empleados puedan realizar sus actividades de manera eficiente, cabe recalcar que las instalaciones deben estar acopladas motivo por el cual por ser el producto a comercializarse electrónico causa un ambiente de alta temperatura para lo cual se necesita un ambiente abierto.

Figura N.40
Distribución de la Planta



Elaborador por: Jimmy Sinailin

Fuente: Investigación Propia

4.03.02 Matriz SLP

El método S.L.P., es una forma organizada para realizar la planeación de una distribución y está constituida por cuatro fases, en una serie de procedimientos y símbolos convencionales para identificar, evaluar y visualizar los elementos y áreas involucradas de la mencionada planeación. (Urbina)

Tabla N. 29
Razones

Numero	Razones
1	Por control
2	Por Higiene
3	Por Proceso
4	Por conveniencia
5	Por Seguridad

Fuente: Vaca Urbina

Elaborado por: Jimmy Sinailin

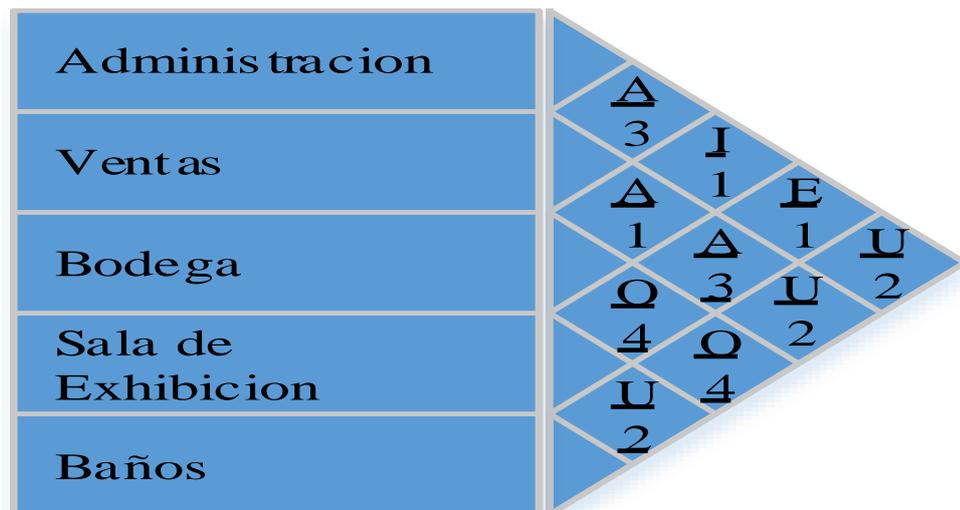
Tabla N:30
Ponderaciones

Letras	Orden de Proximidad	Numero en Líneas
A	Absolutamente necesaria	=====
E	Especialmente importante	=====
I	Importante	=====
O	Ordinaria o Normal	=====
U	Sin importancia	=====
X	Indeseable	~~~~~
XX	Muy indeseable	~~~~~

Fuente: Vaca Urbina

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Figura N .41
SLP



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

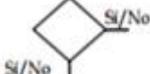
En la matriz SIp nos da a conocer la importancia que tiene una área con otra dándonos un resultado de como situar las áreas a fin de dejar bien distribuido la planta.

4.03.03 Proceso Productivo

Se conoce como proceso productivo a la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria) dicho de otra forma un proceso productivo es el conjunto de operaciones que mediante recursos técnicos y humanos transforman la materia prima en un producto, además el proceso productivo puede realizarse de manera artesanal o industrial. (Ochoa, 2014).

Tabla N. 31

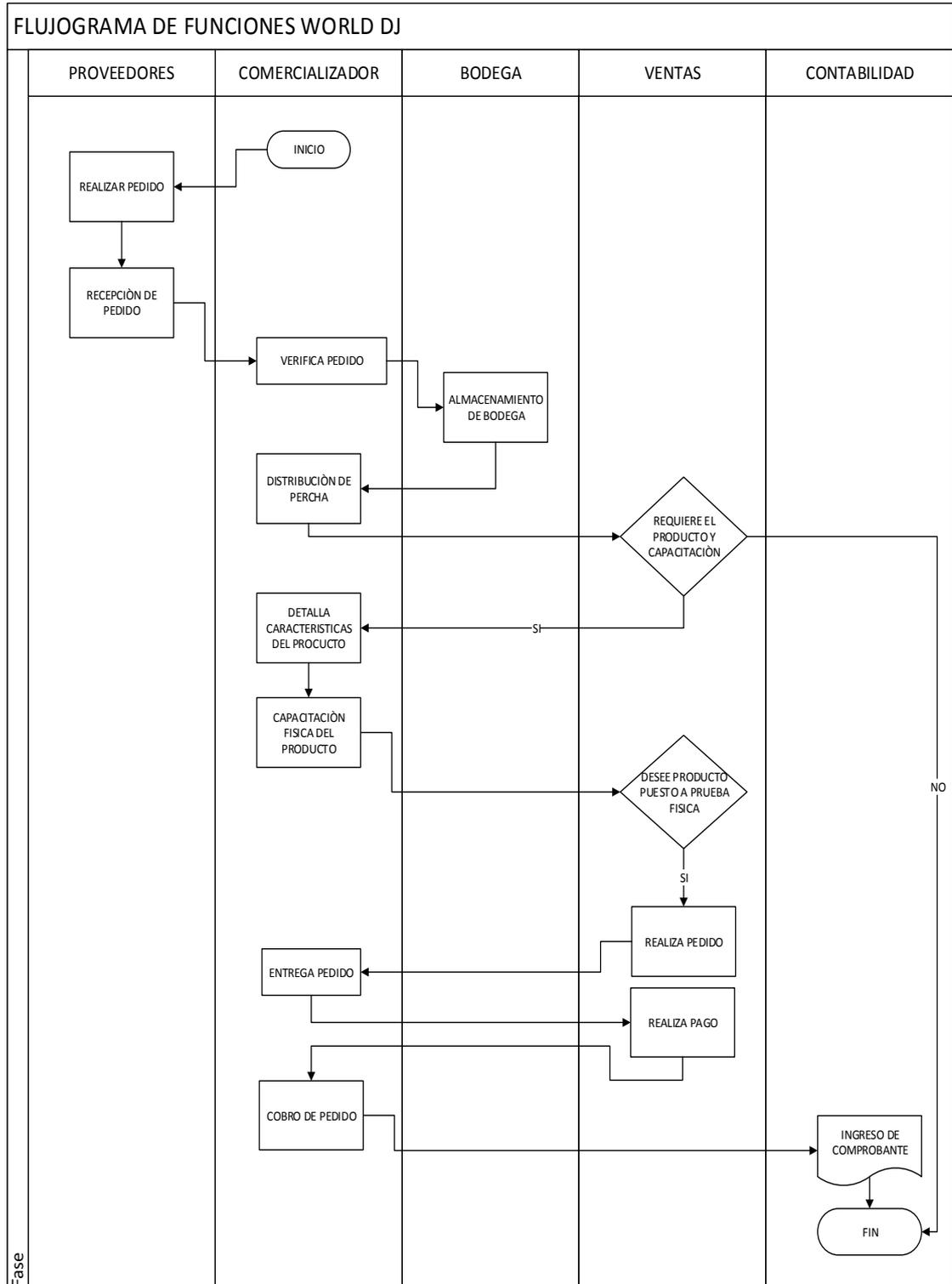
Simbología Ansi

Símbolo	Significado	¿Para que se utiliza?
	Inicio / Fin	Indica el inicio y el final del diagrama de flujo.
	Operación / Actividad	Símbolo de proceso, representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Datos	Indica la salida y entrada de datos.
	Almacenamiento / Archivo	Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.
	Decisión	Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos.
	Líneas de flujo	Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.
	Conector de página	Representa la continuidad del diagrama en otra página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente en la que continua el diagrama de flujo.

