



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

IMPULSAR AL SECTOR DE SERVICIOS MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD, CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE
COPIADO QUE PERMITA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS,
UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO

2016

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

Autor: Mónica Cecilia Juna Totoy

Tutor: Ing. Geovanny Taco

D.M.QUITO

Quito, 2016

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, 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.

Mónica Cecilia Juna Totoy.

CC 1718728288

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Mónica Cecilia Juna Totoy portador de la cédula de ciudadanía con el No. 1718728288, 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: *“impulsar al sector de servicios mediante un estudio de factibilidad para la implementación de un centro de copiado que permita el desarrollo de las microempresas, ubicado al norte del distrito metropolitano de Quito año 2016”* Facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA: _____

NOMBRE: _____

CEDULA: _____

Quito, a los 17 días del mes de enero del 2017

AGRADECIMIENTO

El presente proyecto es el resultado del esfuerzo dedicado a lo largo de este tiempo en donde se han desempeñado capacidades y conocimientos en el desarrollo de un nuevo plan de negocios el cual ha finalizado con éxito llenando las expectativas. Es por ello que agradezco a mi hijo que a lo largo de este tiempo me ha entendido el tiempo que no estuve frente a él por el estudio y siempre ha estado motivado mi formación académica, creyó en mí en todo momento y no dudo de mis habilidades. A mis maestros y tutor a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza, finalmente un eterno agradecimiento a este prestigioso Instituto el cual abrió sus puertas para prepararnos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios y a mi hijo. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mi hijo quien a estada siempre a mi lado quien a lo largo de este tiempo supo comprender, por el tiempo que era de él lo entregue a mi estudio. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Sin él, jamás hubiese podido alcanzar lo que hasta el día de hoy. Su perseverancia ha hecho del el gran ejemplo a seguir. Es por ello que soy lo que soy ahora. Te amo

INDICE GENERAL

Contenido

DECLARATORIA	i
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
INDICE GENERAL	v
INDICE DE TABLAS	ix
INDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT.....	xv
CAPÍTULO I	1
1. Introducción	1
1.1 Antecedentes	2
1.2 Justificación	3
CAPITULO II.....	5
2. Análisis situacional	5
2.1 Ambiente externo.....	5
2.1.1 Factores Económicos	5
2.1.1.1 Producto Interno Bruto (PIB).....	6
2.1.1.1.2 Producto Interno Bruto Por Servicios	8
2.1.1.1.4 Tasas de Interés.....	10
2.1.1.1.5 Tasa activa	11
2.1.1.01.06 tasa activa referencial productiva pymes	13
2.1.1.1.7 Tasa Pasiva.....	13
2.1.1.1.8 Tasa de Interés Referencial	15
2.1.1.1.9 Tasa de interés nominal.....	15
2.1.2 Riesgo País.....	16
2.1.2.1 Factos Social	17
2.1.2.1.2 Desempleo.....	17
2.1.2.1.3 PEA	20
2.1.2.01.04 Factores Socio-cultural	20
2.1.3. Factor Tecnológico	28
2.2. Entorno local.....	29

2.2.1 Identificación del cliente.....	29
2.2.1.1 Cliente externo.....	29
2.2.1.2 Cliente Interno.....	30
2.2.2 Proveedores.....	32
2.2.3 Competencia.....	33
2.2.3.1 Competidores directos.....	33
2.2.3.2 Competidores indirectos.....	34
2.2.3.1.2 Análisis Interno.....	34
2.3.1 Propuesta Estratégica.....	35
2.3.1.1 Misión.....	35
2.3.1.2 Visión.....	36
2.3.1.3. Objetivos Generales.....	36
2.3.1.3.1 Objetivos Específicos.....	36
2.3.1.3.2 Principios y/o valores.....	36
2.3.2 Gestión Administrativa.....	37
2.3.3 gestión operativa.....	41
2.3.4 Gestión Comercial.....	44
2.4 FODA.....	54
CAPITULO III.....	55
ESTUDIO DE MERCADO.....	55
3.1 Análisis del consumidor.....	55
3.1.1 Determinación de la población y muestra.....	55
3.1.1.1 Población.....	55
3.1.1.2 Muestra.....	56
3.1.2.1. La encuesta.....	57
3.1.3 Análisis de la información.....	60
3.2.1. Oferta histórica.....	72
3.2.2. Oferta Actual.....	72
3.2.3 Oferta proyectada.....	72
3.3 Demanda.....	73
3.3.1 Demanda histórica.....	73
3.3.2 Demanda actual.....	74
3.3.4 Balance oferta – demanda.....	75
3.3.5 Balance actual.....	75
3.3.6 Balance proyectado.....	76

CAPÍTULO IV.....	77
4 Estudio Técnico	77
4.1 Tamaño del proyecto.....	77
4.1.1 Capacidad Instalada	77
4.2 Localización.....	79
4.2.1 Macro Localización	80
4.2.2 Micro Localización	82
4.2.3 Localización Óptima.....	83
4.3.2 Distribución de la Planta.....	84
CAPÍTULO V.....	91
5. Estudio Financiero	91
5.1 Ingresos operacionales y no operacionales	91
5.1.2 Costos.....	93
5.3 Inversiones	98
5.3.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	102
5.3.4 Amortización de Financiamiento.....	102
5.3.6 Estado de Situación Inicial.....	105
5.4 Evaluación.....	110
5.4.2 Valor Actual Neto (VAN).....	111
5.4.3 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)	112
5.4.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	113
5.4.6 Punto de Equilibrio	115
5.4.6.1 Punto de equilibrio en dólares.....	115
5.4.6.2 Punto de equilibrio en unidades	115
5.4.6.3 Demostración	117
5.4.7 Análisis de los índices financieros.....	117
5.4.7.1.1 Razón de endeudamiento	117
5.4.7.2 Razón de apalancamiento externo.....	118
5.4.7.4 Razones de actividad o gerencia	120
5.4.7.4.2 Rotación de activo total.....	120
5.4.7.5.2 Rendimiento Sobre Activos (ROA)	121
5.4.7.5.3 Rendimiento Sobre Patrimonio o Capital Contable (ROE)	122
5.4.7.5.4 Rendimiento Sobre la Inversión (ROI)	123
CAPÍTULO VI.....	124
6.1 Impacto Ambiental.....	124

6.2 Impacto Económico	125
6.3 Impacto Productivo	125
6.4 Impacto Social	125
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	127
7.1 Conclusiones.....	127
7.2 Recomendaciones	128
Bibliografía	129
Anexos	133

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tasa activa.....	12
Tabla 2 Tasa Pasiva.....	14
Tabla 3 Cliente Externos.....	30
Tabla 4 PROVEEDORES.....	32
Tabla 5 Competidores Directos.....	33
Tabla 6 Competidores Indirectos.....	34
Tabla 7 Planeación.....	38
Tabla 8 Foda.....	54
Tabla 8 Foda.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 9 Población.....	56
Tabla 10 Información General.....	61
Tabla 11 Género.....	62
Tabla 12 Pregunta N° 1.....	63
Tabla 13 Pregunta N° 2.....	64
Tabla 14 Pregunta N°3.....	65
Tabla 15 Pregunta N°4.....	66
Tabla 16 Pregunta N°5.....	67
Tabla 17 Pregunta N° 6.....	68
Tabla 18 Pregunta N°7.....	69
Tabla 19 Pregunta N° 8.....	70
Tabla 20 Resultados de la investigación.....	71
Tabla 21 Oferta Actual.....	72
Tabla 22 OFERTA PROYECTADA.....	73
Tabla 23 Demanda Actual.....	74
Tabla 24 Demanda Proyectada.....	74
Tabla 25 BALANCE ACTUAL.....	75
Tabla 26 Balance Proyectado.....	76
Tabla 27 Distribución de la planta.....	78
Tabla 28 Macro localización.....	80
Tabla 29 Códigos De Cercanía.....	85

Tabla 30 Razones De Cercanía	85
Tabla 31 Servicio de copiado	89
Tabla 32 De Maquinaria.....	90
Tabla 33 Ingresos Anuales	92
Tabla 35 Costo Directo Operativo Según (Baca Urbina, 2006) afirma que: “se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie” (pág. 169).....	93
Tabla 40 Proyección de Gastos Administrativos	97
Tabla 41 Proyección de Gastos de Ventas	97
Tabla 42 Costos Fijos y Variables	98
Tabla 43 INVERSIONES	99
Tabla 47 Amortización de préstamo	103
Tabla 48 Depreciaciones	105
Tabla 49 Estado de Situación Inicial.....	105
Tabla 50 Estado de resultados proyectado	107
Tabla 51 flujo de caja.....	109
Tabla 52 Valor Actual Neto	111
Tabla 53 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)	112
Tabla 54 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	113
Tabla 55 Relación Costo Beneficio	114

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Producto Interno Bruto por año	6
Figura 2 Producto Interno Bruto por Servicios	7
Figura 3 Productos Interno Bruto Por Sectores	7
Figura 4 Producto Interno Bruto De Bienes Y Servicios	8
Figura 5 Sectores Económicos	8
Figura 6 Inflación	9
Figura 7 Inflación	10
Figura 8 Tasas De Interés	11
Figura 9 Tasa Activa Anual	12
Figura 10 Tasa Activa Referencial Comercial Pymes.	13
Figura 11 Tasa Pasiva Anual.....	14
Figura 12 Tasa De interés Referencial	15
Figura 13 Tasa Nominal.....	15
Figura 14 Riesgo País	16
Figura 15 Desempleo	19
Figura 16 Pea	20
Figura 17 Requisitos Para Obtener El Ruc	21
Figura 18 Organización Empresarial	39
Figura 19 Detalle de procesos	42
Figura 20 Gigantografías.....	44
Figura 21 Empastado.....	45
Figura 22 Espiralado	45
Figura 23 Forma De Pago	47
Figura 24 Forma De Pago	47
Figura 25 Volantes	49
Figura 26 Facebook.....	49
Figura 27 Medio Publicitario	50
Figura 28 Estrategia De Publicidad	50
Figura 29 Estrategia De Publiciada.....	51
Figura 30 Estrategia De Publiciada.....	51

Figura 31 Estrategia De Publiciada.....	52
Figura 32 LOGOTIPO	53
Figura 33 Tarjeta De Presentación.....	53
Figura 34 Formula Estadística	56
Figura 35 Información General.....	61
Figura 36 Genero.....	62
Figura 37 Pregunta N° 1	63
Figura 38 Pregunta N° 2	64
Figura 39 Pregunta N°3	65
Figura 40 Pregunta N°5	67
Figura 41 Pregunta N° 6.....	68
Figura 42 Pregunta N° 7	69
Figura 43 Pregunta N° 8.....	70
Figura 44 Macro localización.....	81
Figura 45 Micro localización	82
Figura 46 Localizacion Óptima.....	83
Figura 47 Distribución De La Planta	86
Figura 48 Distribución De La Planta	87
Figura 49 Organigrama	88
Figura 50 Punto de equilibrio en dólares	116
Figura 51 Punto de Equilibrio	117

RESUMEN EJECUTIVO

La necesidad de libertad financiera ha llevado a las personas a constituir pequeñas y medianas empresas, emprendimientos y cualquier forma de negocios orientados a satisfacer las necesidades mismas, produciendo bienes o prestando servicios, es por dicho motivo que se crea este proyecto que tiene como objetivo prestar un servicio de copias de calidad.

El presente documento de factibilidad es para la implementación de una microempresa de servicios de copiado, ubicado en el sector la mariscal, Distrito Metropolitano de Quito, cuyo objetivo tiene aportar al sector de servicios. El nombre comercial es color copies.

En la elaboración de este proyecto se hizo el análisis de los factores económicos, legales y tecnológicos los mismos que ayudaran a determinar la factibilidad del negocio, adicional a esto en su estudio de mercado se aplica a una muestra de 397 habitantes del sector la mariscal para calcular el grado de aceptación, que servicio requiere y la frecuencia de uso del mismo, entre otras preguntas. Preguntas que sirven para determinar nuestra viabilidad del proyecto.

Se determinó que para el desarrollo del proyecto es necesario una inversión de \$ 4.118,77; este monto tendría un período de recuperación de 2 años, 9 meses ; también se ha determinado el Valor Actual Neto del proyecto, calculado a una tasa con lo que obtenemos un VAN de \$ 2.998,76. Otro indicador que ha permitido comprobar la factibilidad del proyecto es la Tasa Interna de Rendimiento, la cual es del 38,43%. Y un indicador muy importante como es el de Relación Costo

Beneficio determino que lo invertido se tendrá una ganancia de \$ 1,17. El cual es óptimo para el desarrollo del proyecto.

Los resultados obtenidos con cada uno de los indicadores han permitido comprobar que el proyecto es factible y viable.

ABSTRACT

The need for financial freedom has led people to set up small and medium enterprises and any form of business aimed at meeting the needs themselves, producing goods or providing services. It is the reason that this project is created that aims to provide service quality prints.

This document is feasibility for the implementation of micro-copying services, located in the sector the marshal, Metropolitan District of Quito, whose aim is to provide the services sector. The trade name is color copies.

In developing this project the analysis of the economic, legal and technological factors them to help determine the feasibility of the business, in addition to this in its market study was the quarterback is applied to a sample of 397 inhabitants of the sector calculate the degree of acceptance, which requires service and frequency of use thereof, among other questions. Questions used to determine our feasibility of the project.

It was determined that the project for an investment of \$ \$ 4.118,77 is required; this amount would have a recovery period of 2 years, 9 month; has also determined the Net Present Value of the project, calculated , so we get a NPV of \$ 2.998,76 .

Another indicator that has revealed the feasibility of the project is the Internal Rate of Return, the which is of 38, 43%. And a very important indicator is the Cost Benefit Ratio determined that for every dollar invested a gain of \$ 1, 17, which is optimal for the project will have.

The results obtained with each of the indicators would have shown that the project is feasible and viable.

CAPÍTULO I

1. Introducción

La matriz productiva enfocándose principalmente en el objetivo 9 según la (senplades 2013-2017): Determina que “garantizar el trabajo digno en todas sus formas”, generando fuentes de trabajo para las personas que lo necesiten ya que hoy en día el incremento del desempleo ha sido mayor debido al decrecimiento de la economía ecuatoriana.

El servicio de copiado cuyo objetivo es ofrecer un servicio de calidad y de entrega inmediata con un valor agregado que será la entrega a domicilio a las personas o empresas que lo requieren.

Adicionalmente se puede lograr una buena cantidad del mercado, ya que por medio de estrategias publicitarias y de ventas; se lograra grandes éxitos con la función proyectada.

En el siguiente proyecto de trabajo, los servicios a ofrecer serán los primordiales a medida que crezca la actividad y dependiendo de estudios de mercado, se ofrecerán otros. Se beneficiará tanto a la comunidad en general al ser parte de la labor a desarrollar como parte de las actividades.

Este proyecto no presenta grandes dificultades para llevarlo a cabo puesto que no requiere experiencia previa ni formación.

1.1 Antecedentes

La copiadora, tiene sus orígenes como medio impreso, desde. Los procesos de duplicación mecánica que abrieron el acceso a la cultura e información, que hasta entonces eran contenidos en manuscritos manuales. Luego llega la aparición de la máquina de escribir aumentó la posibilidad de duplicar originales.

Con la tecnología que ha ido creciendo llega a tener un nuevo producto para las copias lo que es la copiadora, el cual empieza a duplicar hacer una reproducción de un documento el cual usaban lo que es el papel carbón. Este revelado rápido dio origen a las primeras fotocopias, más parecidas a una fotografía que a la copia corriente que conocemos hoy, obtenida de la fotocopidora. (Iizquierdo, 2013, pág. s/n)

El pasar de los años y la entrada de más tecnología, y sale la primera copia en papel normal por medio de un sistema llamado xerografía.

La parte seca de este proceso significa que las copadoras pueden usar papel común, sin tratamiento especial. La xerografía eliminó el uso del papel caro especialmente estucado. Así la fotocopidora se define como uno de los inventos más notables del siglo XX. (Iizquierdo, 2013, pág. s/n)

Según (Iizquierdo, 2013, pág. s/n) determino que: “Hoy todas las marcas de copadoras, utilizan básicamente el mismo proceso xerográfico, estas máquinas utilizan tinta en polvo, funcionan aprovechando la electricidad estática y son capaces de imprimir muchas copias por minuto”.

Una nueva generación de copiadoras invade ahora el mercado, usando tecnología digital, cuyas ventajas más notables son la mayor calidad de imagen, facilidad de operación, bajo ruido, bajo consumo de energía, menos mantenimiento técnico y vapor velocidad en procesar las fotocopias. (Izquierdo, 2013, pág. s/n)

En el Ecuador actualmente se cuenta con una variedad de centros de copiado, gracias a la tecnología que ha avanzado con equipos que reproducen al 100% copias de calidad con la mayor rapidez, ya que existen copiadoras multifuncionales con características tales como: capacidad de disco duro, impresión con red, escaneo a color, almacenamiento de documentos en disco duro.

1.2 Justificación

La búsqueda de soluciones para cubrir las necesidades es el pilar fundamental para la creación de negocios de cualquier rama.

Parte fundamental de las empresas es siempre buscar la mejora en sus procesos, para lo cual deben identificar los problemas y solucionarlos de manera oportuna al momento que se presenten para de esta manera garantizar un buen desempeño de las actividades y cumplir con eficacia y por ende crear confianza del cliente.

La implementación del servicio de copiado en el sector de la mariscal busca satisfacer la necesidad de un mercado que ha crecido por los requerimientos que tienen las personas naturales y jurídicas de copiar diferentes documentos para cumplir los requisitos de uno u otro trámites.

Una de las Oportunidades de este proyecto es la ubicación, ya que en el sector la mariscal se prevé un crecimiento económico de acuerdo a la tendencia que se ha visto los últimos años.

Otro punto es que los negocios que existen en ésta parte del sector no cuentan con un centro de copiado y los que existen son muy pequeños, con poca ventilación, espacios reducidos, afectando el bienestar de los clientes.

Por ende el servicio a prestar será de tipo tangible ya que su condición de servicio, es una actividad palpable que va dirigido a documentos para la duplicación de los mismos.

Actualmente los locales que existen no tienen todos los servicios y les falta atención al cliente.

Nuestro proyecto es un centro de copiado que cumplirá y superará las expectativas de nuestros cliente, enfocados también al cuidado del medio ambiente y reciclaje del papel ya que se utilizará del servicio de tintas biodegradables en las copias.

CAPITULO II

2. Análisis situacional

Según (marco antonio moderno, 2010) determinó que: “el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno”. (pág. 15)

2.1 Ambiente externo

Según (Guerra Espinal & Aguilar Valdez, 2002) afirmo que

El entorno externo según (o el medio ambiente externo), designa todo conjunto de variables externas a la organización pero que la influncian, directa o indirectamente y también puede ser influida por ella. En el entorno externo, incluye el contexto económico, tecnológico, sociocultural, político-legal (llamado entorno contextual), y un conjunto de elementos que actúan más cercana y directa con la organización, tal como los clientes (actuales y futuros), proveedores, competidores, prescriptores, instituciones financieras, sindicatos, medios de comunicación, entre otros.

2.1.1 Factores Económicos

Según (Fernandez, 2005, pág. s/n) determino que “La situación económica que se presenta en un país específico, va a influir en las organizaciones de manera inevitable, es la capacidad que tiene la misma para generar resultados positivos”.

2.1.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)

El Producto Interno Bruto (PIB) es la principal variable de la economía; según el: (ecuador, 2015, pág. s/n) confirma que “es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período.”