Fuente: Simbología ANSI.com

Figura N. 42

Flujo grama de Funciones



Elaborado por: Jimmy Sinailin

4.03.04 Maquinaria

Conjunto de máquinas o bienes de equipo mediante las cuales se realizan la extracción o elaboración de los productos. (Plan General Contable, 2014)

4.03.05 Mobiliario y Equipo Requerido

Son todos los mobiliarios y equipos que pertenecen a la compañía; como por ejemplo: Muebles, escritorios, archivos, estantes, vitrinas, mostradores, sillas, mesas, retroproyectors, fotocopiadoras. (Contabilidad Basica Financiera y Costos, 2012)

Tabla N. 32

Mobiliario y Equipo

MOBILIARIO Y EQUIPO
DETALLE
MUEBLES Y ENSERES
Escritorio
sillas de escritorio
sillas administrativas
Archivador
EQUIPOS DE COMPUTACION
Computadora
Impresora multifuncional
Parlantes
Escritorio
EQUIPOS DE OFICINA
Teléfono
Calculadora
Clips
Esferos
Libretas

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimmy Sinailin

4.03.06 Mano de Obra

Se conoce como mano de obra al esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien. El concepto también se aprovecha para apuntar hacia el costo de esta labor (es decir, el dinero que se le abona al trabajador por sus servicios). (wordpress, 2008)

Tabla N. 33

Mano de Obra

N.	CARGO
1	Gerente
2	Ventas

Elaborado por: Jimmy Sinailin

CAPÍTULO V

Estudio Financiero

Es el proceso en el desarrollo de un plan de negocios donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado. (Fernando, Administración de Empresas , 2008)

5.01 Ingresos

Un ingreso es una recuperación voluntaria y deseada de activo, es decir, un incremento de los recursos económicos. Se derivan de las transacciones realizadas por la empresa con el mundo exterior que dan lugar a alteraciones positivas en el patrimonio neto de la misma. (Jiménez, 2008, pág. 3).

Tabla N.34
Ingresos Operacionales

Costo Proveedor x Unidad	\$	230,00
P.V.P. x Unidad	\$	395,00
Cantidad venta Anual		171
Ingreso Anual	\$	67.545,00
Ingreso Mensual	\$	5.628,75
TOTAL ANUAL	\$	67.545,00

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Tabla N.35

DESCRIPCION	COSTO	PORCENTAJE
Pioneer SX	850,00	10,24%
Pioneer SX 2	1.289,00	15,54%
Pioneer SB	230,00	2,77%
Pioneer SR	779,00	9,39%
Pioneer SZ	1.289,00	15,54%
Numark Pro	230,00	2,41%
Numark Pro 2	330,00	3,98%
Numark pro Quad	430,00	5,18%
Denon 3500	1.400,00	16,87%
Denon 5000	1.500,00	18,08%
TOTAL	8.297,00	100,00%

COSTO	PRECIO VENTA	TOTAL GANACIA	PORCENTAJE
230,00	395	165,00	58%

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En el cuadro de costo de venta se especifica la inversión inicial de los productos que se procederán a comercializar en la cual se ha tomado referencia a 10 productos de equipamiento para djs y la inversión es de \$ 8297,00 esto es por la compra de los productos para la microempresa, estableciendo así que se tomara en consideración a un único producto que es Pioneer SB, por lo cual ha sido en marca y precio el más aceptado por el cliente en el estudio de mercado, estableciendo así que su PVP será de \$ 395,00, manteniendo equilibrado en precio con demás comercializadores de equipamiento para DJS sin sobrepasar y disminuir el precio de venta para poder

cubrir los gastos, mencionando así que la ganancia a obtenerse será de \$165,00 por producto, ganancia que es razonable para solventar otras inversiones de equipamiento de Djs para la microempresa

Tabla N.36
Ingresos proyectados

DETALLE	Año	Año	Año	Año	Año
	1	2	3	4	5
TOTAL	67.545,00	71.755,22	76.227,88	80.979,33	86.026,94

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la tabla nos da a conocer los ingresos realizadas por las ventas anualmente, siendo positivas para la microempresas ya que existe una gran variación de ingresos positivos.

5.02 Costos

Los costos representan erogaciones y cargos asociados clara y directamente con la adquisición o la producción de los bienes o la prestación de los servicios, de los cuales un ente económico obtendrá sus ingresos. (Medina, 2014, pág. 12).

5.02.01 Costo Directo

Tabla N.37
Costos Directos

Descripción	Cantidad	Valor	Décimo	Decimo	Fondos de	Aporte al	Valor
		Unitario	Tercero	Cuarto	Reserva	IEES 12,32%	Total
Gerente	1	550,00	45,83	20,00	-	67,76	683,59
Ventas	1	354,00	29,50	20,00	-	43,61	447,11
TOTAL	2	904,00	75,33	40,00	-	111,37	1.130,71

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la tabla nos da a conocer los costos directos en los cuales son del gerente y ventas, los cuales van a ser los principales tanto para la comercialización y venta y otro para llevar un registro de mercadería e ingresos y egresos para llevar un correcto orden d inventario y de dinero para futuras inversiones.

5.02.03 Gastos Administrativos

Son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas”. (.B, 2012).

Tabla N. 38
Gastos Administrativos
GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Cantidad	Valor		TOTAL	TOTAL
		Unitario	MENSUAL	ANUAL	
Sueldo Personal Administración	2	904,00	904,00	10.848,00	
Suministros de Oficina	1	430,00	430,00	5160,00	
Arriendos	1	350,00	350,00	4.200,00	
Equipos de Oficina	1	3,58	3,58	1093,00	
Equipos de Computación	1	87,50	87,50	43,00	
Agua Potable	1	20,00	20,00	1050,00	
Luz Eléctrica	1	40,00	40,00	240,00	
Teléfono	1	20,00	20,00	480,00	
Internet	1	40,00	40,00	240,00	
Depreciación de Activos Fijos	4	7,59	91,08	480,00	
TOTAL			\$ 1.986,17	\$ 23.834,00	

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis:

En la tabla se está detallando los gastos administrativos que deberá realizar la microempresa dando como referencia que estos gastos serán para el desarrollo de las actividades de la microempresa, dando así mención a los siguientes gastos: sueldos de personal, arriendos agua potable, teléfono, luz eléctrica, internet, equipos de computación, equipo y suministro de oficina, cuyo valor es de \$\$ 23.834,00., gastos que no se pueden dejar desapercibidos motivos por los cuales son los gastos más importantes para el desarrollo y continuidad de las operaciones en la microempresa.