Según (ecuador, 2015, pág. s/n) permite que “De acuerdo a los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales publicados por el Banco Central del Ecuador (BCE), la economía ecuatoriana registró un crecimiento de 1,0% en el segundo trimestre de 2015, comparado con igual período de 2014”.

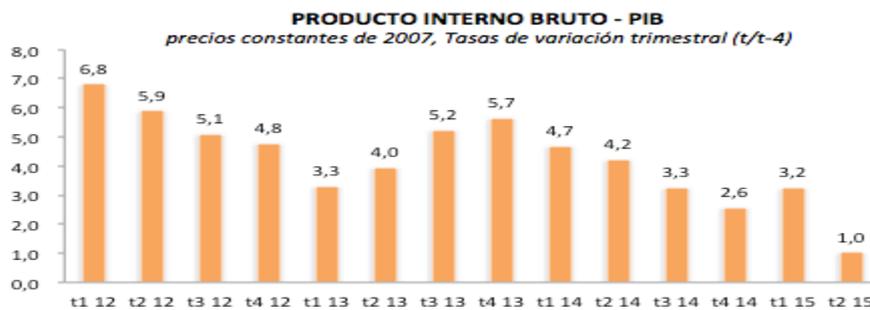


Figura 1 Producto Interno Bruto por año

Fuente: Banco Central del Ecuador

Según (ecuador, 2015, pág. s/n) determino que: el resultado del 1,0%, de crecimiento inter-anual del PIB se explica en su mayoría por el desempeño del sector no petrolero, que contribuyó con 2,04 puntos porcentuales. De su parte, el valor agregado del sector petrolero tuvo un aporte negativo al crecimiento inter-anual de -0,45 puntos porcentuales, inter-anual de -0,45 puntos porcentuales.

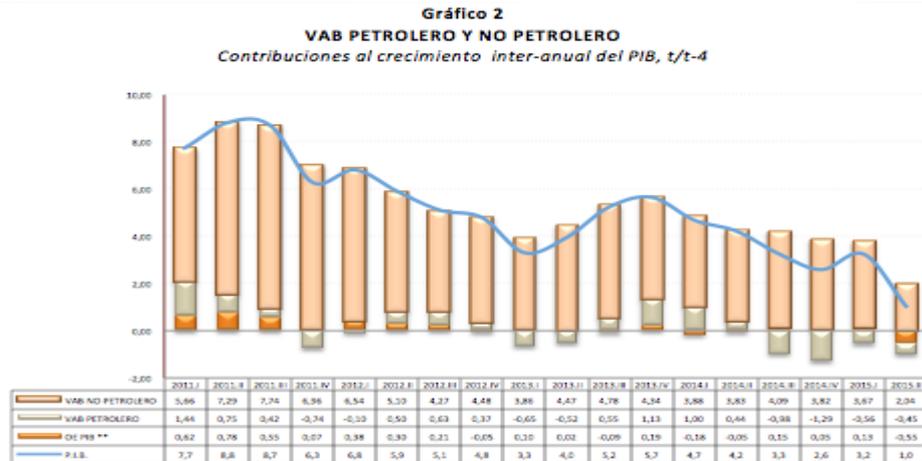
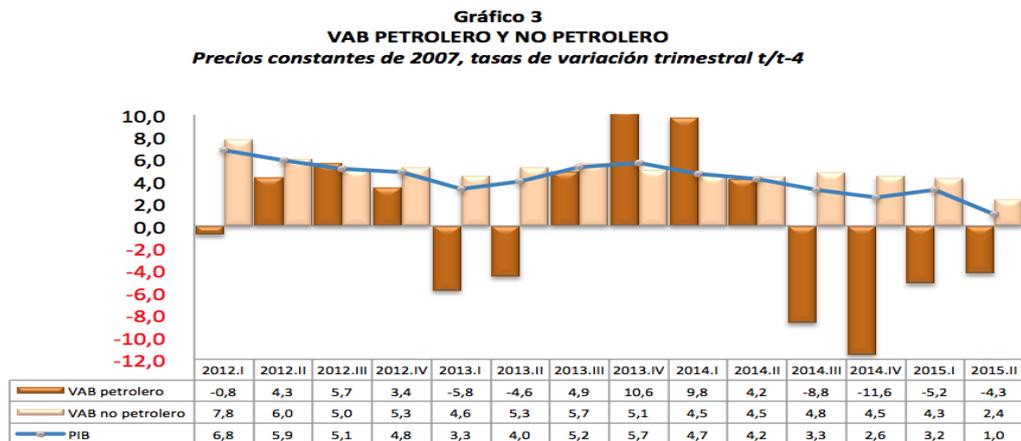


Figura 2 Producto Interno Bruto por Servicios

Fuente: Banco Central Del Ecuador



Fuente: BCE

Figura 3 Productos Interno Bruto Por Sectores

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Se determina que en lo que respecta a la Oferta y Utilización de Bienes y Servicios, los componentes del PIB que más contribuyeron al crecimiento económico inter-anual en el segundo trimestre de 2015 en puntos porcentuales fueron el Gasto de Consumo Final de los Hogares (1,18), el Gasto Consumo Final

IMPULSAR AL SECTOR DE SERVICIOS MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE COPIADO QUE PERMITA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016

del Gobierno (0,65) y las Exportaciones (0,09). (banco central del ecuador, 2015, pág. s/n)

2.1.1.1.2 Producto Interno Bruto Por Servicios

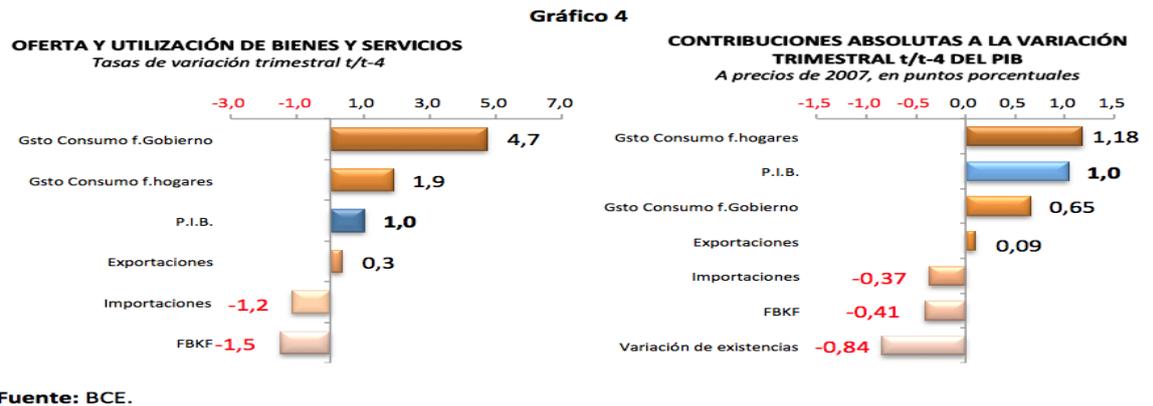


Figura 4 Producto Interno Bruto De Bienes Y Servicios

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Según (ecuador, 2015, pág. s/n) el gráfico 5 muestra las ramas económicas que más contribuyeron al crecimiento interanual del PIB en puntos porcentuales: actividades profesionales (0,46), enseñanza y salud (0,37), manufactura (0,29), comercio (0,24) y administración pública (0,24).

Sectores económicos

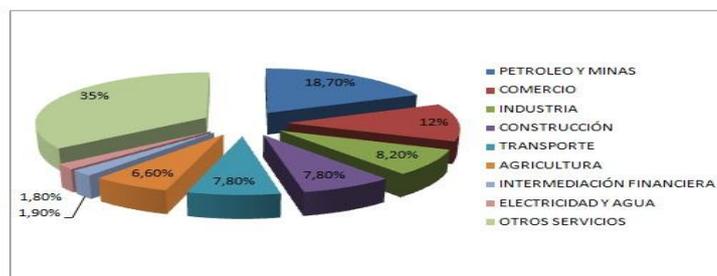


Figura 5 Sectores Económicos

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Análisis:

El PIB del país ha decrecido constante en relación al año anterior, con los porcentajes del 1% obtenidos claramente se habla de una recesión de la economía en todos los sectores económicos principalmente empezando con la caída del petróleo el cual ha dado un fuerte golpe para la economía del país. Lo cual es una amenaza para el proyecto por cuanto el crecimiento de economía del país ha disminuido.

2.1.1.1.3 Inflación

La inflación es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios a lo largo de un período de tiempo prolongado, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. Según (inec, 2016, pág. s/n)

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2016	1.30 %
Agosto-31-2016	1.42 %
Julio-31-2016	1.58 %
Junio-30-2016	1.59 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Abril-30-2016	1.78 %
Marzo-31-2016	2.32 %
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
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 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %

Figura 6 Inflación

Fuente: Banco Central Del Ecuador



Figura 7 Inflación

Fuente Banco Central Del Ecuador

Análisis:

El índice de inflación en comparación al año 2015 se ha incrementado, por ende afecta la economía del país, para el presente proyecto es una debilidad, este factor influye en gran parte costos de servicios, es decir si el precio aumenta los clientes buscarán otras alternativas de compra con, lo que causaría una disminución en los ventas.

2.1.1.1.4 Tasas de Interés

Según (tasas de interes , 2012, pág. s/n) determino que la “tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube.”

2.1.1.1.5 Tasa activa

Según (inec, 2016, pág. s/n) menciono que “el porcentaje que cobran las instituciones financieras por los diferentes tipos de servicios de crédito, de acuerdo a las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, se llaman activas porque son a favor de la banca”.

Tasas de Interés			
octubre - 2016			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.00	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.13	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	10.92	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.34	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.71	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.97	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.35	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.94	Consumo Ordinario*	17.30
Consumo Prioritario	16.72	Consumo Prioritario **	17.30
Educativo	9.50	Educativo **	9.50
Inmobiliario	10.94	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	26.69	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	24.91	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.30	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.01	Inversión Pública	9.33

Figura 8 Tasas De Interés

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Tabla 1 Tasa activa

TASA DE INTERES ACTIVA	
AÑO	VALOR
2011	8,17%
2012	8,17%
2013	8,17%
2014	8,19%
2015	9,12%
2016	8,67%

Fuente banco central del ecuador

Elaborado por: Mónica Juna

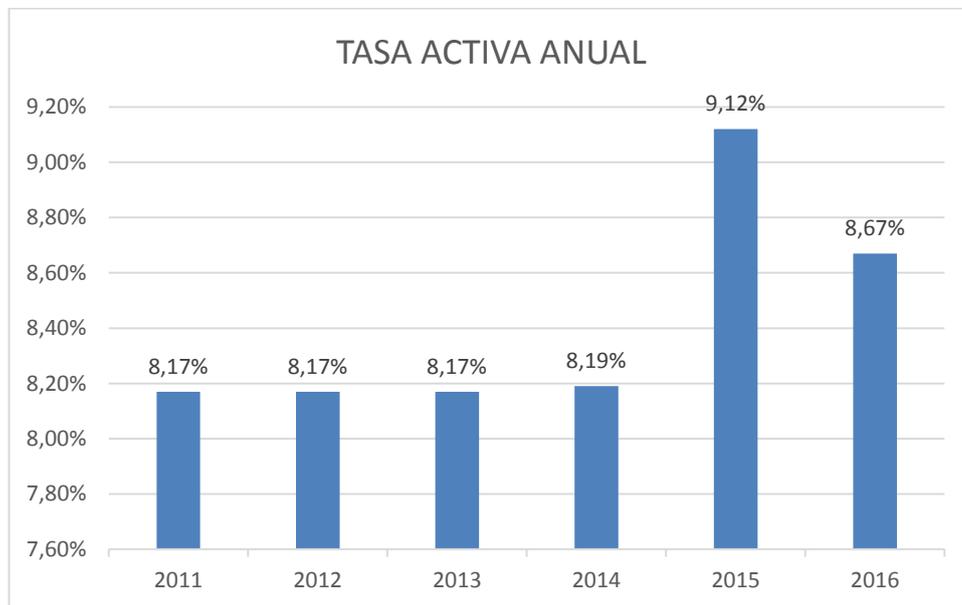


Figura 9 Tasa Activa Anual

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Mónica Juna

2.1.1.01.06 tasa activa referencial productiva pymes

Comercial Prioritario PYMES	11.35	Comercial Prioritario PYMES	11.83
-----------------------------	-------	-----------------------------	-------

Figura 10 Tasa Activa Referencial Comercial Pymes.

Fuente Banco Central Del Ecuador.

Activa Referencial Pymes 11.35%

Análisis:

Con respecto al porcentaje de la tasa de interés activa para el año 2016 ha disminuido el porcentaje del 11,35% concederá como una oportunidad al momento de realizar un crédito; pero en relación con la tasa de interés para las pymes el porcentaje siempre será mayor, por ende es una debilidad para la implementación de una empresa.

2.1.1.1.7 Tasa Pasiva

Según (superintendencia de bancos , 2014, pág. s/n) “Es el porcentaje que los intermediarios financieros pagan a sus depositantes por captar sus recursos”

Tabla 2 Tasa Pasiva

TASA DE INTERES PASIVA	
AÑO	VALOR
2011	4,53%
2012	4,53%
2013	4,53%
2014	5,18%
2015	5,14%
2016	6,01%

Fuente banco central del ecuador

Elaborado por Mónica Juna

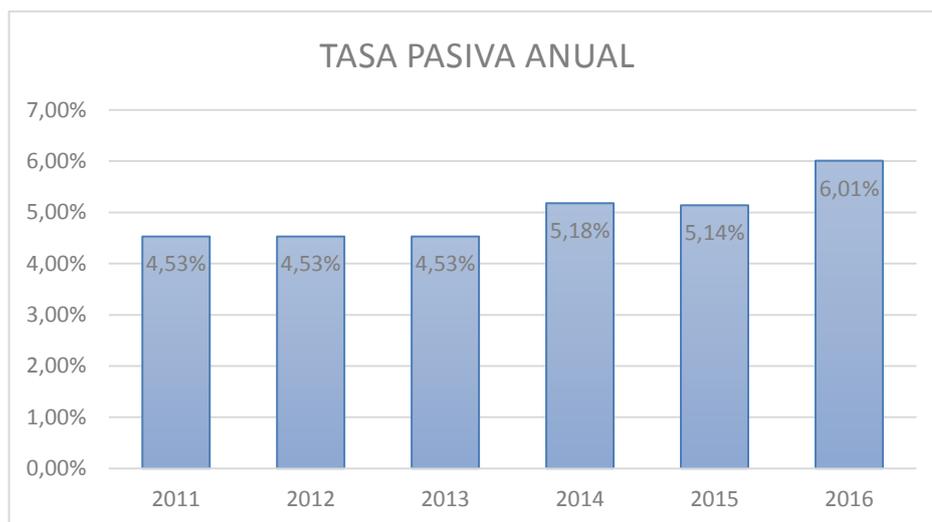


Figura 11 Tasa Pasiva Anual

Fuente Banco Central Del Ecuador

Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis:

La tasa de interés pasiva en relación al año anterior ha aumentado una cantidad considerable del 5.75% por ende es una desventaja, es más conveniente invertir en

actividades productivas que en una entidad financiera, ya que el interés que pagan los bancos es bajo.

2.1.1.1.8 Tasa de Interés Referencial

Según la (tasas de interes , 2012, pág. s/n) define la tasa de referencia como “la tasa de interés pura y libre de riesgo”.

Tasa Pasiva Referencial	5.75	Tasa Legal	8.71
Tasa Activa Referencial	8.71	Tasa Máxima Convencional	9.33

Figura 12 Tasa De interés Referencial

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado Por: Banco Central Del Ecuador.

2.1.1.1.9 Tasa de interés nominal

Según la (superintendencia de bancos , 2014)Es la tasa de interés que estipulan los contratos, a partir de la cual, dependiendo de las condiciones de capitalización, se obtiene la tasa efectiva.

	%
Tasa Nominal	15.19%

Figura 13 Tasa Nominal

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado Por Banco Central Del Ecuador

Análisis:

La tasa de interés referencial es la que emite en Banco Central para que las entidades financieras se basen en estas y fijen un porcentaje a sus clientes.

2.1.2 Riesgo País

Se determinó que es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entra a un país para las inversiones extranjeras, es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado . (banco central del ecuador, 2015, pág. s/n)

FECHA	VALOR
Octubre-09-2016	806.00
Octubre-08-2016	806.00
Octubre-07-2016	806.00
Octubre-06-2016	803.00
Octubre-05-2016	812.00
Octubre-04-2016	826.00
Octubre-03-2016	840.00
Octubre-02-2016	845.00
Octubre-01-2016	845.00
Septiembre-30-2016	845.00
Septiembre-29-2016	848.00
Septiembre-28-2016	871.00
Septiembre-27-2016	879.00
Septiembre-26-2016	827.00
Septiembre-25-2016	830.00
Septiembre-24-2016	830.00
Septiembre-23-2016	830.00
Septiembre-22-2016	830.00
Septiembre-21-2016	851.00
Septiembre-20-2016	865.00
Septiembre-19-2016	871.00
Septiembre-18-2016	879.00
Septiembre-17-2016	879.00
Septiembre-16-2016	879.00
Septiembre-15-2016	877.00
Septiembre-14-2016	872.00
Septiembre-13-2016	862.00
Septiembre-12-2016	863.00
Septiembre-11-2016	856.00
Septiembre-10-2016	856.00

Figura 14 Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: El Banco Central De Ecuador

Análisis:

El Riesgo País de Ecuador ha disminuido en los últimos días de \$845,00 a \$806,00 esto significa que el país tiene mayor capacidad de inversión y de pagar sus deudas a los demás países, esto se genera por el cambio de la Matriz Productiva. Esto genera una oportunidad ya que hay mayor atracción para invertir en el proyecto.

2.1.2.1 Factos Social

Se refiere a todo lo que ocurre en una sociedad, es decir a todos aquellos factores que afecten a los seres humanos en su conjunto.

2.1.2.1.2 Desempleo

Las causas del desempleo son principalmente, la inestabilidad política y económica de nuestro país que causas grandes estragos en la población, la falta de inversiones en industrias que generen empleos a la sociedad, la crisis por la que atravesamos es uno de los factores principales que generan despidos masivos del personal, debido a la falta de recursos para laborar y continuar pagando los salarios a los empleados. (causas de desempleo , 2009, pág. s/n)

La explosión demográfica, es otro factor importante en este fenómeno, que ocasiona que los números de personas que requieren trabajo sean muchísimo mayores a las oportunidades y vacantes que hay disponibles, también la inflación, falta de preparación y experiencia son puntos causas importantes de este problema, debido a que cada vez hay mayor deserción en las escuelas lo que a su vez genera

que las personas no cuenten con la preparación y conocimientos requeridos por las empresas, industrias. Para calificar a los puestos que ofrecen. (inec, 2016, pág. s/n)

Según (causas de desempleo , 2009) Por último, otro de los factores que marcan el aumento de las tasas de desempleo en Ecuador es el alto grado de corrupción que se tiene en el país, que genera un mal uso del poder para así conseguir beneficios propios, lo que acarrea como consecuencia que existan delitos tales como robos financieros importantes, que bien podrían destinarse a la generación de empleos, más sin embargo, usualmente se utilizan para negocios ilícitos.