5.02.04 Gasto de Venta

Son todos los egresos que se destinan al proceso de vender los bienes y servicios producidos por las actividades propias del proyecto que se realizan en la normal operación del mismo. (Masloc, 2012)

Tabla N. 39

Gasto de Venta

Descripción	Cantidad	Valor	TOTAL	TOTAL
		Unitario	MENSUAL	ANUAL
Cuñas radiales (RADIO)	1	30,00	30,00	360,00
Diseño de página WEB	1	200,00	200,00	200,00
camisetas y gorras	10	5,00	50,00	600,00
Fofucho publicitarios	10	3,00	30,00	30,00
Tarjetería	1000	0,03	30,00	30,00
TOTAL				1.220,00

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la tabla se puede apreciar todos los recursos de publicidad y marketing que se tomara en cuenta para hacer conocer a la empresa como publicidad por radio, muñecos, tarjetas de presentación, pagina Web, redes sociales , camisetas y gorras para de esta manera crear un posicionamiento de marca logrando así atraer más clientes, logrando así hacer que el consumidor se sienta parte de la microempresa, añadiendo también que al realizar esta publicidad el cliente ayudara a crecer la marca y ayudara a la microempresa obtener mayor acogida en el mercado comercial de equipamiento para Dj.

5.02.05 Costos Financieros

Los Costos Financieros tienen distintos niveles de tratamiento y análisis, ya sea que se traten de los específicos de producir (plazos para la cancelación de las deudas con proveedores, recargos por mora en el pago, bonificaciones por pronto pago, ajuste de valores por deudas impagas, stock de materiales, descuento de documentos), de retribuir a los factores productivos (cancelación de préstamos, rentabilidad), evaluando proyectos con el Tir, van, periodo de repago, entre otros.” (Maydana, 2003, pág. 2).

5.02.06 Costos Fijos y Variables

5.02.06.01 Costos Fijos.-

Los Costos Fijos son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción. No cambian durante un periodo específico. Por lo tanto, a diferencia de los variables, no dependen de la cantidad de bienes o servicios producidos durante el mismo periodo”. (Baldiviezo, 2013).

5.02.06.02 Costos Variables.-

Son aquellos que se modifican de acuerdo con el volumen de producción, es decir, si no hay producción no hay costos variables y si se producen muchas unidades el costo variable es alto. Unitariamente el costo variable se considera Fijo, mientras que en forma total se considera variable. Es el costo que incurre la empresa

y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación. (Baldiviezo, 2013)

5.02 Inversiones

La inversión es el gasto monetario en la adquisición de capital fijo o capital circulante, o el flujo de producción encaminado a aumentar el capital fijo de la sociedad o el volumen de existencias y está formada por bienes producidos que se utilizan para obtener nuevos productos. (Torres, 2012)

5.02.01 Inversión Fija

La inversión fija se da en las inversiones en donde se conoce de antemano (o al menos en un nivel de predicción aceptable) cuáles serán los flujos de renta que generarán (los cuales no necesariamente tienen que ser constantes o regulares), son los activos financieros o títulos valores tales como los bonos, las obligaciones, las letras, y los pagarés; los bienes raíces en alquiler, y los sistemas de ahorros tales como los depósitos a plazo y las cuentas de ahorro. (Arturo, 2012).

5.02.01.01 Activos Fijos

Los activos fijos son aquellos que tienen vida útil de más de un año, el cual se adquiere para ser utilizado en las operaciones de una empresa, con el fin de obtener ingresos. Es importante conocer la relevancia de este tipo de activos por que el tratamiento contable que se les da incluye el valor de adquisición de dicho activo, el uso que reciben y el retiro de los mismo, ya sea por causa de terminación de su vida útil o por obsolescencia. (Espinoza, 2013).

Tabla N. 40

Activos Fijos

INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	
Infraestructura	800,00
Muebles y Enseres	1.963,00
Equipos de Oficina	430,00
Equipos de Computación	3.150,00
TOTAL	6.343,00

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la tabla se detalla todos los activos fijos pertenecientes a la microempresa cuyo total es de \$ 6.343,00 por lo cual la microempresa tiene los suficientes activos para respaldar un crédito con sus propios bienes, cabe recalcar que los activos fijos que va a obtener la microempresa se sustenta que por ser dedicada a la Comercialización de Equipamiento para Dj se requiere de equipos tantos de oficina como de computación altamente acordes al producto para así brindar un correcto servicio al cliente con el producto.

5.02.01.02 Activos Nominales Diferidos

Son valores cuya posibilidad de recuperar está condicionada habitualmente, por la duración del Tiempo, es el caso de inversiones realizadas por la Empresa y que en un lapso se convertirán en Gastos. Se pueden mencionar en este concepto los Gastos de Instalación, las primas de seguro, etc. (Girón, 2013).

5.02.02 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es la parte de los recursos permanentes que la empresa tiene para financiar su operación. Quien dice permanentes, dice también: de largo plazo. Por lo tanto, este concepto hace referencia, necesariamente, a los recursos que la empresa, o tiene por patrimonio; o los ha recibido de terceros, pero para ser amortizados en más de un año; o han sido generados por la propia operación.

(Fontana, 2014, pág. 4).

Tabla N. 41

Capital de Trabajo

Descripción	1 Mes	2 Mes	3 Mes	TOTAL
Arriendo	350,00	350,00	350,00	1.050,00
Sueldos Personal	1.130,71	1.130,71	1.130,71	3.392,12
Servicios Básicos	135,00	135,00	135,00	405,00
Inventario Mercadería	5.000,00	0,00	0,00	5.000,00
Suministros de Oficina	20,00	20,00	20,00	60,00
TOTAL	6.635,71	1.635,71		9.907,12

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

La tabla da a conocer los recursos y valores que requiere la microempresa para poder opera los tres primeros meses cuyo valor asciende a \$ 9.907,12 de esta manera podrá desarrollar sus actividades los tres primeros meses con capital fijo para que al cuarto mes ya disponga capital de las ventas para solventar los gastos y se solvente la microempresa tanto inversión como gastos

5.02.03 Fuentes de Financiamiento y Usos de Fondos

Son los que identifican el origen de los recursos con que se cubren las asignaciones presupuestarias. Por lo mismo son los canales e instituciones bancarias y financieras, tanto internas como externas por cuyo medio se obtienen los recursos necesarios para equilibrar las finanzas públicas. Dichos recursos son indispensables para llevar a cabo una actividad económica, ya que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. (Néstor, 2011).

Tabla N. 42
Fuentes de Financiamiento y Usos de Fondos

Crédito	35%	5.687,54
Capital Propio	65%	10.562,58
TOTAL	100%	16.250,12

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la presente tabla podemos notar cómo será la inversión de la microempresa para lo cual se ha dividido en capital Propio cuyo porcentaje es de 65% valorizado en 10.562,58, y la fuente de financiamiento cuyo porcentaje es de 35% valorizado en 5.687,54 dando una inversión total de 16.250,12 de inversión.

5.02.04 Amortización De Financiamiento (Tabla De Amortización).

Son usadas para calcular cuál será el pago mensual del prestatario. Un calendario de amortización muestra el pago, los intereses y el desglose de capital, y el Saldo impago del préstamo para cada período de la duración del mismo. (Mario, 2011).

Tabla N. 43 Amortización

Inversión	:	100%	16.250,12	
Cap. Propio	:	65%	10.562,58	
Financiamiento	:	35%	5.687,54	
Plazo	:		24	MESES
Interés	:		11,83%	0,49%
Pagos	:		MENSUAL	

Tabla N.44 Amortización

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	5.687,54	0,00	0,00	0,00	5.687,54
1	5.687,54	28,03	251,86	223,82	5.463,72
2	5.463,72	26,93	251,86	224,93	5.238,79
3	5.238,79	25,82	251,86	226,03	5.012,76
4	5.012,76	24,71	251,86	227,15	4.785,61
5	4.785,61	23,59	251,86	228,27	4.557,34
6	4.557,34	22,46	251,86	229,39	4.327,95
7	4.327,95	21,33	251,86	230,52	4.097,42
8	4.097,42	20,20	251,86	231,66	3.865,76
9	3.865,76	19,05	251,86	232,80	3.632,96
10	3.632,96	17,91	251,86	233,95	3.399,01
11	3.399,01	16,75	251,86	235,10	3.163,91
12	3.163,91	15,60	251,86	236,26	2.927,64
13	2.927,64	14,43	251,86	237,43	2.690,22
14	2.690,22	13,26	251,86	238,60	2.451,62
15	2.451,62	12,08	251,86	239,77	2.211,85
16	2.211,85	10,90	251,86	240,95	1.970,89
17	1.970,89	9,71	251,86	242,14	1.728,75
18	1.728,75	8,52	251,86	243,34	1.485,41
19	1.485,41	7,32	251,86	244,54	1.240,88
20	1.240,88	6,12	251,86	245,74	995,14
21	995,14	4,91	251,86	246,95	748,18
22	748,18	3,69	251,86	248,17	500,02
23	500,02	2,46	251,86	249,39	250,62
24	250,62	1,24	251,86	250,62	0,00

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la tabla de amortización nos da a conocer que el crédito es de \$ 5.687,54 cuyo valor deberá ser cancelado en dos años a cuotas de \$ 251,86 a un interés del 11,83% que deberá ser cancelado por la microempresa, cuyo financiamiento se realizara al Banco Pacifico motivo por el cual se estableció la tasa efectiva de interés, cuya tasa es la más baja para la apertura de una microempresa para la actividad de comercio y para los microempresarios con deseos de emprender en el mundo de los negocios.

5.02.05 Tabla de Depreciaciones

Consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. La distribución de dicho valor a lo largo de la vida, se establece mediante el estudio de la productividad y del tiempo mediante diferentes métodos, Ver nuestro apartado de métodos de depreciación, y que deben recogerse en los libros contables. (Alejandro, 2012)

Tabla N. 45
Tabla de Depreciación

Descripción	Año 0	Vida	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		Útil					
Infraestructura	800,00	20	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Muebles y Enseres	1.963,00	10	196,30	196,30	196,30	196,30	196,30
Equipos de Oficina	430,00	10	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00
Equipos de Computación	3.150,00	3	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00
TOTAL	6.343,00		1.329,30	1.329,30	1.329,30	1.329,30	1.329,30

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la tabla se está detallando las cuentas de depreciación en las cuales se da a conocer los valores de las distintas cuentas que sufrirán cambios debido a su vida útil. Claramente en la tabla de depreciación nos da a conocer los valores que sufran depreciación cada año. De esta manera también se puede decir que al tener un control de depreciación la microempresa podrá medir el nivel de capital de los bienes de la microempresa que sufran devaluaciones a fin de que pueda realizar los cambios respectivos para no perder la totalidad de capital del bien fijo.

5.02.06 Estado De Situación Inicial (Balance de situación)

Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales”. (Flores, 2013)

Tabla N. 46
Estado De Situación Inicial

ACTIVOS	
Activo Corriente	
Bancos	9.907,12
Activo no Corriente	
Infraestructura	800,00
Muebles y Enceres	1.963,00
Equipo de Computación	3.150,00
Equipo de Oficina	430,00
TOTAL ACTIVOS	16.250,12
PASIVOS	
Pasivos no Corrientes	
Préstamo Bancario por pagar	5687,54
PATRIMONIO	
Capital	10.562,58
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	16.250,12

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

La tabla nos indica que la empresa cuenta con un capital de inversión de \$ 16.250,12 con lo cual va a operar en su trayecto de operación en donde incluye todos nuestros activos y pasivos para realizar la actividad, cuyo fin es la comercialización de Equipamiento para Djs, cabe recalcar que la inversión se centrara en 3 marcas de productos bases para la comercialización, pero más se centrara en el producto estrella (Pioneer Sb), motivo por el cual en el estudio de mercado se llegó a concluir que el de mayor aceptación es el producto cuyo valor es \$380- 400, en donde los consumidores estarían dispuestos a pagar como precio base por un artículo llegando de esta manera a dictaminar que este producto seria de más rentabilidad y ganancia, estableciendo así que se procederá más a enfocar en el producto estrella para no sufrir de pérdidas por una mala decisión en la inversión.