FECHA	VALOR
Junio-30-2016	6.68 %
Marzo-31-2016	7.35 %
Diciembre-30-2015	5.65 %
Septiembre-30-2015	5.48 %
Junio-30-2015	5.58 %
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 %
Septiembre-30-2010	7.44 %

Indicadores Relacionados
% DESEMPLEO MENSUAL QUITO
% DESEMPLEO MENSUAL GUAYAQUIL
% DESEMPLEO MENSUAL CUENCA
% DESEMPLEO MENSUAL AMBATO
% DESEMPLEO MENSUAL MACHALA

Figura 15 Desempleo

Fuente Banco Central

Elaborado Por: Banco Central Del Ecuador

Análisis

El porcentaje de desempleo en comparación a años anteriores ha aumentado, del 3.8% al 5.7% hoy en día podemos decir que Ecuador tiene la tasa más alta de América Latina, con el proyecto ayudaremos a reducir el porcentaje, el propósito es brindar fuentes de empleo a las personas más necesitadas para que obtengan una estabilidad económica favorable.

2.1.2.1.3 PEA

Según (banco central del Ecuador, 2015) menciona que “Son todas las personas cumplidas los 12 años que trabajan por lo menos una hora diaria, está conformado por los ocupados plenos, subocupados, desocupados y ocupados no clasificados”.

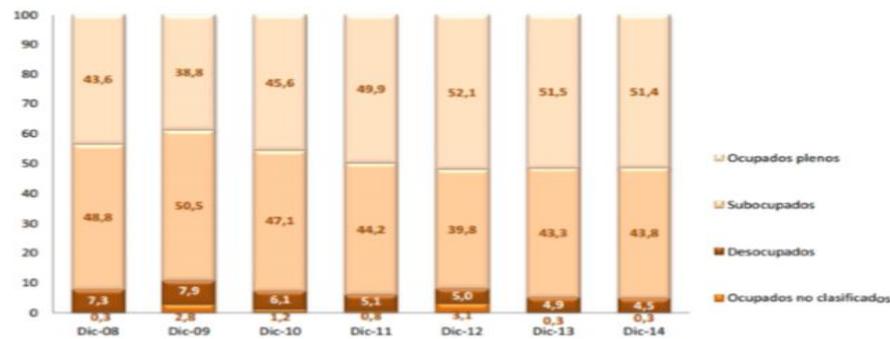


Figura 16 Pea

Fuente: el banco central del Ecuador.

Elaborado Por Banco Central Del Ecuador

2.1.2.01.04 Factores Socio-cultural

Se conforma por todas las personas que tienen creencias, normas, costumbres, tradiciones, hábitos y valores básicos.

Factores Legales

Son todos los requisitos que se deben cumplir para la apertura de una microempresa de servicios, los cuales darán garantía que está bajo las normas de la ley.

Permisos

Son aquellos trámites que se necesitan para el inicio de la actividad económica que permite la operatividad de la empresa.

Obtención del RUC

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica. (sri, 2015)

También están los profesionales, artesanos, comisionistas, agentes y quienes ejerzan cualquier arte y oficio autónomo. En estos casos el número de inscripción en el R.U.C. será el mismo que el número de cedula de identidad o ciudadanía de la persona natural. (sri, 2015)

Identificación del contribuyente	Requisitos	Ecuatorianos	Extranjeros Residentes	Extranjeros no Residentes
	Presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.	SI	SI	---
Presentarán el original y entregarán una copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.	---	---	SI	
Presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento a la Ley de Elecciones.	SI	---	---	

Verificación del domicilio y de los establecimientos	Para la verificación del lugar donde realiza su actividad económica, el contribuyente deberá presentar el original y entregar una copia de cualquiera de los siguientes documentos:
	<ul style="list-style-type: none"> • Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro; o, • Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente; o, • Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o, • Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

Figura. 17 Requisitos Para Obtener El Ruc

Fuente: Servicios De Rentas Internas.

Elaborado Por: Servicio De Rentas Internas

Obtención de LUAE

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de agilizar los servicios que presta a la ciudadanía, presenta el nuevo proceso para obtención de la licencia.

Es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito. Que mediante la ordenanza Nro. 308, establece el régimen administrativo para la obtención de la Licencia Metropolitanas; y en particular, de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el Distrito Metropolitano de Quito. (LUAE, 2014, pág. s/n)

La LUAE integra los siguientes permisos o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas
- Permiso de Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía.
(LUAE, 2014)
- El proceso para obtener la LUAE puede realizar a través de la página web del Municipio de Quito: www.quito.gob.ec, o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en la administración zonal de acuerdo al sector que pertenece. (LUAE, 2014)

- Ingrese al formulario en línea para el pre- ingreso de su LUAE, puede hacerlo en: www.quito.gob.ec.
- Llene la información solicitada en cada una de las 4 secciones: datos generales, actividad económica, autorizaciones, administrativas y dirección del establecimiento y la dirección del establecimiento.
- Una vez ingresada la información imprima el formulario el cual deberá estar firmado por el propietario de la actividad económica o representante legal. Si no lo puede realizar por medio del internet puede dirigirse a las administraciones zonales que tiene los formularios impresos para ser llenados.
- Por ultimo diríjase a la administración zonal, ingrese el formulario junto con los requisitos. Aquí le definirán la categoría de su actividad económica y los valores a pagar. (LUAE, 2014)

Requisitos generales

1. Formulario único de solicitud de LUAE
2. Copia de RUC
3. Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal
4. Copia de la papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones
5. Calificación artesanal de la Junta Nacional de la Defensa del Artesano o MIPRO (sólo para jurídicos)

6. En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo (sólo para artesanos)
7. Para colocar rótulo: En caso de propiedad horizontal: Autorización de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal. En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local. En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo. (LUAE, 2014)

Patente Municipal

La patente municipal es un requisito obligatorio que deben cumplir los trabajadores independientes para ejercer la actividad económica y poder obtener el RUC. El requisito está vigente desde 2010 y se lo obtiene a partir de un formulario. Las fechas límites de pago se establecen por el noveno dígito del RUC, y van del 10 al 28 de junio. (sri, 2015)

Requisitos para sacar la patente:

1. Formulario de inscripción de patente.
2. Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
3. Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
4. Copia del RUC en el caso que lo posea.
5. Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
6. Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas

7. Si el trámite lo realiza una tercera persona:

En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

- Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.

Requisitos adicionales:

1. Copia de la licencia de conducir categoría profesional (En el caso de que realice actividades de transporte).
2. En caso de discapacidad, copia del carné del CONADIS.
3. En caso de artesanos, copia de la calificación artesanal vigente.

Bomberos

Según (bomberos) menciono que “El permiso de Bomberos en la ciudad de Quito se emite a todo local previo a la aprobación de su funcionamiento. Se otorga de acuerdo según el tipo de actividad y riesgo”.

Tipo A

Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

(bomberos)

Tipo B

Aserraderos, lavanderías, centros de acopio, gasolineras, mecánicas, lubricadoras, hoteles, moteles, hostales, bares, discotecas, casinos, bodegas de víveres. (bomberos)

Tipo C

Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales. (bomberos)

Requisitos para sacar el permiso de bomberos

1. Solicitud de inspección del local
2. Informe favorable de la inspección
3. Copia del RUC; y
4. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados) (bomberos)

El permiso de los bomberos se lo actualiza cada año. Las empresas de categoría dos y tres (de mayor riesgo) lo sacan como requisito previo para obtener la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE). El trámite es gratuito. Según la normativa, en las empresas se debe colocar un extintor de 10 libras por cada 100 m² de espacio útil. Los componentes del dispositivo pueden ser CO₂, polvo químico seco, todo depende del proceso productivo que se realice. La red hídrica es un sistema necesario para las industrias que superan los 500 m² de extensión. Se encuentra conformada por una reserva de agua (cisterna), gabinetes y rociadores. Los rociadores se deben instalar en el subsuelo y en los espacios de almacenamiento.

Estos se los coloca a una distancia de 4,5 metros cada uno. Una vez que se enciende la alerta de incendios estos se activan automáticamente. (bomberos)

Se emitirá permiso ocasional de funcionamiento cuando la actividad a desarrollarse no sea permanente y su validez será determinada al momento de su solicitud, que debe ser presentada en el término de cinco días (5 días) siempre y cuando se dé cumplimiento con el Art. 350 del presente reglamento. (bomberos)

Afiliación al IESS como empleador:

Conozca los pasos para el Registro de Nuevo Empleador o Registro Patronal en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS. (iess, 2014)

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) en su página web cuenta con varios servicios por internet donde se podrá realizar el Registro Patronal en el Sistema de Historial Laboral. (iess, 2014)

Los empleadores que necesiten registrarse en el IESS debe escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico). (iess, 2014)

Luego deben ingresar los datos solicitados (los campos que tienen asterisco son obligatorios), digitar el número de RUC y si es doméstica escribir el número de cédula.

Al final del formulario de registro como empleador encontraras la opción "Imprimir solicitud de clave", imprime el documento. (iess, 2014)

Luego de registrar los datos el empleador debe solicitar la "clave de empleador" en las oficinas de Historial Laboral del Centro de Atención Universal del IESS.

Requisitos Para Solicitar Clave De Empleador

1. Solicitud de Entrega de Clave (Impresa del Internet).
2. Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
3. Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
4. Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
5. Copia de pago de un servicio básico (agua, luz o teléfono).
6. Calificación artesanal (Si es artesano calificado).
7. Cédula de ciudadanía (Original y Copia). (iess, 2014)

Importante:

El empleador debe presentar la documentación en lista para solicitar y retirar su (clave de empleador) en las oficinas del IESS, obtener la clave es importante para realizar varios trámites en el IESS y afiliar a los trabajadores. (iess, 2014)

2.1.3. Factor Tecnológico

Son aquellas herramientas que vamos a utilizar en el proceso del servicio de copias que se va a generar, como también aquellos sistemas que permitirá un control adecuado de la parte contable de la empresa. También se analizara en cuanto al mejoramiento, la innovación.

2.2. Entorno local

Está relacionado a aquellas fuerzas que se encuentran cerca de la empresa, que hasta cierto límite pueden modificar o influir en el desempeño y crecimiento de la misma.

2.2.1 Identificación del cliente

El proyecto va dirigido a las personas naturales o jurídicas y estudiantes del sector la Mariscal que se ofrecerá precios económicos y de buena calidad. (centorno local , 2015)

2.2.1.1 Cliente externo

Un cliente externo no es sólo aquel que requiere, utiliza o disfruta del servicio, sino también son todos aquellos clientes con los cuales las empresas tienen oportunidad de establecer negocios. (centorno local , 2015)

1. Se puede clasificar en tipos de clientes:
2. Clientes especializados en descuentos: son compradores constantes y reciben el descuento según las políticas de la empresa que ofrece.
3. Clientes leales: zona la base de la empresa ya que genera hasta un 50% de los ingresos.
4. Clientes basados en las necesidades: son aquellos que tiene una necesidad y buscan el servicio porque lo requieren en ese instante.
5. Clientes impulsivos: se guían por el impulso y no se van de la empresa si no lo realizan alguna compra.

6. Clientes errantes: no tienen ninguna necesidad cuando ingresan a la empresa, lo hacen de forma esporádica. (tipo de clientes , 2014)

Tabla 3 Cliente Externos

CLIENTE EXTERNO PERSONAS Y ENTIDADES PUBLICAS Y PRIVADAS			
NOMBRE	SECTOR	DIA DE ENTREGA	CANTIDAD
Veronica Guaman	Juan leon mera y patria	lunes	200
Jimena Guaman	Av. 9 de octubre y patria	lunes	300
Anita Bastidas	18 de septiembre y paez	martes	300
Marcelo Hermosa	Av. 9 de octubre y patria	martes	250
Banco bolivariano	Patria y amazonas	miercoles	125
Banco internacional	Av. 9 de octubre y patria	miercoles	300
Fybeca	Patria y amazonas	jueves	420
Fiscalia de flgrancia	Av. 9 de octubre y patria	jueves	320
Fiscalia Pichincha	Av. 9 de octubre y patria	viernes	220
Margarita Pozo	Patria y 10 de agosto	viernes	100

Fuente Análisis De Mercadeo
Elaborado Por: Mónica Juna

2.2.1.2 Cliente Interno

El cliente interno debe definir muy bien su función dentro de la organización, debe comprender, creer y vender la misión a todas las personas de la empresa, tiene claro cuáles son sus necesidades y prioridades, teniendo en cuenta esto para hacerlos partícipes de la elaboración de objetivos. (tipo de clientes , 2014)

Así mismo es indispensable conocer cuáles son aquellas necesidades que el cliente interno necesita para poder desenvolverse en su trabajo y a su vez satisfacer sus necesidades. A cada uno de nosotros nos gusta que cuando llegamos a algún lado nos muestran una actitud de ayuda, respeto, comodidad, empatía, satisfacción, apoyo o una cara amiga; cada una de ellas es lo que debemos ofrecerle a nuestro cliente interno. (tipo de clientes , 2014)

Por eso es importante destacar las principales necesidades que tiene el cliente interno dentro de la organización:

IMPULSAR AL SECTOR DE SERVICIOS MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE COPIADO QUE PERMITA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016

Cada quien tiene la necesidad de ser comprendido; esto significa interpretar claramente lo que nos dice nuestro cliente como:

Dar una bienvenida y hacerle sentir a gusto de verla que tenemos toda la voluntad de apoyar en lo que necesite.

1. La autoestima del cliente interno es importante, se va a proceder hacerle sentir a gusto de cualquier cosa que realice el cual es un paso hacia la calidad en el servicio.
2. Se sienta como en su casa; darle la seguridad de ser atendido y que sus necesidades serán cubiertas.

Llevar una buena relación con los clientes internos nos lleva a mantener una relación de armonía con nuestro entorno.

Luego el cliente interno cumpla, satisfaga todas sus necesidades, es importante empezar a controlar su satisfacción sobre la eficiencia y eficacia del servicio, brindado también la satisfacción personal y el nivel de apoyo y contribución entre compañeros.

Existen tres tipos de clientes internos:

- Ejecutivos: tiene una relación más cercana con los clientes externos. Ellos dicen cuál es el servicio a ofrecer y a que mercado va dirigido.
- Comercial: tiene una relación directa con diferentes grupos de trabajadores, lo que hace que tengan una visión clara de la calidad.
- Operativo: se encarga de la elaboración de productos. (centorno local , 2015)

2.2.2 Proveedores

Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. Son proveedores aquellos que proveen o entregan bienes o servicios. (tipo de clientes , 2014)

Es el elementos más importantes ya que se contara con excelentes proveedores al momento de la implantación del negocio, son los que suministran la materia prima y materiales para el servicio de copiado que sean de calidad por lo tanto hay que tomar una buena decisión al momento de determinar quiénes serán nuestros proveedores, se considera una oportunidad debido a que se verá reflejado en la necesidad del usuario.

Tabla 4 PROVEEDORES

PROVEEDORES			
EMPRESA/PERSONA	Dirección	Numero	Bienes y servicios
Compapel express	Carapungo	2854835	Resmas de papel bomm
Incopel C.A	Av. La prensa	2548798	Resmas de papel bomm
Apelesa CIA. LTDA.	Orellana Y 10 De Agosto	2659854	Suministro De Oficinas
Gugadir Ecuador	Republica	2987456	Papel bomm
Copiadoras quito	Eloy Alfaro y 9 de octubre	2895732	Copiadora
Importgraf	Colon y 10 de agosto	2346598	Copiadora
Copiersa	América y colon	2564123	Anilladora
Toner&suministros	América y selva alegre	2356985	Empastadora
Europages	6 de diciembre y robles	2978453	Tintas

Fuente: Análisis De Mercado

Elaborado Por: Mónica Juna

2.2.3 Competencia

La competencia se define como una situación tal en la que los agentes económicos (productores y consumidores) son libres de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir dónde y a quién comprarlos.

En concreto, la competencia existe, siempre que haya una pluralidad de oferentes y demandantes. De esta manera, se limitan ambas partes, la oferta contra los consumidores limitados, y la demanda contra la producción limitada. (tipo de clientes , 2014)

2.2.3.1 Competidores directos

Son las empresas o negocios que venden un producto o entregan un servicio igual o casi al que se vende en el mismo mercado en el que se está, lo que hace que ambas empresas busquen a los mismos clientes para venderles lo mismo. (Guevara, Proyectos, 2015)

Tabla 5 Competidores Directos

COMPETIDORES DIRECTOS			
Empresa / persona	Dirección	Numero	Forma
Copias ecuador	Páez y 18 de septiembre	2899564	Copiadora
Sebastián Torres	Av. 18 de septiembre y amazonas	2487521	Tienda copiadora
Internet	Av. Partía y 9 de octubre	2543765	Cabinas y copias
Cabinas telefónicas	Amazonas y Jorge Washington	2765439	Cabinas y copias
Bazar	Av. 10 de agosto y Santiago	2435675	Venta de artículos varios

Fuente Análisis De Mercado

Elaborado Por: Mónica Juna

2.2.3.2 Competidores indirectos

Son las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente. (Guevara, Proyectos, 2015)

Tabla 6 Competidores Indirectos

COMPETIDORES INDIRECTOS		
Empresa	Dirección	Números
Papelería Chávez	Juan león mera y Jorge Washington	2588966
Cabinas telefónicas "Mari"	Robles Y Juan León Mera	2546763
Tienda	Carrión Y Juan León Mera	2768943
Librería española	10 de agosto y asunción	2556741
Librería tecnilibros	10 de agosto y patria	2356987

Fuente Análisis De Mercado
Elaborado Por: Mónica Juna

2.2.3.1.2 Análisis Interno

Realizar un análisis interno tiene como objetivo conocer los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa e identificar sus fortalezas y debilidades, y así establecer objetivos en base a dichos recursos y capacidades, y formular estrategias que le permitan potenciar o aprovechar dichas fortalezas. (Urbina, 2013)

Este es un punto muy importante ya que se va dar a conocer hasta cierto punto donde pueden modificar o influir en el desempeño y crecimiento de la empresa.

2.3.1 Propuesta Estratégica

El proyecto está enfocado al apoyo de la Matriz productiva, fomentando fuentes de trabajo ofreciendo una mejor calidad de vida para familias que lo necesiten y reduciendo el índice de desempleo. (centorno local , 2015)

La propuesta estratégica para introducir el servicio de copias al mercado norte de Quito será a través de promociones a los clientes, con publicidad desde los clientes internos y externos, dando a conocer el tipo de servicio que se entregara.

Se entregara el servicio a domicilio con entrega oportuna e inmediata según requiera el cliente.

A los clientes potenciales se entregara descuentos según el volumen de copias que requieran.

Se enfocara en entregar obsequios a los clientes que ingresen al negocio por prestación del servicio de copias, siempre y cuando supere el monto indicad por el gerente de la empresa.

2.3.1.1 Misión

Somos una empresa que entrega a nuestros clientes copias con la mejor calidad mejor precio, brindándole un excelente servicio, con la máxima velocidad de entrega en el mercado y a domicilio.

2.3.1.2 Visión

Ser una microempresa competitiva, reconocida por su liderazgo en la prestación de servicios de copiado, manteniendo un compromiso integral con la calidad, innovación y la excelencia en el servicio.

2.3.1.3. Objetivos Generales

Desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de un centro de copiado que permita el desarrollo de las microempresas.

2.3.1.3 1 Objetivos Específicos

- Desarrollar un estudio de mercado con el propósito de conocer las expectativas de los clientes respecto a la implementación de la microempresa.
- Evaluar la factibilidad del proyecto en cuanto a la disponibilidad y costos de los recursos que se van a utilizar en la creación de la microempresa, así como determinar su ubicación y costos de inversión.
- Determinar la rentabilidad de la microempresa, el tiempo de recuperación de capital y financiamiento.

2.3.1.3.2 Principios y/o valores

Compromiso: Todas las actividades que se realicen serán en un tiempo establecido, para brindar un buen servicio al cliente.

Calidad: nuestros productos están garantizados mediante el uso de materiales de alto valor cualitativo.

Respeto: Calidad humana, pertenencia e igualdad de oportunidades para las personas que trabajan con la empresa.

Trabajo en equipo: las actividades que se realicen serán incentivadas para realizarlo en equipo, logrando un ambiente laboral ameno y estable.

Responsabilidad: Con los clientes cumpliendo con los requerimientos, con la comunidad y con el medio ambiente.

Productividad: Permite que seamos mejores cada vez mejor en el trabajo, a través de nuestra productividad mostrando indicadores de gestión y resultados positivos.

Eficiente servicio: tendremos el personal capacitado para una eficiente atención al cliente; basado en el lema que el cliente siempre tiene la razón, de esta manera garantiza su regreso y fidelidad.

2.3.2 Gestión Administrativa

Es la capacidad de administrar en forma adecuada los recursos de la institución para alcanzar los propósitos planteados, utilizando los recursos disponibles. (Ruiz Faudon, 2002)

Planeación

En el proceso administrativo, se tiene como etapa inicial la Planeación, la cual consiste en la formulación del estado futuro deseado para una organización y con base en éste plantear cursos alternativos de acción, evaluarlos y así definir los mecanismos adecuados a seguir para alcanzar los objetivos propuestos, además de la determinación de la asignación de los recursos humanos y físicos necesarios para una eficiente utilización. (velarde, 2013)

La planeación implica crear el futuro desde el presente con una visión prospectiva, es decir como una prolongación de éste y comprende por lo tanto el establecimiento anticipado de objetivos, políticas, estrategias, reglas, procedimientos, programas, presupuestos, pronósticos, etc. (miracda, 2011)

Tabla 7 Planeación

No	Actividades	Abril				Mayo				Junio				Julio				Responsable
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	Alquiler del local comercial	■																Gerente
2	Sacara permisos de funcionamiento		■															Gerente
3	Adquisición de maquinaria y equipos			■														Gerente
4	Instalación de equipos				■	■												Ing. Marco Mendoza
5	Verificación de la instalación						■											Gerente
6	Seleccionar personal							■										Gerente
7	Contratación de personal de M.O.								■									Gerente
8	Bienvenida de personal a la empresa									■								Gerente
9	Contacto con proveedores										■							Gerente
10	Contrato con proveedores											■	■					Ing. Carolina Lopez
11	Capacitación del personal													■				Gerente
12	Inicio de labores														■			Gerente
13	Evaluación															■		Gerente
14	Atención cliente																■	Trabajadores
15	Prestación del servicio																■	Trabajadores

Fuente: Planificación Organizacional

Elaborado Por: Mónica Juna

Organización

La estructura organizacional depende de procesos y procedimientos que unidos logran los objetivos que se desean alcanzar dentro de una empresa. La organización es el diseño y mantenimiento de un sistema de funcionamiento basado en la determinación de los roles que debe cumplir cada persona que integra la empresa, así como de las relaciones que se establecen entre ellas.

El objetivo de la organización es maximizar los resultados que se obtienen de la colaboración, trabajo y relación de todos los integrantes de una empresa. Sin duda alguna la organización es la base para la obtención de excelente resultados, ya que con ellos se logra el alcance del propósito. (miranda, 2012)

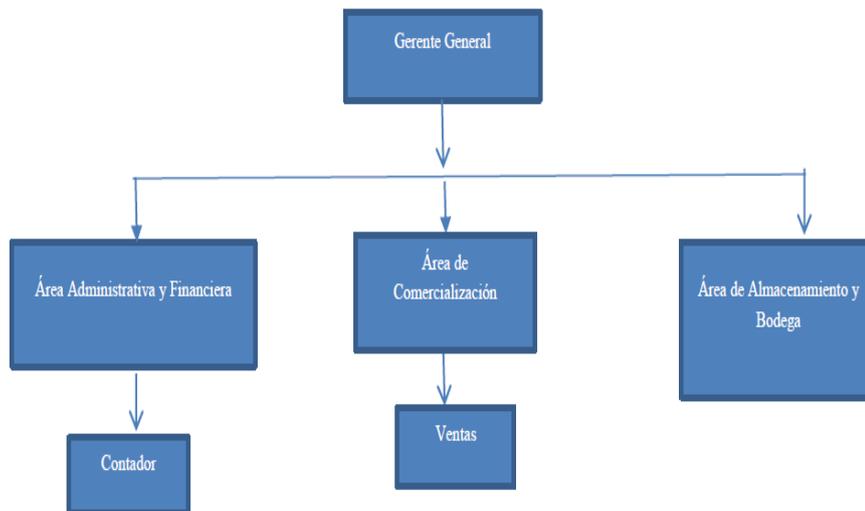


Figura 18 Organización Empresarial

Fuente: estructura organizacional

Elaborado Por: Mónica Juna

Organización funcional

Gerente general

Será la persona encargada de dirigir y controlar, las funciones, y actividades que se va desempeñar en los departamentos y toma decisiones, con el objetivo de cumplir las metas propuestas.

Área administrativa

Se encarga de administrar los recursos disponibles de la microempresa y multiplicar las ventas mediante la calidad que se va ofrecer al cliente con el propósito de lograr excelente resultado.

Contador

Es la persona encargada de registrar todas y cada una de las transacciones que obtiene la empresa por la prestación del servicio de copiado, con el objetivo de determinar la utilidad o pérdida del ejercicio.

Área de servicio

Se encarga de realizar el servicio de copiado con el respectivo control de la calidad de las copias para que salga con los mejores estándares.

Área de comercialización

En esta área se va encargar de manejar y coordinar nuevas estrategias de venta en el mercado para la distribución del servicio de copias con innovación.

Dirección

La misión de la dirección, la que consiste para cada jefe en obtener los máximos resultados posibles de los elementos que componen su unidad, en interés de la empresa, implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. La relación y el tiempo son fundamentales para las actividades de la dirección. De hecho, la dirección llega al fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos. Los gerentes dirigen tratando de convencer a los demás de que se les unan para lograr el futuro deseado, surge de los pasos de la planificación y la organización. (miranda, 2012)

En la microempresa de servicios se utilizara el liderazgo democrático que no es más que liderar de manera participativa, escuchar opiniones que ayuden a que el servicio de copias tenga mejor acogida, buscando un objetivo común.

2.3.3 gestión operativa

Es un proceso por el cual se orienta, se previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un fin, un objetivo o a resultados de una organización todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo requerido. (carreto, 2015).

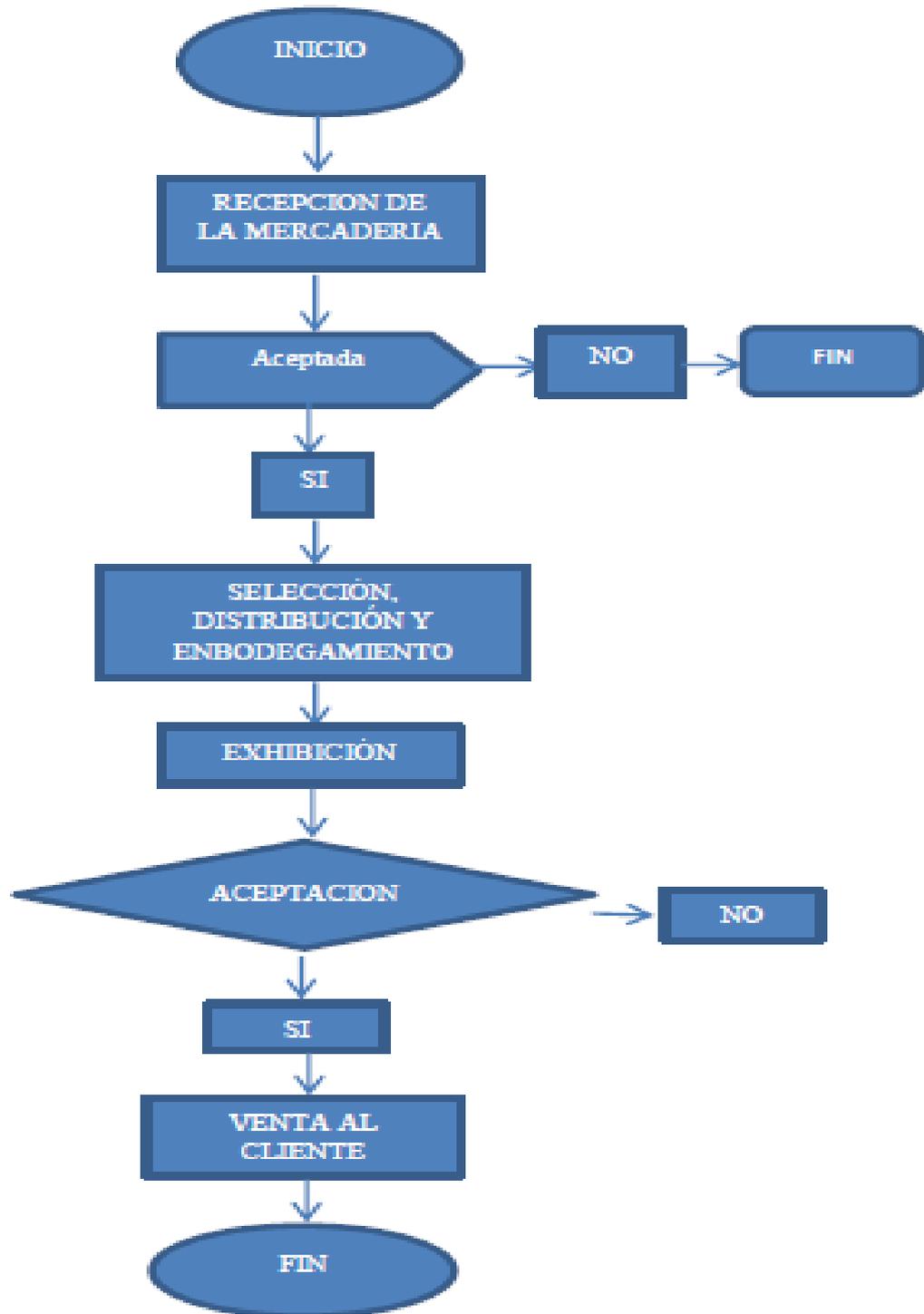


Figura 19 Detalle de procesos
Fuente: Estructura Empresarial
Elaborado Por: Mónica Juna

Recepción de mercadería.- se realiza la recepción de material que estén completos de acuerdo con las facturas como pueden ser tintas, papel boom, y suministros de oficinas el cual este proceso es muy importante ya que se verificara si los materiales llegan en un buen estado de acuerdo al pedido realizado y acorde con el proveedor.

Ordenamiento de mercadería.- una vez ingresada la mercadería a la empresa se procede a ordenar según corresponda cada material en su lugar correcto.

Verificación de las fotocopiadoras.- controlar las copiadoras e impresoras que este listas y en buen estado para iniciar la labor.

Ingreso de cliente.-entregar un excelente servicio al cliente de forma eficiente y eficaz.

Copiado.- el servicio de copiado se realizara de forma diaria, este proceso es importante ya que se procede a entregar el servicio de copias según el requerimiento del cliente, acorde a su petición. Por lo tanto se llevara un inventario de la materia prima y del servicio prestado, para un mejor control.

Entrega del servicio.- se procede a la entrega de la documentación pedida por el cliente.

Verificación del servicio.- el cliente procede a verificar si el servicio de copias está correctamente tal cual hizo el la petición.

Cancelación de servicio prestado.- este proceso se refiere al cobro al cliente por el servicio realizado.

2.3.4 Gestión Comercial

Es considerado un término de marketing, ya que estudia la forma de cómo la empresa va a ofrecer el servicio, siendo esta la gestión la de mayor énfasis en la organización ya que este sector depende la estabilidad del proyecto.

Producto

Un producto es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que es producido de manera natural o de manera artificial, elaborado mediante un trabajo para el consumo. Producto proviene del latín productos y posee diferentes significados en diferentes áreas. (miranda, 2012)

Gigantografías: en este producto se utiliza el material de lona el cual está diseñado contra viento, sol y agua.



Figura 20 Gigantografías

Fuente: gestión empresarial.

Elaborado por gestión empresarial

Empastado: realizado con las tapas duras para el encuadernado que es la unión de hojas a base de goma.

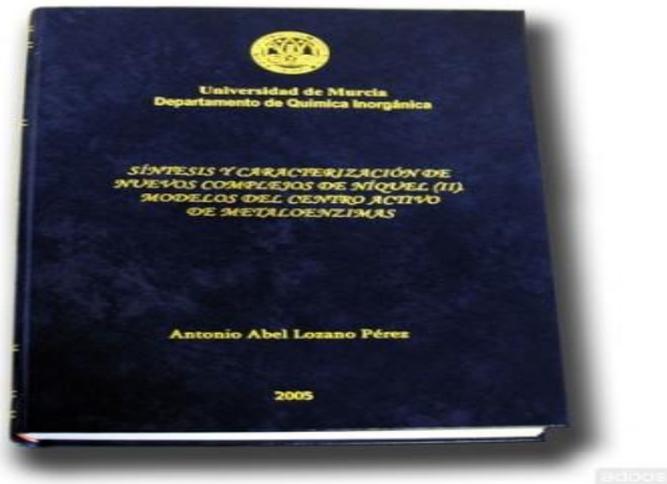


Figura 21 Empastado

Fuente: gestión comercial

Elaborado por: gestión comercial

Espiralado: es la unión de un volumen de hojas por medio de un material llamado espiral con dos coberturas de plástico.



Figura. 22 Espiralado

En marketing, un producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer al consumidor, proporcionan lo que necesita o lo que desea.

Por lo tanto, el producto en este sentido no es sólo material, sino que poseen unos atributos psicológicos y simbólicos para los consumidores.

También un producto es la consecuencia, el efecto o el resultado de una determinada situación o de una determinada circunstancia o acción.

El presente proyecto el producto es un servicio de calidad a un precio que está al alcance de todo bolsillo del cliente al mismo tiempo ser rápido y ágil a la entrega del servicio lo que permite brindar un servicio excelente, con el objetivo de cubrir la demanda que existe en el mercado.

Estrategia precio

El Precio Absoluto de una Mercancía es aquel que se expresa en términos de un cierto número de unidades monetarias, como una cantidad dada de pesos, dólares o marcos. El Precio Relativo expresa la relación de cambio de un Bien por otro, y es igual a la razón de los precios absolutos entre ambos Bienes. (Ruiz Faudon, 2002)

Para determinar el precio se tomara en cuenta la competencia, se reducirá un porcentaje para ser más competitivo y accesible al consumidor, varían dependiendo el volumen de las copias y el porcentaje de tinta de color que ingresa en cada copia.

El precio también se basara frente a la competencia, para llegar a los clientes, puede especificarse entre el precio medio o bien mantener determinadas diferencias al alza o a la baja con la diferencia entre las diferentes empresas.

Por lo que esta estrategia debe emplearse cuando el producto está protegido por patentes o existan otras barreras de entrada tecnología, capacidad financiera que impidan el surgimiento de competidores.'

Forma de pago

El pago del servicio de copias se realizara al contado y a crédito para las personas o empresas que lo realicen en volumen alto de copias.



Figura 23 Forma De Pago

Fuente: Gestión Comercial

Elaborado Por: Mónica Juna



Figura 24 Forma De Pago

Fuente: Gestión Comercial

Elaborado Por: Mónica Juna

Estrategia de plaza o canal de distribución

Es una de las variables del marketing que se ocupa de la organización de la distribución física de los productos. La distribución abarca un conjunto de operaciones necesarias para llevar los productos.

.Estrategia promoción

La estrategia que se aplicará dentro de la microempresa serán innovadora y que logre posicionar al servicio dentro del mercado. Se entregaran descuentos en temporadas, esta promoción se aplicará por el servicio prestado en cuanto a grandes volúmenes de copias. Por el servicio entregado a volúmenes altos se realizara un descuento del 5%.

También se entregara el servicio a domicilio a los clientes que lo necesitan.

Publicidad

La publicidad es una forma de comercializar el servicio e introducirlo en el mercado, dentro de la microempresa se pretende realizar una publicidad masiva a través de:

Volantes: Los volantes serán repartidos en el sector el mariscal, y lugares cercanos donde se detallan los servicios y promociones que ofrece la microempresa. Se repartirás 100 volantes mensuales.



Ofrece servicios de copiado
Empastado
Gigantografías
Dirección: Av. Patria y 9 de octubre.
Telf . 0996081542
mony_jt1984@hotmail.com

Figura 25 Volantes
Fuente: Estrategia Comercial
Elaborado Por: Mónica Juna

Redes Sociales: Como Facebook y twitter al ser un medio de comunicación masivo constituye una herramienta de comercialización muy importante, donde se detallan cada uno de los servicios, precios y promociones que ofrecemos, adicional encontraran la dirección y teléfonos.



Figura 26 Facebook
Fuente: Estrategia De Publicidad
Elaborado: Por Mónica Juna



Figura 27 Medio Publicitario

Fuente: Estrategia De Publicidad

Elaborado Por: Mónica Juna

Publicidad promocional: Se utilizaran objetos para promocionar los productos por medio de esferos, con el logo de la microempresa los cuales transmiten la imagen corporativa.



Figura 28 Estrategia De Publicidad

Fuente : Estrategia De Publicidad

Elaborado Por: Monica Juna



Figura 29 Estrategia De Publicidad

Fuente: Estrategia De Publicidad

Elaborado Por : Monica Juna



Figura 30 Estrategia De Publicidad

Fuente: Estrategia De Publicidad

Elaborado Por : Monica Juna

Esta publicidad será entregado a los clientes frecuentes que visiten el local y hacen uso del servicio de copiado.

Tarjetería Se entregara a las personas que visiten el local con el fin de dar a conocer en el mercado, y captar clientes potenciales. El las tarjetas estará impreso la información y logo de la microempresa.



Figura 31 Estrategia De Publicidad
Fuente: Estrategia De Publicidad
Elaborado Por : Monica Juna

Estrategias de Mercado

Para competir dentro del mercado se debe utilizar ciertas estrategias, y cumplir con los objetivos planteados por la microempresa.

DATOS COMUNICACIONALES

Nombre comercial

El nombre comercial que se ha escogido para la microempresa es:

“COLOR COPIES”

Logotipo

El logotipo que se ha elegido con el fin de llamar la atención del cliente, ya que el diseño se relaciona con el producto que se ofrece en el mercado.



Figura 32 LOGOTIPO

Elaborado Por: Mónica Juna

Slogan

El slogan que se escogió para el proyecto es:

“SOLUCIONES DE COPIADO CON CALIDAD Y ESTILO”



Figura 33 Tarjeta De Presentación

Elaborado Por: Mónica Juna

2.4 FODA

El análisis FODA analiza para determinar la situación de una organización.