5.02.07 Estado De Resultados Proyectados

Conjunción de los presupuestos integrantes del presupuesto económico, entre los que podemos enumerar a: Presupuesto de ventas; Presupuesto de costo de ventas; Presupuesto de Gastos operativos, Presupuesto de otros ingresos y egresos y Presupuesto de resultados financieros. (Bertolino, 2011)

Tabla N. 47

Estado De Resultados Proyectados

Descripción	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
VENTAS	67.545,00	71.755,22	76.227,88	80.979,33	86.026,94
(-) Costo de Producción	39.330,00	41.781,52	44.385,85	47.152,52	50.091,64
(=) Utilidad Bruta en Ventas	28.215,00	29.973,70	31.842,03	33.826,81	35.935,31
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	23.834,00	24.744,46	25.689,70	26.671,04	27.689,88
Gastos de Ventas	1.220,00	1.266,60	1.314,99	1.365,22	1.417,37
Gastos Financieras	262,39	94,65	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	2.898,61	3.867,99	4.837,34	5.790,54	6.828,06
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	2.898,61	3.867,99	4.837,34	5.790,54	6.828,06
(-) 15 % Participación Laboral	434,79	580,20	725,60	868,58	1.024,21
(=) Utilidad Antes de I.R.	2.463,82	3.287,79	4.111,74	4.921,96	5.803,85
(-) Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta	2.463,82	3.287,79	4.111,74	4.921,96	5.803,85
(+) Depreciaciones	1.329,30	1.329,30	1.329,30	1.329,30	1.329,30
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EXCEDENTE					
(=) OPERACIONAL	3.793,12	4.617,09	5.441,04	6.251,26	7.133,15

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis:

La tabla del estado de resultados proyectados da a conocer la utilidad del ejercicio cuyo valor del primer año es de \$ 3.793,12 razonable para la microempresa en su primer año, de esta manera es importante proyectarlo a 5 años para medir la diferencia de ganancias y medición de rendimiento financiero de la microempresa, para lo cual es necesario tener muy presente el PIB Sectorial Comercial en donde ha sufrido un incremento de 1,9 a 2,1 para las ventas, de esta manera se toma en cuenta que en ingresos se debe proyectar con el valor de la inflación cuyo valor es 4,14%

,por lo cual la inflación incurre en el costo de los productos de la microempresa para su comercialización y venta.

Un punto adicional en donde se plasma es en el impuesto a la renta en donde no se calcula porque no sobrepasa los 10.800 dólares por ende no se paga impuesto a la renta.

5.02.08 Flujo de Caja

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

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

Tabla N. 48
Flujo de Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	16.250,12			0,00		2.246,50
Excedente Operacional		3.793,12	4.617,09	5.441,04	6.251,26	7.133,15
FLUJOS DE EFECTIVO	16.250,12	3.793,12	4.617,09	5.441,04	6.251,26	9.379,65

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la presente tabla se da a conocer que los flujos varían en un promedio de \$ 1000 por año dando a notar que existe un correcto flujo de efectivo durante el tiempo, en donde se puede notar que se obtiene excelentes ingresos por año para la microempresa al existir únicamente ingresos y no egresos, cabe recalcar que en el

presente proyecto se ha desarrollado un cuadro resumido de flujo de efectivo cuya razón es que al ser una microempresa se puede dar a notar en flujos totales y no detallados por periodos.

5.03 Evaluación

Proceso de análisis y estudio de los resultados de la gestión pública que se expresa en la Cuenta de la Hacienda Pública Federal, se centra en el análisis del uso y destino de los recursos presupuestarios. (Biblionetica, 2012).

5.03.01 Tasa de Descuento

Tasa utilizada para descontar los flujos futuros de efectivo mediante la técnica del valor presente neto es una variable clave de este proceso. (Financiera E.)

Tabla N. 49
Tasa de Descuento

TMAR =	$i + f + (i \times f)$
i = inflación	
f = costo de oportunidad	
Inflación =	4,14%
Costo de Oportunidad =	8,75%
TMAR =	4,14% + 8,75% + (4,14% x 0,09)
TMAR =	0,1289 + 0,003623
TMAR =	0,132523
TMAR =	13,25%

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la tabla para calcular la Tmar se ha tomado en consideración la inflación del 4.14% y el costo de oportunidad de 8.75%, dando como una proyección del 13.25 % siendo un valor equilibrado la microempresa porque en los flujos futuros no tendrá demasiada variación y no afectara el crecimiento de la microempresa, cabe recalcar que las expectativas de ganancia se basara a una un porcentaje de 13,25 dado como respuesta que es un valor real a su crecimiento de utilidad.

5.03.02 Valor Actual Neto (VAN)

Es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. (Campo, 2015)

Tabla N.50

Valor Actual Neto

VAN=	- P	+	$\frac{FNE\ 1}{(1+i)^1}$	+	$\frac{FNE\ 2}{(1+i)^2}$	+	$\frac{FNE\ 3}{(1+i)^3}$	+	$\frac{FNE\ 4}{(1+i)^4}$	+	$\frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$
VAN=	-16.250,12	+	$\frac{3.793,12}{1,1325225}$	+	$\frac{4.617,09}{1,282607213}$	+	$\frac{5.441,04}{1,452581527}$	+	$\frac{6.251,26}{1,645081263}$	+	$\frac{9.379,65}{1,863091545}$
VAN=	-16.250,12	+	3.349,26	+	3.599,77	+	3.745,77	+	3.799,97	+	5.034,45
VAN=	-16.250,12	+	19.529,23								
VAN=	3.279,11										
VAN=	\$ 3.279,11										

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En el presente calculo el valor actual neto que es de 3.272,71 que determina la rentabilidad de la inversión de la microempresa WORLD DJ y como se estima que cualquier inversión cuyo Valor Actual Neto sea mayor que cero la es microempresa es rentable y por ende será viable el proyecto.

5.03.03 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. (Financiera E.).

Tabla N.51
Tasa Interna de Retorno

VAN=	-16.250,12	+	3.372,52	+	3.649,94	+	3.824,35	+	3.906,63	+	5.211,71
VAN=	-16.250,12	+	19.965,15								
VAN=	3.715,03										
TIR =	20,12%										

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la tabla la tasa interna de retorno es aceptable por lo cual es 20,12% siendo así un proyecto rentable que supone un retorno de la inversión a corto y mediano plazo, mencionando así que la TIR que se obtuvo en el presente desarrollo del proyecto es aceptable por ser una empresa comercializadora de Equipamiento para Dj, por lo cual se debe tener en cuenta que la tasa interna de retorno se toma en referencia de acuerdo al producto y criterio propio.

5.03.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. (Vaquiro, 2010).