Según (miranda, 2012, pág. s/n) menciona que: “El análisis FODA es un instrumento de planificación estratégica que puede utilizarse para identificar y evaluar las fortalezas y debilidades de la organización (factores internos), así como las oportunidades y amenazas”

Tabla 8 Foda

FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Personal capacitado para manejar los productos que vendemos	Generar Un Ingreso Propio
El local cuenta con buena ubicación e iluminación.	Liderar Un Equipo
Horarios extendidos y buena seguridad.	Poca Competencia
Atención personalizada al cliente.	Precio Competitivo En El Mercado
Creatividad e Innovación.	Alta Demanda, Producto De Necesidad Global
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de capital	Crisis económicas nacional
Tecnología	Nuevos Competidores
Acceso a crédito	La disminución de precios de competidores puede llevar a una guerra de precios devastadora.
Falta De Experiencia En El Mercado	

El análisis FODA analiza para determinar la situación de una organización. (miranda, 2012) Dice que: “El análisis FODA es un instrumento de planificación estratégica que puede utilizarse para identificar y evaluar las fortalezas y debilidades de la organización (factores internos), así como las oportunidades y amenazas

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Es determinar al mercado objetivo o targets del mercado al que va a dirigida la microempresa, así como su capacidad o potencial de compra, para lo cual se determinara: cuantas personas componen el mercado, donde se localizan los potenciales e índices de capacidad de compra, entre otros aspectos. (Garcia Parra & Jorda Lloret, 2004, pág. s/n)

3.1 Análisis del consumidor

Consumidor son los clientes a los que se enfoca el proyecto y el análisis del mismo es muy importante, puesto que se determinará cuál es su necesidad real.

3.1.1 Determinación de la población y muestra

El universo del presente estudio fue tomado de la Población del sector la mariscal del Distrito Metropolitano De Quito

3.1.1.1 Población

Se denomina población al conjunto de personas o entidades hacia las que va dirigido el servicio, es necesario realizar un estudio adecuado.

Según (inec, 2016, pág. s/n) determinó que “El Sector el mariscal cuenta con una población de 15635 habitantes según la información diaria del INEC”

Tabla 9 Población

Universo	Numero
Provincia: Pichincha	2,576.287
Ciudad: Quito	2,239.191
Sector :La mariscal	8,007

Fuente: INEC

Elaborado Por: Mónica Juna

Nota: se detalla la población objetivo al que se va dirigido el proyecto.

Fuente: INEC

Elaborado por: Mónica Juna

3.1.1.2 Muestra

En Estadística, las muestras son tomas parciales de un conjunto total de cosas materiales o inmateriales que se quieren analizar, y que por su cantidad es imposible hacerlo sobre la cantidad total. Del análisis del grupo de elementos tomados en cuenta se hacen inferencias sobre la universalidad (estadística, pág. s/n).

La fórmula para determinar nuestra muestra es la siguiente.

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

Figura 34 Formula Estadística

Fuente: Datos Estadísticos

Dónde:

n= tamaño de la muestra necesaria.

Z= nivel de confiabilidad del 95%; Z=1.96.

p=probabilidad de que el evento ocurra= 0.50

q=probabilidad de que el evento no ocurra = 0.50

E= error de muestreo.

N=población=8007 habitantes.

Aplicando la formula

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 * 8007}{(8007 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = 366.61$$

$$n = 367$$

La aplicación de la formula estadística utilizada, arroja el siguiente resultado:

Muestra fraccionaria=366.61

Muestra real=367

Luego de aplicar la fórmula para calcular la muestra se obtiene como resultado 367 mujeres a las cuales se deberá aplicar las encuesta para conocer la viabilidad del proyecto.

3.1.2.1. La encuesta

La encuesta es una técnica de recopilación de información de fuentes primordiales que consiste en el diseño de un cuestionario para la posterior aplicación directa con el encuestado. En el proyecto se utilizó la encuesta como técnica de recolección de información.

Instituto Tecnológico Superior Cordillera

Ad. Banca y Finanzas

Encuesta de Mercado

La presente encuesta tiene como objetivo medir el nivel de aceptación de un centro de copiado, en el sector La Mariscal, Del Distrito Metropolitano de Quito.

Información General

Cargo: Secretaria _____

Gerente _____

Administrador _____

Otros _____

Género: Femenino _____

Masculino _____

1. A qué sector pertenece su empresa.

Publico _____

Privado _____

Mixto _____

Otros _____

2. Le gustaría que en el sector la mariscal se implante una empresa de servicios de copias.

Sí _____

No _____

3. Con que frecuencia utiliza el centro de copiado.

Diario _____

Semanal _____

Mensual _____

Anual _____

4. Qué tipo de copiado de copiado usted utiliza generalmente.

Color _____

Blanco y negro _____

5.Cuál es el volumen de copias que usted requiere comúnmente.

0 – 50 _____

51 – 100 _____

101 – 200 _____

201 – 300 _____

Otros _____

6. Considera usted que la oferta actual de este tipo de negocio cubra las necesidades de los clientes.

Sí _____

No _____

7. Al momento de recibir un servicio de copiado que tomaría en cuenta.

Precio _____

Calidad _____

Servicio _____

8. Que servicios le gustaría q brinde el centro de copiado.

Anillado _____

Gigantografías _____

Plotter _____

Empastado _____

3.1.3 Análisis de la información

Cuando se haya terminado de recolectar la información, comienza la etapa del análisis Según (estadística, pág. s/n) determinó que “El objetivo se centra en obtener un conocimiento detallado de cada una de las variables utilizadas en la investigación, empleando para ello distribuciones de frecuencia, estadísticos invariantes y representaciones gráficas”.

Análisis de los resultados de la encuesta a los consumidores

Información General

Tabla 10 Información General

Cargo	Frecuencia	Porcentaje
Secretaria	102	25.9%
Administrador	88	22.1%
Gerente	93	23.1%
Otros	114	28.9%
Total	397	100.0%

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado Por: Mónica Juna

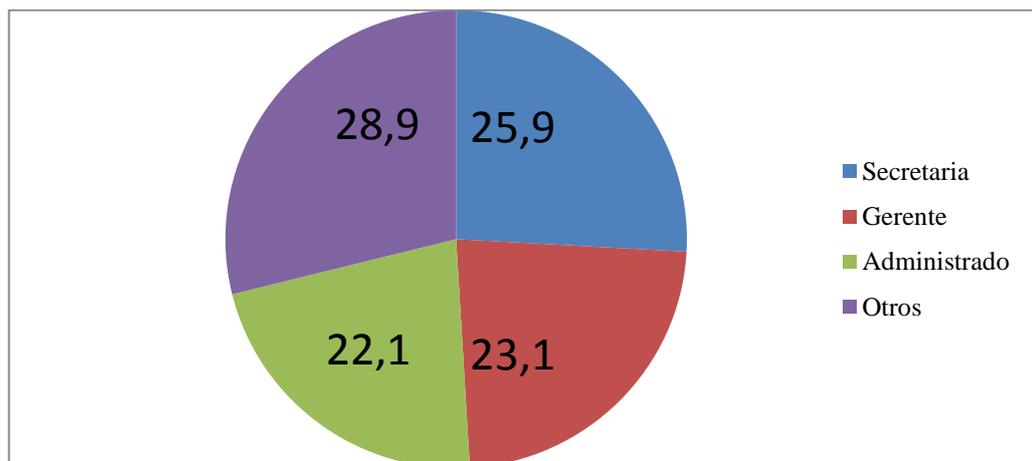


Figura 35 Información General

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis: De acuerdo con las encuestas realizadas el 28.9% pertenece a personas que tienen diferente actividad laboral, como mensajeros, comerciantes, limpieza y otros. El 25.9% secretarias en las diferentes empresas del sector, ostentan el 23.1% son personas que obtienen el cargo de gerentes en las diferentes empresas situadas por el sector, y por últimos se cuenta con el 22.1% administradores en las diferentes empresas.

Genero

Tabla 11 Género

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	220	60.0%
Masculino	147	40.0%
Total	367	100.0%

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado Por: Mónica Juna

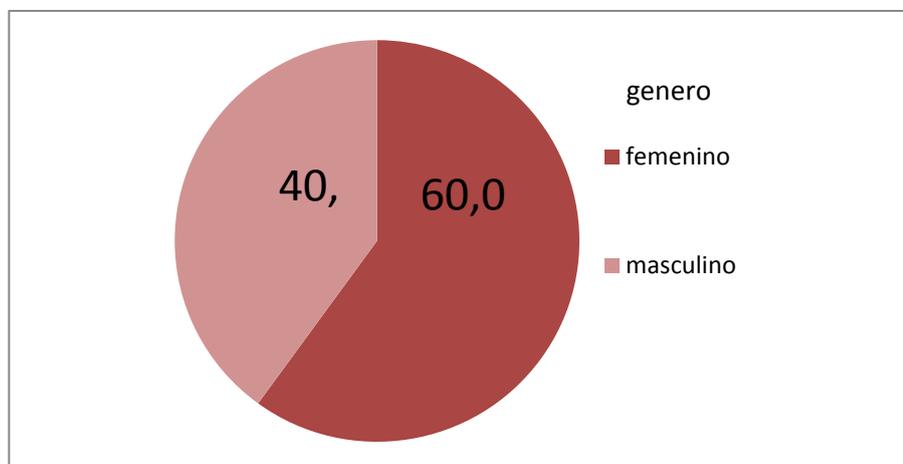


Figura 36 Género

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis: con los resultados de las encuestas realizadas se verifica que en el sector de la mariscal contamos con el 60.0% de mujeres que laboran por el sector y el 40.0% de hombres el cual se demuestra que el género femenino cuenta con el porcentaje alto que entrega sus servicios en la mariscal en diferentes empresas.

1. A qué sector pertenece su empresa.

Tabla 12 Pregunta N° 1

Sector	frecuencia	Porcentaje
Publico	194	49.0%
Privado	119	30.0%
Mixto	60	15.0%
Otros	24	6.0%
Total	397	100.0%

Fuente: Estudio De Mercado
Elaborado Por: Mónica Juna

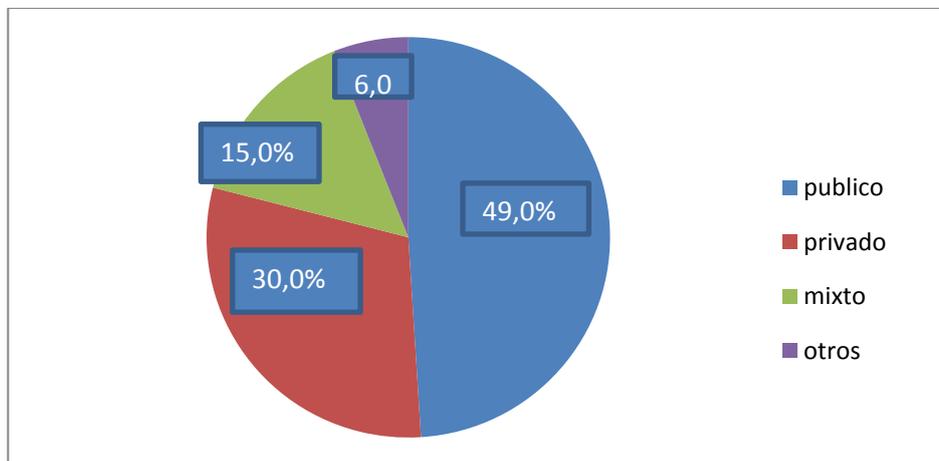


Figura 37 Pregunta N° 1

Fuente: Estudio De Mercado
Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis:

De acuerdo al análisis el 49.0% de habitantes que laboran en el sector público en diferentes cargos, también se puede observar que el 30% trabaja en el sector privado, como el 15% entrega sus servicios a entidades mixtas y por últimos el 6.0% a otras empresas.

2. Le gustaría que en el sector la mariscal se implante una empresa de servicios de copias.

Tabla 13 Pregunta N° 2

Variable	frecuencia	Porcentaje
Si	275	74.9%
No	92	25.1%
Total	367	100.0%

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado: Por Mónica Juna

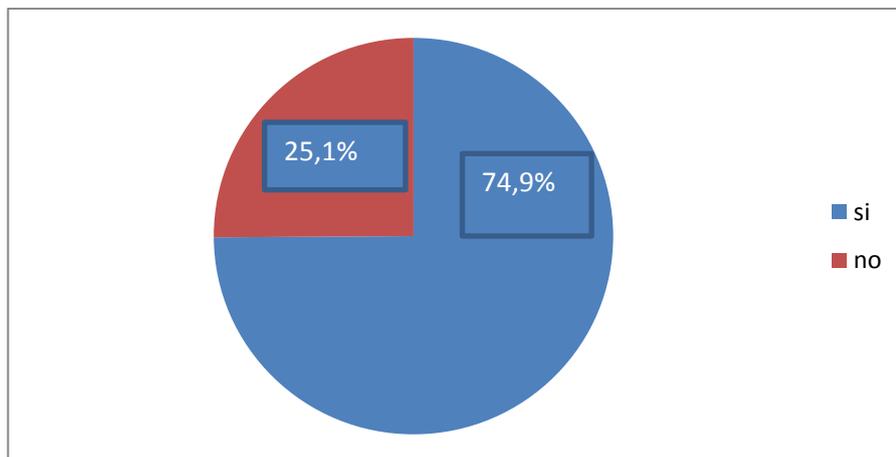


Figura 38 Pregunta N° 2

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado Por Mónica Juna

Análisis:

Según el análisis se puede observar que el 74.95% de la población está de acuerdo que se implante una microempresa de copias y el 25.1% de habitantes no lo está de acuerdo esto quiere decir que la gran mayoría de habitantes está de acuerdo lo que nos permite observar que el proyecto viabilidad.

3. Con qué frecuencia utiliza el centro de copiado.

Tabla 14 Pregunta N°3

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Diario	130	35.04%
Semanal	104	28.3%
Mensual	72	19.6%
Anual	61	16.6%
Total	367	100.0%

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado Por: Mónica Juna

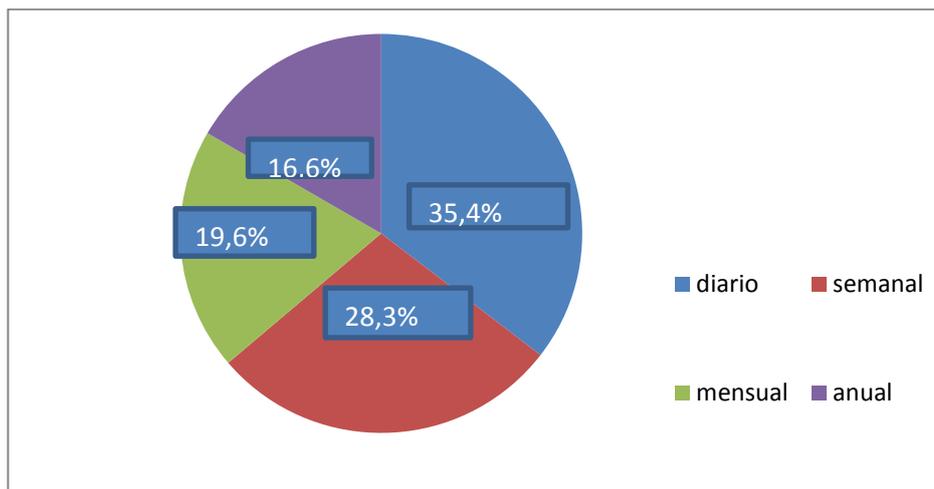


Figura 39 Pregunta N°3

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis:

Según el análisis de las encuestas realizadas en el sector se puede observar que el 35.4% de la población hace uso del servicio de copiado diariamente, esto da a conocer que siempre están usando dicho servicio, el 28.3% de las personas realizan el servicio semanalmente, el 19.6% reciben el servicio mensualmente y finalmente el 16.6% lo realiza anualmente.

4. Qué tipo de copiado usted utiliza generalmente.

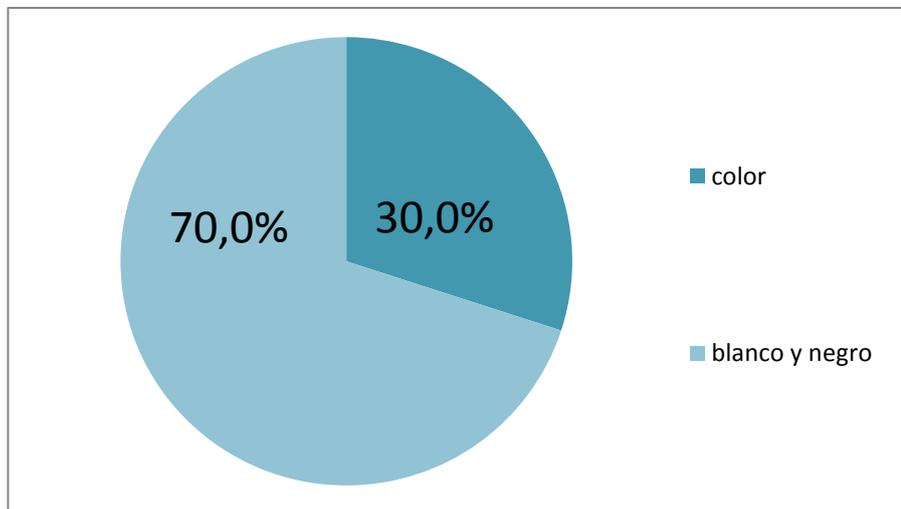
Tabla 15 Pregunta N°4

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Color	120	30.0%
Blanco y negro	277	70.0%
Total	397	100.0%

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado: Por Mónica Juna

Figura 37.Pregunta N°4



Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado: Por Mónica Juna

Análisis:

A través de la encuesta realizada se pudo determinar que el 70.0% hacen uso de copias a blanco y negro el cual el 30.0% restante usa las copias a color.

5.Cuál es el volumen de copias que usted requiere comúnmente.

Tabla 16 Pregunta N°5

Volumen	Frecuencia	Porcentaje
0-100	198	50.0%
101-200	100	25.0%
201-300	50	16.0%
Otros	49	9.0%
Total	397	100.0%

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado Por: Mónica Juna

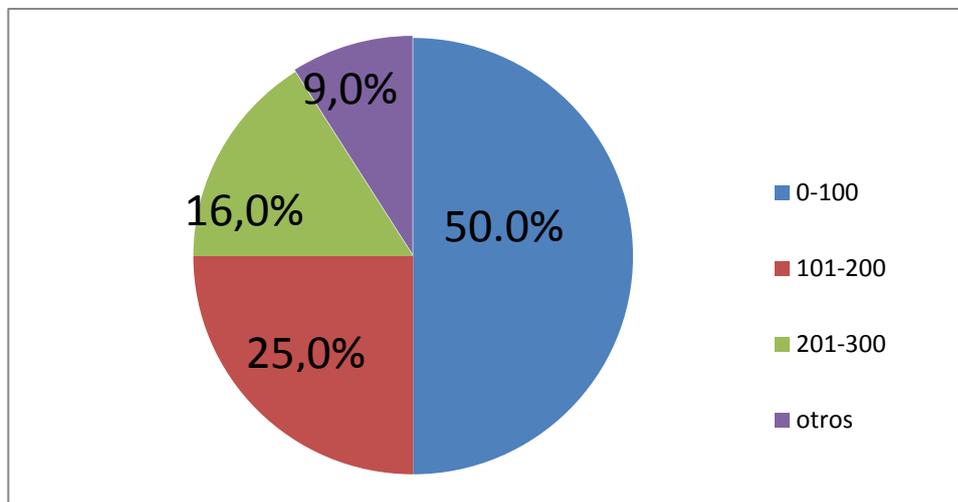


Figura 40 Pregunta N°5

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis:

Se determina que el 50.0% de habitantes hacen el uso de volumen copias entre 0-100, el 25.0% sacan entre 101-200 copias, el 16.0% sacan copias entre 201-300 y el 9% que sacan diferentes volúmenes de copias.

6. Considera usted que la oferta actual de este tipo de negocio cubra las necesidades de los clientes.

Tabla 17 Pregunta N° 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	297	75,0%
No	100	25,0%
Total	397	100.0%

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado Por: Mónica Juna

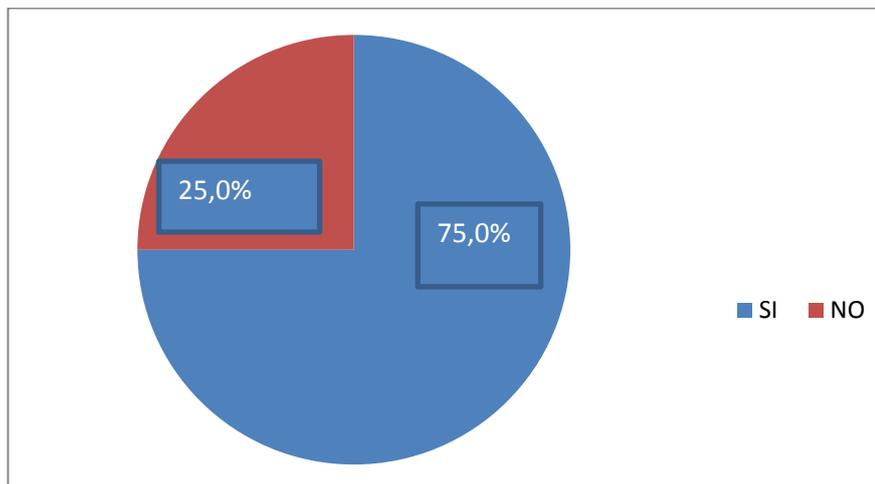


Figura 41 Pregunta N° 6

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis:

De acuerdo a la encuesta obtenida contamos que el 75.0% de habitantes considera que el negocio cubre con la necesidades de los clientes, y el 25.0% opina lo contrario lo que refleja que deberá hacer competencia extra rutinarias para hacer conocer el negocio.

7. Al momento de recibir un servicio de copiado que tomaría en cuenta.

Tabla 18 Pregunta N°7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	269	68.0%
Calidad	80	20.0%
Servicio	48	12.0%
Otros	397	100.0%

Fuente: Estudio De Mercado
Elaborado Por: Mónica Juna

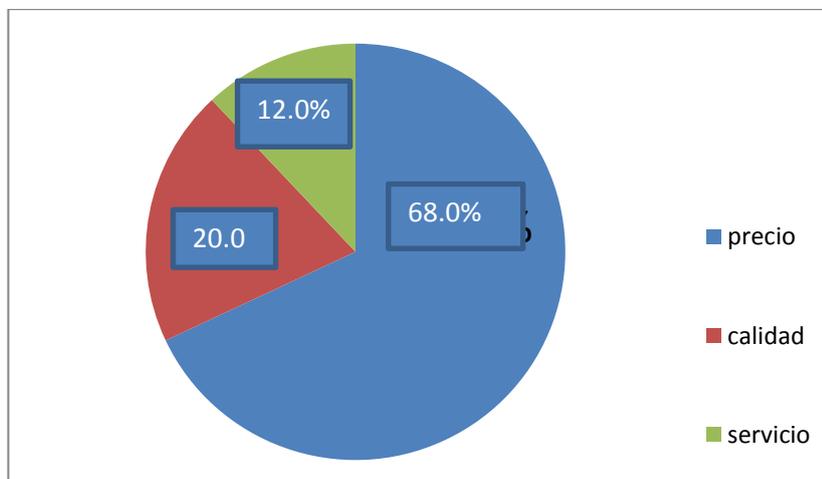


Figura 42 Pregunta N° 7

Fuente: Estudio De Mercado
Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis:

De acuerdo con las encuestas realizadas se logró detectar que el 68.0% toma en cuenta el precio del servicio de copiado, el 20.0% tiene la visión en la calidad del servicio y el 12% pone énfasis en el servicio obtenido.

8. Que servicios le gustaría que brinde el centro de copiado.

Tabla 19 Pregunta N° 8

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Anillado	138	35.0%
Gigantografias	119	30.0%
Plotter	79	20.0%
Empastado	61	15.0%
Total	397	100.0%

Fuente: Estudio De Mercado
Elaborado Por: Monica Juna

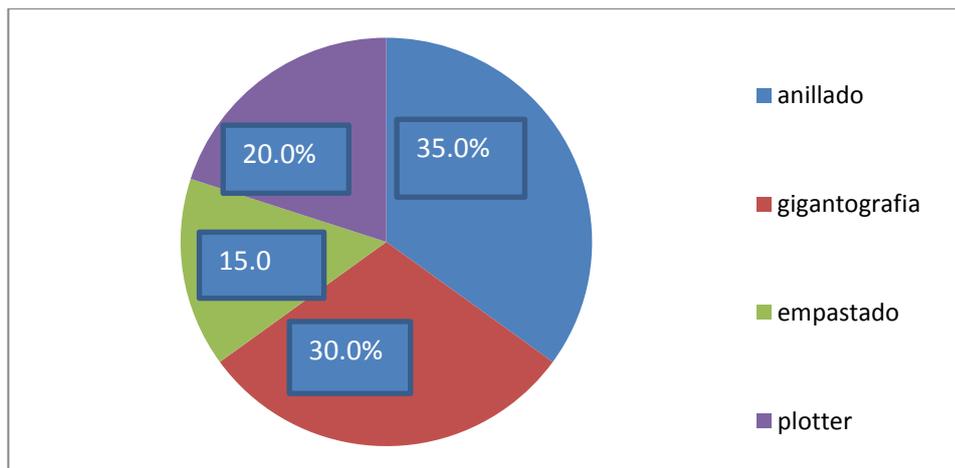


Figura 43 Pregunta N° 8

Fuente: Estudio De Mercado
Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis:

Con las encuestas realizadas el: 35.0% pide el servicio de anillado, el 30.0% del servicio, de gigantografias y el 20.0% requieren del servicio de plotter y por último el 15.0% de empastado.

Tabla 20 Resultados de la investigación

Población (PEA) Parroquia	86.005
Porcentaje de Aceptación	50,00%
8.007	* 50,00%
	4.004

Población que acepta del SERVICIO	4.004
Frecuencia diario de consumo (% más alto)	75,00%
4.004	* 75,00%
	3.003

DEMANDA EN DÓLARES ACTUAL

Compras del SERVICIO	3.003
Porcentaje más alto	50,00%
Pago por servicio \$ 0,02 a \$ 8,00	
$\frac{0,02 + 8,00 + 1,00}{2} = \$ 3,00$ promedio	
	1.501,31
	18.015,75
	346,46
	Vas, mensual vta. Anual vta. Semanales

Fuente: Estudio De Mercado
 Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis

Para el estudio de factibilidad es importante determinar la cantidad de bienes que produce la microempresa para ofrecen al mercado. (Urbina, 2013, pág. s/n) Menciona que “La oferta se entiende como la cantidad de bienes y servicios que una organización está dispuesta a vender a un determinado precio del mercado, dados unos precios de insumo y una tecnología.”

3.2.1. Oferta histórica

La oferta histórica es la cantidad de bienes o servicios ofrecido por las empresas oferentes al mercado en años anteriores.

3.2.2. Oferta Actual

La oferta actual se refiere a la cantidad de bienes o servicio ofrecida por los oferentes al mercado en el periodo actual.

Para determinar la oferta actual del proyecto, se tomó en cuenta los datos que se obtuvieron de las encuestas realizadas en el sector el mariscal.

Tabla 21 Oferta Actual

Oferta Actual			
Año	Demanda Proyectada	Aceptacion de la competencia (%)	Oferta proyectada
2016	\$ 18.934,55	0,7500	\$ 14.200,91

Fuente Inec

Elaborado Por: Mónica Juna

Una vez determinada la demanda proyectada se va a proceder a multiplicar por el porcentaje del nivel de aceptación de la encuesta basada en la pregunta # 6.

3.2.3 Oferta proyectada

La oferta proyectada es la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen al mercado en los próximos años. Para la oferta proyectada se utiliza la pregunta referente a la competencia el cual fue del 40.01% que están de acuerdo con la implementación del producto al mercado.

Tabla 22 OFERTA PROYECTADA.

Proyeccion de la Oferta			
Año	Demanda Proyectada	Aceptacion de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2017	\$ 19.900,22	0,7500	14.925,16
2018	\$ 20.915,13	0,7500	15.686,34
2019	\$ 21.981,80	0,7500	16.486,35
2020	\$ 23.102,87	0,7500	17.327,15
2021	\$ 24.281,12	0,7500	18.210,84

Fuente Estudio De Mercado
Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis

Para realizar la proyección de la oferta se debe tener los datos de la demanda proyectada de los 5 años y esos valores se deben multiplicar por el porcentaje máximo de la pregunta de aceptación del proyecto con esto se puede obtener la oferta proyectada.

3.3 Demanda

Según (San Martín, 2008) menciona que: “La demanda es el volumen total en unidades físicas y monetarias que puede adquirir un grupo de compradores en un lugar y periodo de tiempos concreto, bajo unas condiciones del entorno y un esfuerzo comercial determinado.” Esto se determina mediante el estudio de la demanda.

3.3.1 Demanda histórica

Demanda histórica es la cantidad de bienes o servicios que el mercado requirió en años anteriores.

3.3.2 Demanda actual

Demanda actual se refiere a la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere en el periodo actual.

Para determinar la demanda actual se tomó los siguientes datos:

Tabla 23 Demanda Actual

Demanda Actual			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2016	\$ 18.015,75	1,051	\$ 18.934,55

Fuente Estudio De Mercado
 Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis

Con los datos obtenidos de la encuesta se procede a realizar los cálculos con el porcentaje de aceptación del servicio la frecuencia con la que adquieres, el precio que están dispuestos a pagar una vez obtenidos estos valores se procede a multiplicar por la tasa de crecimiento poblacional y de esa manera se obtiene la demanda actual.

Demanda proyectada

Tabla 24 Demanda Proyectada

Proyeccion de la Demanda			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2017	\$ 6.901.286,40	1,051	\$ 7.253.252,01
2018	\$ 7.253.252,01	1,051	\$ 7.623.167,86
2019	\$ 7.623.167,86	1,051	\$ 8.011.949,42
2020	\$ 8.011.949,42	1,051	\$ 8.420.558,84
2021	\$ 8.420.558,84	1,051	\$ 8.850.007,34

Fuente Estudio De Mercado
 Elaborado Por; Mónica Juna

Análisis

Una vez determinada la demanda proyectada se debe multiplicar los valores obtenidos de las encuesta por la tasa de crecimiento de la población por los 5 años de proyección de esta manera se sabe que actualmente y en el futuro se obtenido una demanda muy alta de servicios y esto representa una oportunidad para la ejecución del proyecto.

3.3.4 Balance oferta – demanda

Es mantener un equilibrio entre la oferta y la demanda depende del servicio que se ofrece, si la demanda es mayor a la oferta se tendrá como resultado una demanda insatisfecha lo cual da entender que no ha logrado acceder al servicio.

3.3.5 Balance actual

Utiliza la información proporcionada por la encuesta realizada en el sector la mariscal desglosada por las preguntas más sobresalientes sobre la necesidad del mercado al que se va ingresar.

Tabla 25 BALANCE ACTUAL

BALANCE ACTUAL			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2016	18934,55325	14200,91494	4733,638313

Fuente: Estudio De Mercado
Elaborado Por: Mónica Juna

3.3.6 Balance proyectado

Se pretende establecer aquella población inconforme con los servicios ofertados en este caso se requiere de los años determinados para la proyección de siguiente proyecto, valores obtenidos en la demanda proyectada a igual manera de la oferta proyectada.

Tabla 26 Balance Proyectado

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2017	19.900,22	14.925,16	4.975,05
2018	20.915,13	15.686,34	5.228,78
2019	21.981,80	16.486,35	5.495,45
2020	23.102,87	17.327,15	5.775,72
2021	24.281,12	18.210,84	6.070,28

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis

Esta demanda insatisfecha se la debe direccionar y aprovechar de manera correcta oportuna ya que al no tomar en cuenta con el grado de importancia que representa esta puede convertirse en un alto riesgo a futuro de la empresa.

CAPÍTULO IV

4 Estudio Técnico

El Estudio Técnico del proyecto tiene como propósito analizar la localización de la empresa, realizando una ingeniería de los servicios, comercialización de materiales de oficina en el norte del Distrito Metropolitano De Quito.

Mediante el estudio se pretende resolver las interrogantes referentes a dónde, cómo, cuándo, cuánto y con qué producir el servicio lo que se desea, comprende la operatividad y funcionamiento del proyecto. (velarde, 2013, pág. s/n)

4.1 Tamaño del proyecto

Según (miranda, 2012, pág. s/n) menciona que “El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto”

Es importante definir el tamaño del proyecto, esto ayudará a tener una estimación en cuanto a las inversiones, costos y cálculo de la rentabilidad.

4.1.1 Capacidad Instalada

La capacidad instalada se expresa en número de unidades de producción por año, según (miracda, 2011, pág. s/n) mencionó que: “Es la capacidad máxima disponible permanentemente”

La capacidad instalada es el lugar donde se va situar el cual tiene que estar en una ubicación que sea adecuado para la instalación del proyecto el mismo que

cuenta con diversas áreas, para el desenvolvimiento de las actividades de la empresa.

El proyecto tiene una capacidad de 62m² y está dividida en las siguientes áreas:

Tabla 27 Distribución de la planta

Distribución del área	
Área	Medida
Administrativo	2.5m*2m=5.0m ²
Servicio	4m*2m=8,0m ²
Operativa	7m*3m=21m ²
Bodega	3m*3.5m=9,0m ²
Baño	(1,5m*1,5m)*2=4,5m ²

Fuente: estudio de mercado

Elaborado por: Mónica Juna

El cual va contar con diversas áreas entre ellas tenemos una distribución como en el ámbito administrativo cuenta 5.0m² que va contar con el proceso financiero de la empresa, seguido se obtendrá el área de servicios que es de 8m² este departamento es muy indispensable ya que es el campo donde se realizará el servicio de copias al cliente, contando también en el área operativa que es 21m² es el campo donde estarán instaladas las maquinas, también se cuenta con una bodega que mide 9.0m² este área va ser específicamente para el almacenamiento de materia prima y materiales de servicios por último se obtiene un baño con las medidas 4.5m² para los clientes internos y externos .

Capacidad óptima

La capacidad óptima de la empresa está dada por los departamentos que lo conforman, la misma que cuenta con un área total de 60m², sin contar con el garaje.

Área administrativa.

En esta contamos para lo que es la parte contable –financiera de la microempresa de servicios el cual tendrá un archivador, computador, y un escritorio. Tiene capacidad para el ingreso de las maquinarias de copiado como para la clientela para producir instantáneamente las copias requeridas por el cliente.

Área de ventas.

Esta área va contar con una persona de atención al cliente contará con un escritorio, caja registradora.

Área operativa.

Espacio donde estará ubicada la materia prima, como también accesorios de oficina.

Área de bodega.

Esta área es principalmente para recibir mercadería correspondiente al servicio que se está prestando y parte de la materia prima.

Área de servicios higiénicos.

Aquí hay dos el uno es para los cliente y el otro es precisamente para el personal los dos se mantienen dentro de un solo sitio.

4.2 Localización

La localización es el punto demo geográfico donde se va a ubicar la microempresa de servicios, esto ayuda a uno de los aspectos fundamentales para lograr una rentabilidad exitosa, para lograr tener una buena localización se debe

analizar el lugar donde se va implantar la empresa el cual tiene que ser específico para el giro.

4.2.1 Macro Localización

Es la zona precisa donde se instalara la empresa o negocio con un estudio de localización el cual tiene el propósito de encontrar la ubicación más ventajosa determinando indicadores socioeconómicos más relevantes cubriendo las exigencias del presente proyecto minimizando costos de inversión y gastos.

Tabla 28 Macro localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Ciudad	Quito
Parroquia	La mariscal
Dirección	Av. Patria y 9 de octubre

Fuente: estudio de mercado

Elaborado por: Mónica Juna



Figura 44 Macro localización

Fuente: Google Maps

Elaborado Por: Mónica Juna

Los factores que prevalecen en la macro localización es la comunicación y transporte, disponibilidad, también que facilite tener a la mano donde ubicar en lo que es de mano de obra, materia prima y servicios básicos.

Comunicación y transporte: hay gran la facilidad ya en cuenta con vías de acceso, disponibilidad de transporte para el ingreso y salida de materia prima, mano de obra y clientes es uno de los factores más importantes ya que la ubicación depende del crecimiento de la microempresa.

Disponibilidad de la Materia Prima: dentro de la Parroquia la mariscal; se puede encontrar proveedores que distribuyan en cuanto a materiales y materia prima indispensable, que cuenta con gran facilidad de obtener.

Mano de Obra: Se contara con un personal capacitado, eficiente para servicio al cliente, contamos con personas interesadas en formar parte del proyecto, qué busca generar fuentes de empleo y sobre todo un ambiente laboral agradable, con sueldo digno y condiciones estables.

Disponibilidad de Servicios Básicos: el sector la mariscal cuenta con todos los servicios básicos como con luz eléctrica, agua potable, servicios de telefonía e internet fijo,

4.2.2 Micro Localización

La micro localización identifica de manera precisa donde se realizará el proyecto, determinando las medidas del terreno, la dirección, vías de acceso, entre otros. También se define las condiciones naturales del terreno para conocer si se tiene una ventaja o desventaja.

El estudio de factibilidad se desarrollará al Norte de Quito en el sector la mariscal, en la Av. Patria y 9 de Octubre frente a la fiscalía general de pichincha y fiscalía de flagrancia él cual cuenta con espacios amplios para instalar la microempresa.

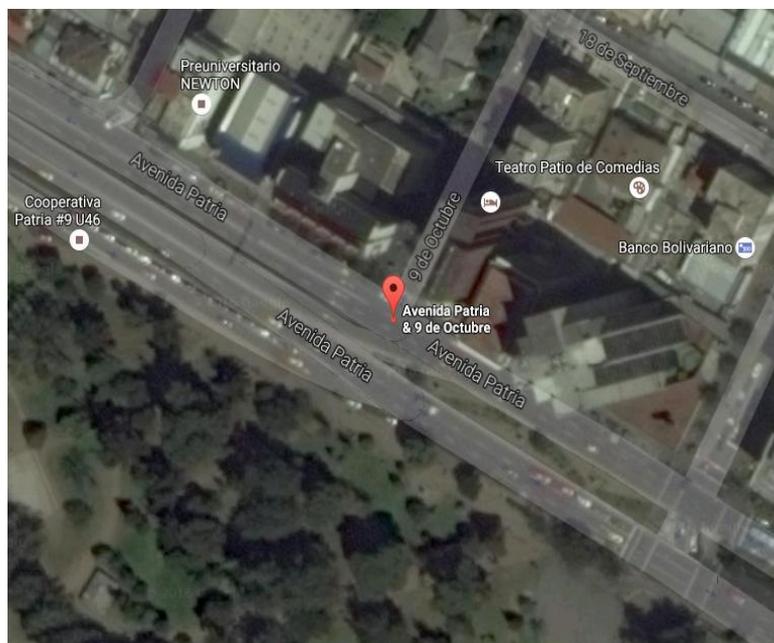


Figura 45 Micro localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Mónica Juna

4.2.3 Localización Óptima

La localización óptima es el lugar exacto y adecuado para instalar la Microempresa, la localización debe contribuir a la rentabilidad, que genere una mayor productividad con un costo más bajo.

También conlleva a una organización ordenada el cual se generaría con la factibilidad del proyecto que se puede identificar el éxito o el fracaso desdicha empresa.