Tabla N.52
Periodo de Recuperación de la Inversión

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-16.250,12	-16.250,12	1,00	-16.250,12	-16.250,12
1	3.793,12	-12.457,00	0,89	3.372,52	-12.877,60
2	4.617,09	-7.839,91	0,79	3.649,94	-9.227,65
3	5.441,04	-2.398,87	0,70	3.824,35	-5.403,30
4	6.251,26	3.852,39	0,62	3.906,63	-1.496,67
5	9.379,65	13.232,04	0,56	5.211,71	3.715,03

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CORRIENTES

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS

	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 3	6.251,26	-2.398,87	AÑO 4	5.211,71	-1.496,67
1 mes	520,94	-1.877,93	1 mes	434,31	-1.062,36
2 mes	520,94	-1.356,99	2 mes	434,31	-628,05
3 mes	520,94	-836,05	3 mes	434,31	-193,74
4 mes	520,94	-315,12	4 mes	434,31	240,56
5 mes	520,94	205,82	5 mes	434,31	674,87
6 mes	520,94	726,76	6 mes	434,31	1.109,18
7 mes	520,94	1.247,70	7 mes	434,31	1.543,49
8 mes	520,94	1.768,64	8 mes	434,31	1.977,80
9 mes	520,94	2.289,58	9 mes	434,31	2.412,11
10 mes	520,94	2.810,52	10 mes	434,31	2.846,42
11 mes	520,94	3.331,45	11 mes	434,31	3.280,73
12 mes	520,94	3.852,39	12 mes	434,31	3.715,03

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	3 AÑOS Y 5 MESES	PRVC
PERIODO DE RECUPERACIÓN:	4 AÑOS Y 4 MESES	PRVA

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

Para la microempresa WORLD DJ recuperar toda su inversión realizada se dará en valores corrientes en tres años, cinco meses en donde podrá recuperar su inversión inicial, no obstante existe valores de recuperación actualizados en donde la inversión inicial se recupera en el cuarto año y cuatro meses valores y fechas que son exactas para la recuperación de toda su inversión inicial sin haber afectado a en años anteriores inversiones y gastos de la microempresa.

5.03.05 Relación Costo Beneficio (RBC)

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presente neto se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. (C, 2010)

Tabla N. 53
Relación Costo Beneficio

Rc/b	Ingresos Actuales
	Costos Totales
Rc/b	19,672,92
	16,250,12
Rc/b	1,21

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la tabla nos da a conocer detalladamente los ingresos cuyo total es de \$ 19.672,92 y a los costos que se ha realizado es de \$ 16.250, 12,. Lo que significa que por cada dólar en la inversión en el proyecto genera 0,21 centavos de utilidad o ganancia.

5.03.06 Punto De Equilibrio

Es una herramienta sencilla, que permite visualizar el nivel mínimo de ventas que la empresa requiere para cubrir sus costos totales. El análisis nos permite proyectar las utilidades (o pérdidas en su caso) ante cambios en precios de venta, nivel y estructura de costos, y volúmenes de venta. (Jimenez, 2008).

Tabla N. 54
Punto De Equilibrio

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	23.834,00
Gastos de Ventas	1.220,00
Gastos Financieros	262,39
TOTAL COSTOS FIJOS	25.316,39

Costo Variable unitario	230,00
-------------------------	--------

Precio	395,00
--------	--------

$$PE = \frac{CF}{P - Cvu}$$

$$PE = \frac{25.316,39}{395,00 - 230,00}$$

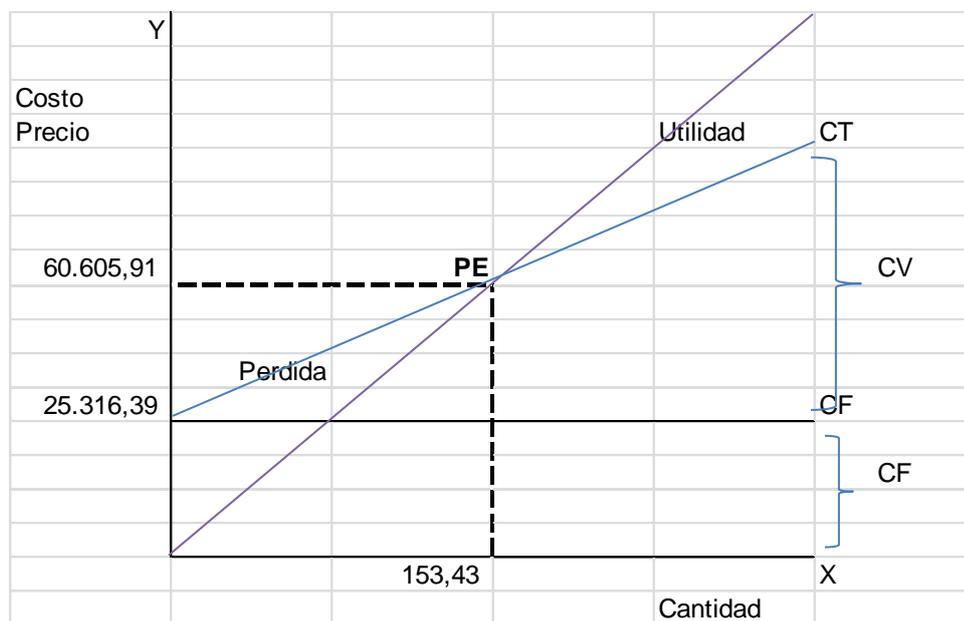
$$PE = \frac{25.316,39}{165,00} = 153,43 \text{ U}$$

DEMOSTRACION

VENTAS	60.605,91
(-) Costo Variable	35.289,52
(=) Margen Contribución	25.316,39
(-) Costo Fijos	25.316,39
(=) Utilidad Operacional	-

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Figura N. 43
Punto De Equilibrio



Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

El gráfico indica que los costos fijos son de \$25.316,39 sobre el margen de contribución que hace referencia a \$ 25.316,39 de volumen de comercialización y lo cual también lo interpretamos es el costo fijo de \$ 25.316,39 por el precio de \$ 395 a 400 que es el costo más demandado por las personas con lo cual llegamos al punto de equilibrio adecuado al proyecto.

5.03.07 Análisis De Índices Financieros

Este tipo de análisis permite comparar el rendimiento de la empresa a lo largo del tiempo y verificar el rendimiento de la empresa con respecto al de las empresas de la industria a la que pertenece, entre otros. (Huanaco, 2013)

5.03.08. ROA (Retorno Sobre Los Activos)

Es utilizado frecuentemente en la comparación de resultados de las entidades o globalmente del sistema bancario, es el ratio que resulta de dividir los resultados antes de impuestos por el activo total medio que en algunas publicaciones se denomina balance total medio. (Dominguez, Finanzas empresariales, 2011)

Tabla N. 55

Retorno Sobre Los Activos

R.O.A =	Utilidad Neta

	Activo Total
R.O.A =	2.463,82

	6.343,00
R.O.A =	0,39
R.O.A=	39%

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

La tabla de ROA establece que por cada dólar de activos invertidos recuperara la microempresa \$ 0,39, equivalente al 39% de los activos, cuyo valor se incrementa para la adquisición de nuevos activos para poner a disposición de la microempresa.

5.03.09 ROE (Retorno Sobre El Patrimonio)

Es uno de los dos factores básicos en determinar la tasa de crecimiento de las ganancias de una empresa. El segundo es la reinversión de las utilidades. En un mundo en el que las compañías primero se valúan en función de los beneficios futuros esperados. (Dominguez, Finanzas Empresariales, 2011)

Tabla N. 56

Retorno Sobre El Patrimonio

R.O.E =	Utilidad Neta
	Patrimonio
R.O.E =	2.463,82
	10.562,58
R.O.E =	0,23
R.O.E =	23%

Elaborado por: Jimmy Sinailin

Análisis

En la empresa WORLD DJ el resultado es de 0,23 equivalente al 23 % lo que se significa que por cada dólar invertido en el capital los activos generaran 0,23 centavos adicionales al capital total.