Figura 46 Localización Óptima

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Mónica Juna

Análisis

De acuerdo con la localización óptima del presente proyecto cuenta con algunos factores necesarios tal como se da a conocer que el sitio donde se va ubicar la empresa de servicios se encuentra en una mejor ubicación y tiene disponible todos los servicios a mayor cercanía

4.2.3.1 Método de puntajes ponderados

Realiza un análisis cuantitativo en el que se va a ver diferencias entre alternativas para determinar la localización válida el cual hoy en día no es buscar localización óptima sino varias localización aceptable .

Ingeniería del servicio

El crecimiento de la Ingeniería de Servicios se relaciona con el mayor crecimiento de la economía de servicios y la necesidad de innovación en el sector. Como consecuencia, existe una gran demanda de investigación, educación y entrenamiento en esta disciplina.

La creciente competitividad en el sector obliga a los proveedores de servicios a mantenerse a la vanguardia en la carrera para cumplir las necesidades y requerimientos del mercado, para así poder ofrecer los servicios más innovadores.

Las empresas de servicios, determina el proceso de innovación de los mismos resulta difícil de comprender. Esta falta de comprensión conduce a que aun cuando muchas compañías incrementan o hacen mejoras en su portafolio de servicios, muy pocas logran desarrollar servicios innovadores que satisfagan las cambiantes necesidades del mercado actual o, aún mejor, servicios que tengan éxito desarrollando nuevos mercados. (Coss Bu, 2005, pág. s/n)

4.3.2 Distribución de la Planta.

Según (velarde, 2013, pág. s/n) indicó que: “La distribución en la planta consiste en la ordenación física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa”

La distribución de la empresa para el estudio de factibilidad se realizara de acuerdo a claves para y así poder sí tener un orden, los cuales permitirán ubicar cada área en relación a la importancia que tenga una de otra.

Tabla 29 Códigos De Cercanía

Código	
A	Absolutamente necesario que este cerca.
E	Especialmente necesario que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía indeseable

Fuente: Baca Urbina 2007

Elaborado: Mónica Juna

Tabla 30 Razones De Cercanía

Código	Descripción
1	Secuencias de procesos
2	Gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: Organización Empresarial



Figura 47 Distribución De La Planta

Fuente: Distribución De La Planta

Esta área estará receptada por todos los que forman parte de la microempresa como gerente administrativo, área de ventas, servicio al cliente como para dar una calidad de servicio , cuenta también con baño y sala de espera para los cliente que esperen el servicio .



Figura 48 Distribución De La Planta

Fuente: Organización Empresarial

Elaborado: Por Mónica Juna



Figura 49 Organigrama

Fuente: Organización Empresarial

Elaborado Por: Mónica Juna

Actividades realizadas en el servicio de copiado

Tabla 31 Servicio de copiado

Actividades realizadas en el servicio de copiado	
Proceso	Actividades
Ingreso de mercadería	Recibir mercadería
Verificación de mercadería	Confirmar si está de acuerdo con el pedido realizado
Cancelación de mercadería	Pago según el acuerdo
Separación de mercadería	Ordenamiento según el área de mercadería
Ingreso cliente	Atención cliente
Solicitud del servicio por parte del cliente	Entregar el servicio de acuerdo a la necesidad del cliente
Revisión del servicio obtenido por parte del cliente	Satisfacción del cliente
Cancelación por el servicio	Pago sea contado crédito

FUENTE: Estructura Organizacional

Elaborado Por: Mónica Juna

Tabla 32 De Maquinaria

Tabla De Equipos			
DESCRIPCION	CANTIDA	V/UNITA	V/TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPO			
EQUIPOS DE OFICINA			
Sumadora Casio	1	120,00	120,00
Teléfonos Panasonic			-
TOTAL	1	120,00	120,00
EQUIPO DE COMPUTACION			
Computadora Samsung - Core 13	2	550,00	1.100,00
copiadoras	2	7.000,00	14.000,00
gigantografias	1	2.550,00	2.550,00
empastadora	1	150,00	150,00
anilladora	1	150,00	150,00
Impresora EPSON L555	2	200,00	400,00
TOTAL	9	10.600,00	18.350,00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	1	180,00	180,00
Silla Tipo Secretaria	2	30,00	60,00
Sillones de espera	2	75,00	150,00
TOTAL	5	285,00	390,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO	15	11005,00	18860,00

Fuente Estudio Financiero

Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis

Los activos que anunciamos son necesarios que se utilizara para dar inicio a las actividades de la microempresa de copias el cual son indispensables para realizar el servicio de la mejor manera, brindando servicios de calidad a los clientes con el fin de cumplir todas las necesidades.

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

Es el análisis de la capacidad de una empresa para ser rentable, viable en el tiempo, este estudio financiero es la evaluación de un proyecto de inversión con el que se analiza un buen emprendimiento, para realizar el siguiente proyecto se tomara en cuenta información como la estimulación de ventas futuras, costos, inversiones, con eso se realiza el estudio de mercadeo.

5.1 Ingresos operacionales y no operacionales

Según (Guzman Vasquez, Guzman Vasquez, & Romero Cifuentes, 2005, pág. s/n).Menciona que:

Los gastos operacionales son los costos en los que una compañía incurre como parte de sus actividades regulares del negocio, sin incluir los costos de bienes vendidos. Estos gastos incluyen los administrativos, como los suministros de oficina y salarios para el personal administrativo. Las comisiones y publicidad son ejemplos de costos de ventas. También tienes gastos operativos generales, como alquileres y servicios públicos

Algunos gastos de la compañía aparecen por motivos que no implican la operación normal del negocio. Un ejemplo de estos gastos no operacionales es el interés sobre el dinero prestado; estos gastos también incluyen los costos inusuales o

de cuota única. El gasto necesario para la reorganización de una compañía, o para pagar por un proceso de demanda judicial, también son ejemplos de estos gastos.

El estudio de factibilidad para la implementación de la microempresa, los ingresos operacionales corresponderían al servicio de copiado.

La Microempresa contará con el propietario para la elaboración del servicio que se encargara de atención al cliente según la necesidad que obtenga. Y contamos con un gerente y dueño el cual se encargara de llevar toda la documentación de los procesos contables.

Cuando se haya obtenido los ingresos anuales es precede a su proyección en el tiempo de duración del estándar del proyecto que es de 5 años teniendo en cuenta la tasa de crecimiento del sector de servicios.

Tabla 33 Ingresos Anuales

NUMERO DE SERVICIOS PRESTADOS			
DESCRIPCION	SERVICIO		
POBLACIÓN NORTE DE QUITO	8.007,00		
Capacidad de Centro de Copiado	55.000,00	55000%	
Aceptación	75%		
TOTAL DE ACEPTACIÓN	41.195,00		
Frecuencia Diaria	35%	1 ves a la semana	
TOTAL DE CLIENTES	14.418,25		
CLIENTES POTENCIALES % SEMANA			horas año
CLIENTES POTENCIALES SEMANA	14.418	a la semana	2.060 al día
NUMERO DE SEMANAS AÑO	52		
NUMERO DE COPIAS EN EL AÑO	749.736		
PRECIO	0,02		
INGRESOS ANUALES	14.994,72		

Fuente Estudio Financiero
Elaborado Por: Mónica Juna

Análisis

En esto se determina los ingresos anuales para luego proceder a su proyección en el tiempo de duración estándar del proyecto el cual es de 5 años, se realiza tomando en cuenta la tasa de crecimiento del sector.

5.1.2 Costos

Tabla 34 Costo Directo Operativo Según (Baca Urbina, 2006) afirma que: “se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie” (pág. 169)

Costos directos

Según (Trinidad Torres, 2005) menciona que: “Son las erogaciones que hace el contratista por los elementos que intervienen directamente en la ejecución de los conceptos de trabajo del proyecto que se esté considerando.” (pág. 7)

Costos indirectos

Según (Rojas Medina, 2007) explica que: “El costo indirecto es el que no se puede identificar con una actividad determinada.” (pág. 10)

Gastos administrativos

Según (Ruiz Faudon, 2002) menciona que: “Es el gasto de administrar y controlar un negocio, lo que incluye los honorarios de los administradores, sueldos, renta de la oficina, etc.” (pág. 176)

Tabla 34 gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Sueldo Personal Administración			530,52	5.990,21
Suministros de Oficina	5	2,25	11,25	135,00
Arriendos	1	300,00	300,00	3.600,00
Suministros de Limpieza	1	65,00	65,00	780,00
Agua Potable	1	15,00	15,00	180,00
Luz Electrica	1	30,00	30,00	360,00
Teléfono	1	7,20	7,20	86,40
Internet	1	20,00	20,00	240,00
Honorarios Profesionales (Contador)	1	120,00	120,00	1.440,00
TOTAL		559,45	1.098,97	12.811,61

Gastos del Personal

Tabla 35 Gastos del Personal

ROL DE PAGOS DE ADMINISTRACIÓN								
	Sueldo Mensual	Aporte Patronal IESS 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Valor Mensual	Valor Anual
Gerente Propietario	376,00	45,68	31,33	30,50	15,67	31,33	530,52	6.366,21
Contador Externo	0,00	0,00	0,00	30,50	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL SUELDO	376,00	45,68	31,33	61,00	15,67	31,33	530,52	6.366,21

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

Material de Aseo y Limpieza

Tabla 36 Material de Aseo y Limpieza

Material de aseo y limpieza			
Descripcion	Cant anual	Costo Unitario	Costo Anual
Escoba	12	2,00	24,00
Recogedor	6	1,00	6,00
Trapeador	8	2,00	16,00
Desinfectante	12	6,00	72,00
Cloro	12	5,00	60,00
Desinfectante	12	3,00	36,00
TOTAL		19,00	214,00
			17,83

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

Suministros de Oficina

Tabla 37 Suministros de Oficina

Suministros de Oficina

Descripcion	Cant anual	Costo Unitario	Costo Anual
Lápices	6	0,25	1,50
Bolígrafos	6	0,30	1,80
Grapas	5	1,00	5,00
Clips	5	1,00	5,00
Carpetas	25	0,20	5,00
Grapadoras	2	4,25	8,50
Perforadora	2	4,75	9,50

Archivadores	1	3,20	3,20
TOTAL		14,95	39,50

3,291666667

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Mónica Juna

Costos de ventas

Según (financiera, 2014, pág. 20) menciona que “El costo de ventas es el gasto o el costo de producir de todos los artículos vendidos durante un período contable. Cada unidad vendida tiene un costo de ventas o costo de los bienes vendidos”.

Tabla 38 Costos de ventas

GASTOS DE VENTAS				
Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Redes Sociales FAN PAGE	1	30,00	30,00	360,00
Impresos - Flyers	25	0,02	0,50	6,00
Articulos Promocionales	25	0,10	2,50	30,00
TOTAL			33,00	396,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Mónica Juna

Costos financieros

Según (Cuevas, 2004) explica que: “Se entiende por gastos financieros todas aquellas comisiones e intereses cobrados por los bancos o cualquier otra entidad por utilizar su dinero prestado o servicios de tipo financiero.” (pág. 155)

Tabla 39 proyección de Costos y Gastos

proyeccion de costos operativos							
Descripcion	Año Actual	Inflación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		3,66%					
Personal Operativo	0,00	1,0366	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SERVICIOS BASICOS	375,60	1,0366	389,35	403,60	418,37	433,68	449,55
TOTAL	0,00		389,35	403,60	418,37	433,68	449,55

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

Tabla 350 Proyección de Gastos Administrativos

proyeccion gastos administrativos							
Descripcion	Año Actual	Proyección Inflación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos del Personal	5990,21	1,0366	6209,45	6436,72	6672,30	6916,51	7169,65
Materiales de Limpieza	17,83	1,0366	18,49	19,16	19,86	20,59	21,34
Suministros de Oficina	3,29	1,0366	3,41	3,54	3,67	3,80	3,94
Otros Gastos Administrativos	546,95	1,0366	566,97	587,72	609,23	631,53	654,64
TOTAL	6.558,28		6.798,32	7.047,13	7.305,06	7.572,42	7.849,58

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

Tabla 361 Proyección de Gastos de Ventas

proyeccion gastos ventas							
Descripcion	Año Actual	Inflación 3,66%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Ventas	396,00	1,0366	410,49	425,52	441,09	457,24	473,97
TOTAL	396,00		410,49	425,52	441,09	457,24	473,97

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

Costos fijos

Según (Rojas Medina, 2007) dice que: “son aquellos que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de producción.” (pág. 11)

Costos variables

Según (Urbina, 2013, pág. 50) “Son los únicos costos en que se incurre de manera directa en la fabricación de un producto”.

Tabla 372 Costos Fijos y Variables

costos fijos y variables							
Descripción	Año Actual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Costos Fijos							
Depreciación	474,95	474,95	474,95	474,95	474,95	474,95	474,95
Sueldos Administrativos	5990,21	6209,45	6436,72	6672,30	6916,51	7169,65	7169,65
Materiales de Limpieza	17,83	18,49	19,16	19,86	20,59	21,34	21,34
Otros Gastos Administrativos	546,95	566,97	587,72	609,23	631,53	654,64	654,64
TOTAL COSTOS FIJOS	7.029,94	7.269,85	7.518,54	7.776,34	8.043,57	8.320,58	8.320,58
Costos Variables							
Personal Operativo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Servicios Básicos	375,60	389,35	403,60	418,37	433,68	449,55	449,55
Suministros de Oficina	3,29	3,41	3,54	3,67	3,80	3,94	3,94
Gastos de Ventas	396,00	410,49	425,52	441,09	457,24	473,97	473,97
TOTAL COSTOS FIJOS	774,89	0,00	803,25	832,65	863,13	894,72	927,46
TOTAL COSTOS ANUALES	7.804,83	0,00	8.073,10	8.351,20	8.639,47	8.938,29	9.248,05

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

5.3 Inversiones

Según (García Parra & Jorda Lloret, 2004) menciona que: “Es el proceso por el cual un sujeto decide vincular unos recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios.” (pág. 169)

Tabla 383 INVERSIONES

Cuadro de Inversiones			
Concepto	Uso de Fondos	Recursos Propios	Recursos Financieros
			800 res mas
Inversiones en Activos Fijos			2.120,00
Equipo de Computación	1.214,00	100,00	1.114,00
Equipo de Oficina	212,80	50,00	162,80
Muebles y Enseres	490,00		490,00
Total de Activos Fijos	1.916,80	150,00	1.766,80
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	180,00	50,00	130,00
Estudio de Factibilidad	800,00	800,00	
Total de Activos Diferidos	980,00	850,00	130,00
Capital de Trabajo			
Gastos Administrativos	1.089,97	180,00	909,97
Gastos de Ventas	33,00	33,00	
Gastos Financieros	99,00	99,00	
Total Capital de Trabajo	1.221,97	312,00	909,97
Total de Inversión	4.118,77	1.312,00	2.806,77
Participación	100%	32%	68%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

Análisis

La inversión total será de 4.118,77 de los cuales el 32% provendrá de los recursos propios, mientras que el 68% será financiado a través de un préstamo bancario. Esto nos indica que la inversión que tiene la empresa es un porcentaje bajo, lo que prevalece aquí es el porcentaje del préstamo es un poco arriesgado en cuanto, porque con el tiempo se puede generar problemas financieros.

Inversión fija

Según (la nueva economía , 2013) Son aquellos desembolsos de dinero que se efectúa para la adquisición de determinados activos, que van a servir para el normal funcionamiento de la planta.

Activos fijos

Según (Guzman Vasquez, Guzman Vasquez, & Romero Cifuentes, 2005) explica que: “Son bienes y derechos de la empresa con carácter de permanencia y están relacionados con el objeto social del negocio.” (pág. 68)

Tabla 44 activos fijos

Cuadro de Inversiones	
Concepto	Valor
Inversiones en Activos Fijos	
Equipo de Computación	1.214,00
Equipo de Oficina	212,80
Muebles y Enseres	490,00
Total	1916,80

Activos nominales

Según (Cardozo Cuenca, 2006) menciona que: "Corresponde a los desembolsos efectuados por la entidad, en las etapas de organización, explotación, construcción, instalación y los bienes y servicios recibidos de los cuales se espera obtener beneficios económicos futuros." (pág. 186)

Tabla 45 activos nominales

activos nominales	
Activos Diferidos	Valor
Gasto de Constitución	180,00
Estudio de Factibilidad	800,00
Total de Activos Diferidos	980,00

Capital de Trabajo

Según (Guzman Castro, 2000) menciona que: "el capital de trabajo en un proyecto se refiere a la inversión inicial, en actividades y materiales que se requieren para atender las actividades de producción y distribución." (pág. 35)

Tabla 46 capital trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
Descripcion	1 Mes	1 Mes	1 Mes	TOTAL
CAPITA TRAJO GASTOS DE ADMINISTRACION	1.089,97	1.089,97	1.089,97	3.269,90
CAPITAL TRABAJO GASTOS DE VENTAS	33,00	33,00	33,00	99,00
CAPITAL DE TRABAJO GASTO INTERÉS	18,77	18,05	17,32	54,14
				0,00
				0,00
				0,00
				0,00
TOTAL	1.141,74	1.141,01	1.140,29	3.423,04

Descripción	1 Mes	1 Mes	1 Mes	Total
Gastos Administración	3659,91	3659,91	3659,91	10979,73
Gasto Ventas	360,00	360,00	360,00	1080,00
Gasto Interés	159,57	153,41	147,22	460,20
Total	4179,48	4173,32	4167,13	12519,93

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

5.3.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Según (Coss Bu, 2005) explica que: “seleccionar la fuente de financiamiento más adecuada debe ser resuelto independientemente de la utilización que se le vaya a dar a los fondos obtenidos, y se debe basar en los méritos de cada fuente.” (pág. 229)

5.3.4 Amortización de Financiamiento

La amortización es exactamente es la recuperación de la inversión realizada anualmente el cual se aplica para los activos fijos, diferidos o intangibles. Nos da a conocer la cantidad de dinero que se ha recuperado en la inversión inicial con el pasar de los años.