CAPÍTULO VI

Análisis de Impacto

La investigación realizada se sustenta en un breve análisis técnico de los impactos que se pudieran generar en los diferentes ámbitos del proyecto. Existen diferentes áreas en las que se pueden ocasionar impactos, haremos referencia a las que consideramos de mayor importancia como son; económicas, sociales, ambientales y productivas, en donde determinaremos si la ejecución del proyecto influirá positiva o negativamente. (Villarino, 2013)

6.01 Impacto Ambiental

En el aspecto ambiental la microempresa WORLD DJ no afecta directamente al medio ambiente con su producto por dedicarse únicamente a su comercialización y no producción, no obstante se debe tomar en cuenta que los productores de este producto si afectan al medio ambiente cuya razón es por ser el producto realizado en plástico (derribado de petróleo) su descomposición tarda años en realizarse causando así que este tipo de equipamientos no sean deseables para ningún uso.

La actual microempresa tomará medida en cuanto a la utilización del equipamiento averiado por su vida útil.

- La microempresa WORLD DJ, realizará un programa en donde el demandante entregara su equipo averiado o a su vez concluido su vida útil para realizar una exhibición de los productos, con el fin de disminuir la contaminación.

6.02 Impacto Económico

En este aspecto la microempresa ayudará al crecimiento económico generando nuevas fuentes de trabajo para la sociedad, apoyando así a un mejoramiento en la calidad de vida e ingresos en la sociedad y ayudando a fortalecer la economía del país.

Con la apertura de la nueva microempresa comercializadora de Equipamiento para Djs se ayudara al crecimiento económico por el pago de sus obligaciones al ejercer una actividad comercial entre ellas: Patentes Municipales y SRI.

6.03 Impacto Social

Es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión

En este aspecto con la apertura de la microempresa WORLD DJ, se necesitara mano de obra altamente capacitada creando así nuevas plazas de empleo y contratar personal profesional como de diferentes oficios para las diferentes áreas.

Otro de los impactos que tendrá es que con el producto que comercializara la micro empresa WORLD DJ, se atenderá todos los requerimientos de una sociedad, llegando a sus sentimientos, creatividades, habilidades y destrezas hacia el demandante.

CAPÍTULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

El presente proyecto cuyo tema es fomentar el sector musical mediante un estudio de Factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la comercialización de equipamiento para Djs ubicada al norte del Distrito Metropolitano de Quito, ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Se ha realizado el estudio en donde demuestra las condiciones económicas de la comercializadora WORLD DJ , dando así resultados positivos por el crecimiento poblacional, PIB sectorial comercial, obteniendo un crecimiento por 2 puntos por año y por la demanda de los clientes por el Equipamiento para Djs.
- Se logró definir que la comercializadora WORLD DJ permitirá un direccionamiento estratégico en donde permitirá encaminarse a la consecución de su visión, objetivos y metas propuestas.
- Se determinó el tamaño de la muestra siendo de 355 personas que son parte de la parroquia de Cotocollao a las cuales se les realizó la encuesta, en donde la población total es de 31.263, cuyo total del PEA y por sus edades fue de

4.726 personas a las cuales van dirigidos el producto; con esta información se procedió

a realizar la tabulación y análisis de información para medir el nivel de aceptación del artículo.

- En la microempresa WORLD DJ para su apertura empezara con el equipamiento de marca PIONEER SB, cuyo precio es promedio entre \$380,00 a \$400,00 en donde al realizar las encuestas, los resultados tuvieron mayor acogida por PIONEER y su precio.
- Los 9 productos restantes que están definidos en el costo de venta se los tomara en consideración para la comercialización y venta a partir del tercer y cuarto año en donde la inversión se recuperara en su totalidad para realizar la compra de nuevas marcas de Equipamiento para Djs.
- Comercializadora de Equipamiento WORLD DJ, únicamente tendrá su proveedor nacional, motivos por los cuales con las nuevas leyes y políticas dictaminadas por el Gobierno no facilita la importación directa del producto antes mencionado.
- La microempresa WORLD DJ requiere de un capital total de \$16.250,12 dólares como inversión para la implementación de la microempresa, estableciendo así que esta inversión se divide en dos partes, el 65% capital propio cuyo monto es \$10.562,58 dólares, y un crédito financiado de 35% cuyo valor es \$5.687,54 dólares, en el Banco Pacifico con una tasa de interés de 11,83 % para el sector comercial., siendo la tasa más baja para créditos en las microempresas.

7.02 Recomendaciones

- Implementar el proyecto para la apertura de una microempresa dedicada a la comercialización de Equipamiento para Djs, ubicada en Cotacollao a fin de brindar un mejor servicio al cliente identificándole con el producto y obteniendo una mejor rentabilidad en la microempresa.
- Actualizar Equipamiento para Djs con la tecnología actual en donde se ha reconocido por marca, funciones, diseños y flexibilidad.
- Ser estrictos en cuanto al servicio al cliente a fin de que el cliente se encuentre satisfecho dentro y fuera del establecimiento.
- Se recomienda capacitación trimestral a los empleados de ventas sobre el manejo de software y equipamiento para Dj , con el fin de estar actualizados en las nuevas tendencias tecnológicas.
- Verificar y constatar la documentación legal para la apertura de la microempresa, con el fin de que todos los permisos estén vigentes para el funcionamiento de la microempresa y pueda realizar su actividad sin problemas con la ley.
- Asegurar un capital razonable para sostener el negocio por temporadas de bajas ventas, a fin de tener un resguardo e capital para poder cubrir con gastos temporales.

Bibliografía

- .B, E. (2012). *Concepto basicos de Contabilidad*. Barcelona.
(2006). acciondemocratica.
(2007). Rabasco.
(2008). Enciclopedia de la Economía.
(2009). Diccioinario de Marketing.
(2009). Economía.
(2009). Economía.
Gestion de Proyectos. (2009). Recuperado el 08 de Septiembre de 2015, de Gestion de Proyectos:
<http://www.aulafacil.com/cursos/119692/empresa/organizacion/gestion-de-proyectos/localizacion-del-proyecto>
(2009). Rankia.
(2010). Metodología de la Investigación.
(2010). Tecnología de Gestión y Filosofía.
cleaedu. (22 de 06 de 2012). Obtenido de Procesos Productivos. :
<http://www.cleaedu.com/pdf/diplomados/aulas/salud/mdt/paginas/mdt004-1-procesos-productivos.pdf>
Contabilidad Bascia Financiera y Costos. (12 de Noviembre de 2012). Recuperado el 08 de Septiembre de 2015, de Contabilidad Bascia Financiera y Costos:
<http://conceptocontabilidadbasicadecostos.blogspot.com/2012/12/definicion-de-mobiliario-y-equipo.html>
(2012). Economía .
(2012). Planificaciòn Estratègica.
(2013). Política Tecnologica.
(2013). quees.
(2014). Empresas y Negocios.
(2014). Empresas y Negocios .
Plan General Contable. (23 de Julio de 2014). Recuperado el 08 de Septiembre de 2015, de Plan General Contable:
http://www.plangeneralcontable.com/?tit=213-maquinaria&name=GeTia&contentId=pgc_213
Alejandro, A. L. (2012). *Contabilidad General* .
ARNOLETTO. (2009).
Arturo. (2012). Gestión de Negocios.
Baldiviezo, M. T. (2013). Contabilidad y Costos . En M. T. Baldiviezo.
Bertolino, G. (2011). *Estados Contables proyectados*.
Biblionetica. (Marzo de 2012). *Definicion de Evaluacion corable*. Recuperado el 24 de Agosto de 2015, de Definicion de Evaluacion corable:
<http://www.definicion.org/evaluacion-contable>
Blogspot. (24 de Enero de 2012). *Blogspot Microlocalizacion*. Recuperado el 07 de Septiembre de 2015, de Blogspot Microlocalizacion:

- <http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html>
- Borja, R. (2012). Fondo de Cultura Económica. En R. Borja, *Fondo de Cultura Económica*. Catedra.
- C, J. D. (2010). *Gerencia Financiera y Pimez*.
- Caicedo, V. M. (2012).
- Campo, J. I. (2015). *Valor Actualizado NETO (VAN)*. Información Económica S.L.
- Carlos., J. (24 de Enero de 2013). Macrolocalización y Microlocalización. En J. C., *Macrolocalización y Microlocalización*.
- Cedeño, F. (2012). *Concepto básico Político Legal*.
- Chauca, J. (2012). Estudio Técnico. En J. Chauca, *Estudio Técnico*.
- Consultores, A. (2013).
(s.f.). Contabilidad y Costos.
- Dominguez, I. L. (2011). *Finanzas empresariales*.
- Dominguez, I. L. (2011). *Finanzas Empresariales*.
Economía y Negocios. (s.f.). Obtenido de Economía y Negocios.
- Espinoza, A. (2013). *Economía*.
- Fernando, L. (2008). *Administración de Empresas*. Recuperado el 08 de Septiembre de 2015, de Administración de Empresas :
<http://admluisfernando.blogspot.com/2009/07/iv-estudio-financiero.html>
- Fernando, L. (2014). *Temas de Administración de Empresas*. Recuperado el 16 de 08 de 2015, de Temas de Administración de Empresas:
<http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>
- Financiera, E. (s.f.). *Tasa de Descuento*. Recuperado el 24 de Agosto de 2015, de Tasa de Descuento: <http://www.encyclopediainanciera.com/>
- Financiera, E. (s.f.). *Tasa Interna de Retorno*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2015, de Tasa Interna de Retorno:
<http://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>
- Flores, J. (13 de Marzo de 2013). *Balance de situación Inicial*. Obtenido de Balance de situación Inicial: http://procesocontablecnt.blogspot.com/2013/03/estado-de-situacion-inicial_14.html
- Fontana, A. (2014). *Importancia en Negocios*.
- Girón, A. (2013). *EcoFinanzas*.
- Huanaco, I. (2013). *Análisis e Importancia Financiera*.
- Jiménez, M. (2008). Contabilidad Financiera.
- Jimenez, P. (2008). *Finanzas*.
- Lafonth, T. G. (2009). En T. G. Lafonth.
- Lafonth, T. G. (2009). En T. G. Lafonth.
- Lopez, J. (2014). Programa de Contabilidad Debitoor. En J. Lopez, *Programa de Contabilidad Debitoor*.
- Marcos, U. N. (2006). *Biblioteca virtual de bormas Legales e institucionales de Gestión Administrativas*.

- Mario, C. (2011). *Matemática Financiera*.
- Martínez, M. L. (2006). *Guía para la presentación de proyectos*. México: Ipes.
- Masloc. (2012). *Conceptos de Contabilidad*. Malosoc.
- MAYDANA, M. A. (2003). *Contabilidad y Costos*. McGrawHill. (2004).
- Medina, R. R. (2014). *Contabilidad de Costos*.
- Mercadotecnia, E. d. (2014). En E. d. Mercadotecnia.
- Montes. (2012).
- Morgan, C. (2012).
- Morgon, B. (2011). *Estudio de Marketing y Comunicación*.
- Néstor, C. (2011). *Finanzas y Economía*.
- Ochoa, R. (2014). *Innovación y Técnica en los Procesos Productivos*.
- Pedros, D. M. (2012).
- (s.f.). Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017.
- Planing. (07 de 2013). *Planing*. Recuperado el 16 de 08 de 2015, de Planing: <http://www.planning.com.co/bd/archivos/Julio2013.pdf>
- R, W. B. (2012). *Inflación en el Ecuador*.
- RAE. (2008). En RAE.
- RAE. (2008). En RAE.
- Rankia. (2009).
- Robbins, S. (2005).
- Rodriguez, F. B. (s.f.). *Taller de Ingeniería de métodos*. Recuperado el 08 de Septiembre de 2015, de Taller de Ingeniería de métodos: <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4100002/lecciones/taxonomia/layout.htm>
- Rojas, F. (2007). *Formulación de proyectos*. En F. Rojas, *Formulación de proyectos*.
- Silva, E. (2008). *Formulación de Proyectos Productivos*.
- Techne. (2013). *Ingeniería del conocimiento e ingeniería del producto*. Recuperado el 08 de septiembre de 2015, de Ingeniería del conocimiento e ingeniería del producto: <http://techne-research-group.com/que-es-la-ingenieria-del-producto/>
- Tomas, U. (2011). *Gestión Administrativa*. En U. Tomas, *Gestión Administrativa*.
- Tomas, U. S. (2010). *Universidad Santo Tomas*. Recuperado el 16 de 08 de 2015, de Universidad Santo Tomas: [http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20\(Segundo%20Momento\)/tamao_del_proyecto.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20(Segundo%20Momento)/tamao_del_proyecto.html)
- Torres, C. U. (2012). *Análisis económico de sistemas en la ingeniería*.
- URBINA. (2006).
- Urbina, V. (s.f.). *Método SLP*. En V. Urbina, *Matriz SLP*.
- Vaca, D. (2015). *Entorno Comercial*.
- Vaquiro, J. D. (2010). *Gerencia Financiera y Pímez*.
- Veiga. (2008).
- Viera. (2009).

Villarino, (. G. (2013). *Analisis de Impacto*.
wopress. (2008). *Concepto de Mano de obra*.
XXI, C. M. (2010). En C. M. XXI.
XXI, C. M. (2010). CEF Markeing siglo XXI.