Amortización de préstamo

Tabla 39 Amortización de préstamo

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Inversion	:	100%	4.118,77				
Cap. Propio	:	32%	1.312,00				
Financiamiento	:	68%	2.806,77				
Plazo	:		24	MESES			
Interes	:		16,05%	0,67%			
Pagos	:		MENSUAL				

Periodo	Saldo	Interes	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto		
0	2.806,77	0,00	0,00	0,00	2.806,77		
1	2.806,77	18,77	126,97	108,20	2.698,56		
2	2.698,56	18,05	126,97	108,93	2.589,64		
3	2.589,64	17,32	126,97	109,66	2.479,98		
4	2.479,98	16,58	126,97	110,39	2.369,59		
5	2.369,59	15,85	126,97	111,13	2.258,46		
6	2.258,46	15,10	126,97	111,87	2.146,59		
7	2.146,59	14,36	126,97	112,62	2.033,97		
8	2.033,97	13,60	126,97	113,37	1.920,60		
9	1.920,60	12,84	126,97	114,13	1.806,47		
10	1.806,47	12,08	126,97	114,89	1.691,57		
11	1.691,57	11,31	126,97	115,66	1.575,91		
12	1.575,91	10,54	126,97	116,44	1.459,48	1.523,69	176,40
13	1.459,48	9,76	126,97	117,21	1.342,26	1.523,69	64,22
14	1.342,26	8,98	126,97	118,00	1.224,26		
15	1.224,26	8,19	126,97	118,79	1.105,48		
16	1.105,48	7,39	126,97	119,58	985,90		
17	985,90	6,59	126,97	120,38	865,51		
18	865,51	5,79	126,97	121,19	744,33		
19	744,33	4,98	126,97	122,00	622,33		
20	622,33	4,16	126,97	122,81	499,52		
21	499,52	3,34	126,97	123,63	375,88		
22	375,88	2,51	126,97	124,46	251,42		
23	251,42	1,68	126,97	125,29	126,13		
24	126,13	0,84	126,97	126,13	0,00		

$$a = \frac{Cr(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

C	r		
2806,767333	0,0066875	1,173470631	
1,173470631	1		
22,02634478	126,9744896		
0,173470631			

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

Depreciaciones

Según (Coss Bu, 2005) menciona que: “El costo de un activo deberá ser distribuido adecuadamente en los periodos contables en los que el activo será utilizado por la empresa.” (pág. 91)

Tabla 40 Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de Oficina	212,80	10	21,28	21,28	21,28	21,28	21,28
Equipos de Computación	1.214,00	3	404,67	404,67	404,67	404,67	404,67
Muebles y Enseres	490,00	10	49,00	49,00	49,00	49,00	49,00
TOTAL			474,95	474,95	474,95	474,95	474,95
			474,95	949,89	1.424,84	1.899,79	2.374,73

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

5.3.6 Estado de Situación Inicial

Según (Guerra Espinal & Aguilar Valdez, 2002) menciona que: “Refleja la ecuación patrimonial que es un estado de cuentas que forma la base del proceso contable, muestra la relación entre los bienes que la empresa posee, las deudas y las obligaciones.” (pág. 80)

Tabla 41 Estado de Situación Inicial

IMPULSAR AL SECTOR DE SERVICIOS MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE COPIADO QUE PERMITA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016

Empresa "COLOR COPIES"		
Estado de Situación Inicial		
al 31 de diciembre del 2016		
Activos		
Activo Corriente		1.221,97
Bancos	1.221,97	
Activo no Corriente		2.716,80
Equipo de Computación	1.214,00	
Equipo de Oficina	212,80	
Muebles y Enseres	490,00	
Estudio de Factibilidad	800,00	
Otros Activos		180,00
Gastos de Constitución	180,00	
Total Activos		4.118,77
Pasivos		
Pasivos no Corrientes		2.806,77
Prestamo Bancario por pagar	2.806,77	
Patrimonio		1.312,00
Capital	1.312,00	
Total Pasivo mas Patrimonio		4.118,77

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna |

5.3.7 Estado de resultados proyectado

Según (Finnerty & Stowe, 2000) menciona que: “Consigna los ingresos, gastos y utilidades de una compañía durante un intervalo de tiempo específico, por lo regular un año o un trimestre.” (pág. 80)

Tabla 42 Estado de resultados proyectado

Empresa "COLOR COPIES" Estado de Resultados Proyectado al 31 de diciembre del 2016						
	PIB Sectorial de Otros Servicios	3,39%				
	Porcentaje de Inflación	1,59%				
Descripción	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Descripción						
	Servicios Prestados	14.994,72	15.503,04	16.028,59	16.571,96	17.133,75
	(- Gastos Operacionales	13.384,01	13.596,82	13.630,95	13.847,68	14.067,86
	Gastos Administrativos	12.811,61	13.015,31	13.222,26	13.432,49	13.646,07
	Gastos de Ventas	396,00	402,30	408,69	415,19	421,79
	Gastos Financieras	176,40	179,21	0,00	0,00	0,00
	(= Utilidad Operacional	1.610,71	1.906,22	2.397,65	2.724,28	3.065,89
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	(= Utilidad Antes de Participacion Emp	1.610,71	1.906,22	2.397,65	2.724,28	3.065,89
	(- 15 % Participacion Laboral	241,61	285,93	359,65	408,64	459,88
	(= Utilidad Antes de Impuesto Renta	1.369,10	1.620,29	2.038,00	2.315,64	2.606,01
	(- Impuesto a la Renta PNOC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	(= Utilidad Neta	1.369,10	1.620,29	2.038,00	2.315,64	2.606,01

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

Flujo De Caja

Según (Guerra Espinal & Aguilar Valdez, 2002) dice que: “Proporciona un buen indicador para el periodo en que se prepare dentro del año, e indica el comportamiento actual de la empresa en término de su generación de ingresos y requerimientos de gasto.” (pág. 84)

Tabla 43 flujo de caja

Empresa "COLOR COPIES"						
Estado de Resultados Proyectado						
al 31 de diciembre del 2016						
Descripción	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PIB Sectorial de Otros Servicios		3,39%				
Porcentaje de Inflación		1,59%				
Descripción						
Servicios Prestados		14.994,72	15.503,04	16.028,59	16.571,96	17.133,75
(- Gastos Operacionales		13.384,01	13.596,82	13.630,95	13.847,68	14.067,86
Gastos Administrativos		12.811,61	13.015,31	13.222,26	13.432,49	13.646,07
Gastos de Ventas		396,00	402,30	408,69	415,19	421,79
Gastos Financieras		176,40	179,21	0,00	0,00	0,00
(= Utilidad Operacional		1.610,71	1.906,22	2.397,65	2.724,28	3.065,89
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(= Utilidad Antes de Participacion Emp		1.610,71	1.906,22	2.397,65	2.724,28	3.065,89
(- 15 % Participacion Laboral		241,61	285,93	359,65	408,64	459,88
(= Utilidad Antes de Impuesto Renta		1.369,10	1.620,29	2.038,00	2.315,64	2.606,01
(- Impuesto a la Renta PNOC		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(= Utilidad Neta		1.369,10	1.620,29	2.038,00	2.315,64	2.606,01
(+ Depreciaciones		474,95	474,95	474,95	474,95	474,95
(= Exedente Operacional		1.844,05	2.095,24	2.512,95	2.790,59	3.080,96
(-) Amortizacion del Diferido		190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
(-) Amortizacion de la Deuda		0,00	0,00			
(-) Compra de Activo Fijo						
(-) Inversion Inicial	4.118,77					
(-) Capital de Trabajo	1.221,97					
Deuda	2.806,77					
(= Flujo de Caja del Perio	1.312,00	1.654,05	1.905,24	2.322,95	2.600,59	2.890,96
INDICADORES DE RENTABILIDAD						
MARGEN OPERACIONAL		10,74%	12,30%	14,96%	16,44%	17,89%
MARGEN NETO		12,30%	13,52%	15,68%	16,84%	17,98%
Firma del GERENTE		Firma CONTADOR				

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Mónica Juna

IMPULSAR AL SECTOR DE SERVICIOS MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE COPIADO QUE PERMITA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016

5.4 Evaluación

La evaluación económica es la parte fundamental y parte final de todo el estudio de factibilidad de un proyecto, el que va a dar a conocer si hay dificultades, el cual se sabrá si existe un mercado potencial activo que determina el lugar óptimo y el tamaño adecuado para el proyecto.

Tasa de Descuento

TMAR (Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento)

Según (Guevara, Proyectos, 2015) Menciona que: "Al referirse a la Tasa de Descuento asegura que ésta es la suma de la tasa activa del sector empresarial o del sector comercial pymes, más la tasa pasiva, que publica el Banco Central del Ecuador." (pág. 85)

Tabla 53. Tasa De Descuento

TMAR o Tasa de Descuento				TMAR o Tasa de Descuento	
				Concepto	Porcentaje
Tasa Activa	9,50 %	0,095		Tasa Activa	11,83%
(+) Tasa Pasiva	4,72 %	0,0472		(+) Tasa Pasiva	4,72%
TMAR	14,22 %			TMAR	16,55%
				TMAR	0,1655%
					0,1408
TMAR =	0,1467				
TMAR =	14,67%				
		0,146684			

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

5.4.2 Valor Actual Neto (VAN)

Según (Baca Urbina, 2006) menciona que: “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (pág. 221)

Tabla 44 Valor Actual Neto

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	-4.118,77				-2.214,00	1.089,40
Excedente Operacional		1.844,05	2.095,24	2.512,95	2.790,59	3.080,96
FLUJOS DE EFECTIVO	-4.118,77	1.844,05	2.095,24	298,95	2.790,59	4.170,36

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 =	-4.118,77	+	$\frac{1.844,05}{1,146684}$	+	$\frac{2.095,24}{1,314884196}$	+	$\frac{298,95}{1,507756669}$	+	$\frac{2.790,59}{1,728920449}$	+	$\frac{4.170,36}{1,982525416}$
VAN =	-4.118,77	+	1.608,16	+	1.593,48	+	198,27	+	1.614,06	+	2.103,56
VAN =	-4.118,77	+	7.117,53								
VAN =	2.998,76										

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica juna

Análisis

Con los datos realizados de la tabla anterior se conoce que el valor actual neto para el presente proyecto se de 2, 998,26. De acuerdo al VAN y los resultados obtenidos es mayor que uno el proyecto es viable, en esta situación el proyecto es viable.

5.4.3 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Según (Coss Bu, 2005) menciona que: “Es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado. Está definido como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro, o el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egresos.” (pág. 73)

Tabla 45 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

TMAR	0,1467
VAPE	7.117,53
VAN	2.998,76
TIR	38,43%
TIR	
INVERSION	-4.118,77
AÑO 2017	1.844,05
AÑO 2018	2.095,24
AÑO 2019	298,95
AÑO 2020	2.790,59
AÑO 2021	4.170,36
TIR	38,43%

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	-4.118,77			-2.214,00		1.089,40
Excedente Operacional		1.844,05	2.095,24	2.512,95	2.790,59	3.080,96
Flujos de Efectivo	-4.118,77	1.844,05	2.095,24	298,95	2.790,59	4.170,36

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

Análisis

Con los siguientes datos obtenidos menciona que el proyecto tendrá una TIR de 38.43 % de acuerdo a los criterios de decisión, cuando la TIR es mayor que la TMAR el proyecto es rentable.

5.4.4 Período de recuperación de la inversión (PRI)

El período de recuperación de la inversión determina el tiempo en años, meses y días en el que el valor invertido será recuperado.

Tabla 46 Período de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACION

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-4.118,77	-4.118,77	1,00	-4.118,77	-4.118,77
1	1.654,05	-2.464,72	0,87	1.442,46	-2.676,30
2	1.905,24	-559,48	0,76	1.448,98	-1.227,33
3	2.322,95	1.763,46	0,66	1.540,66	313,34
4	2.600,59	4.364,05	0,58	1.504,17	1.817,50
5	2.890,96	7.255,01	0,50	1.458,22	3.275,72

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CONSTANTES

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	2.322,95	-559,48
1 mes	193,58	-365,90
2 mes	193,58	-172,32
3 mes	193,58	21,25
4 mes	193,58	214,83
5 mes	193,58	408,41
6 mes	193,58	601,99
7 mes	193,58	795,57
8 mes	193,58	989,15
9 mes	193,58	1.182,73
10 mes	193,58	1.376,31
11 mes	193,58	1.569,88
12 mes	193,58	1.763,46

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	1.540,66	-1.227,33
1 mes	128,39	-1.098,94
2 mes	128,39	-970,55
3 mes	128,39	-842,16
4 mes	128,39	-713,77
5 mes	128,39	-585,38
6 mes	128,39	-457,00
7 mes	128,39	-328,61
8 mes	128,39	-200,22
9 mes	128,39	-71,83
10 mes	128,39	56,56
11 mes	128,39	184,95
12 mes	128,39	313,34

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 años	2 meses	PRVC
--------------------------	--------	---------	------

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 años	9 meses	PRVA
--------------------------	--------	---------	------

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica juna

Análisis

Realizando el cálculo del PRI se desprende que el mismo se recupera en 2 años 9 meses, el cual es un periodo óptimo para el proyecto.

Relación Costo Beneficio

La relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable, a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación. (enciclopedia de las inversiones , 2014)

Relación Costo Beneficio

Tabla 47 Relación Costo Beneficio

RBC=	INGRESOS ACTUALIZADOS			
	COSTOS ACTUALIZADOS			
Periodos	Ingresos	Ingresos Actualizados	Costos	Costos Actualizados
1	14,994,72	14,994,72	13,384,01	13,384,01
2	15,503,04	15,503,04	13,596,82	13,596,82
3	16,028,59	16,028,59	13,630,95	13,630,95
4	16,571,96	16,571,96	13,847,68	13,847,68
5	17,133,75	17,133,75	14,067,86	14,067,86
		80,232,06		68,527,32
RBC	1,17			

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mónica Juna

Análisis

Una vez realizado los cálculos de RCB determina que tiene una utilidad del 1,17% esto significa que es un indicador óptimo para el proyecto.

5.4.6 Punto de Equilibrio

Según (García Parra & Jorda Lloret, 2004) explica que: “Es aquel nivel de ventas mínimos que cubre los costes variables y de estructura, es decir cuando el beneficio es nulo. Este nivel puede ser medido en unidades monetarias y físicas.” (pág. 124)

5.4.6.1 Punto de equilibrio en dólares

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio}}}$$

5.4.6.2 Punto de equilibrio en unidades

Para obtener las unidades que se debe vender aplicaremos la siguiente fórmula:

Figura 49. Fórmula Del Punto De Equilibrio

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Fuente Estudio Financiero

Figura 50 Punto de equilibrio en dólares

PUNTO DE EQUILIBRIO					
$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$					
Costos Fijos:					
Gastos Administrativos	12.811,61				400
Gastos de Ventas	396,00				133,333333
Gasto Financiero	176,40				
TOTAL COSTO FIJO	13.384,01				
Precio de Venta	0,02				
Costo Variable Unitario	0,00				
P.E. =	$\frac{CF}{p - Cvu}$	=	$\frac{13.384,01}{0,02}$	=	669.201
P.E. =	669.201	X	0,02	=	13.384,01 Ventas
Comprobación					
VENTAS	13.384,01				
Costo Variable	-				
Margen de Contribución	13.384,01				
Costos Fijos	13.384,01				
Utilidad / Pérdida	-				

Fuente: Estudio Financiero

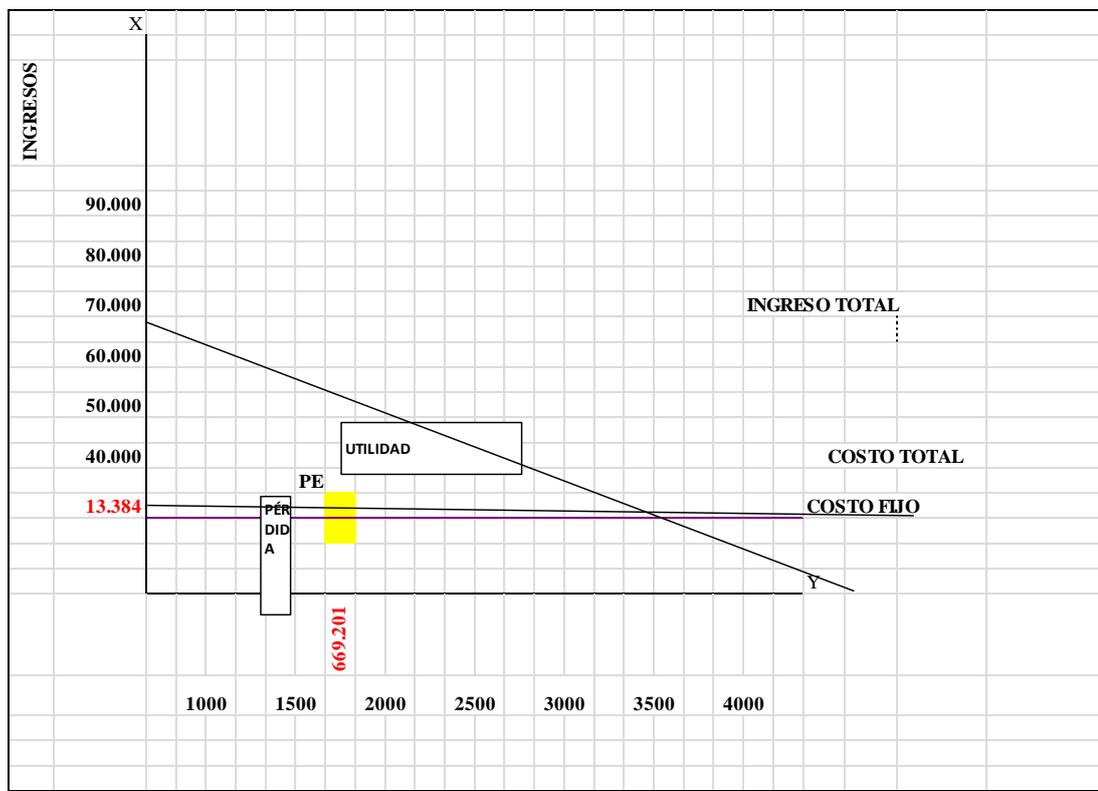
Elaborado por: Mónica Juna

Análisis

Como se puede observar, al multiplicar las unidades por el precio, nos proporciona el valor de las ventas, que al restar de su costo variable, nos da el margen de contribución que es igual a los costos fijos, llegando a establecer el punto de equilibrio.

5.4.6.3 Demostración

Figura 51 Punto de Equilibrio



Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Mónica Juna

5.4.7 Análisis de los índices financieros

Según (Barajas Nova, 2008) menciona que: “Los índices financieros es un método que suministra información sobre cuatro temas principales: la liquidez, el endeudamiento, la eficiencia y la rentabilidad de la empresa.” (pág. 86)

5.4.7.1.1 Razón de endeudamiento

Según (Barajas Nova, 2008) explica que: “Mide la contribución de los acreedores con relación a la contribución de los propietarios para financiar los activos de la compañía.” (pág. 87)

Análisis

El grado de endeudamiento del activo total con deuda es 0.77%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

5.4.7.3 Razón de apalancamiento interno

Según (Guevara, Proyectos, 2015) menciona que: “Representa cuantos dólares han sido aportados al financiamiento de la inversión por parte de los propietarios, por cada dólar tomado de terceros.” (pág. 90)

3 Razón de apalancamiento interno

$$\text{Razón de Apalancamiento Interno} = \frac{\text{Capital Contable Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Razón de apalancamiento interno} = \frac{\text{Capital Contable Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Razón de apalancamiento interno} = \frac{3.623,39}{2.806,77}$$

$$\text{Razón de apalancamiento interno} = 1,29$$

Análisis

Los propietarios han puesto 1,29 dólares lo cual es un indicador estable por que no está ni bajo ni alto.

5.4.7.4 Razones de actividad o gerencia

Según (Guevara, Proyectos, 2015) explica que: “Miden la efectividad de la actividad empresarial. Las razones de actividad a calcular son: rotación del activo fijo, y del activo total.” (pág. 90)

Rotación de activo fijo

Según (Barajas Nova, 2008) menciona que: “Por lo general se puede establecer una relación de equilibrio del volumen de ventas y la inversión en los activos fijos que las producen.” (pág. 90)

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$$

5.4.7.4.2 Rotación de activo total

Mide la relación entre el monto de ingresos y la inversión total, según (Barajas Nova, 2008) explica que: “Si la razón resulta menor al promedio de la industria, se puede decir que la compañía no está produciendo un volumen suficiente de negocios para el tamaño de la inversión realizada.” (pág. 91)

Rotación de activo total

$$\text{Rotación del Activo Total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

5.4.7.5 Razones de rentabilidad

Según (Barajas Nova, 2008) menciona que: “Los principales indicadores de comportamiento de una empresa son los índices de rentabilidad, en ellos se resume la eficiencia de la administración de la empresa.” (pág. 91)

5.4.7.5.1 Margen de utilidad neta

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

5.4.7.5.2 Rendimiento Sobre Activos (ROA)

Según (Briseño Ramirez, 2006) menciona que: “La rentabilidad sobre activos (Return Over Assets) es un indicador que ayuda a determinar si los activos son eficientes para generar utilidad.” (pág. 12)

Rendimiento Sobre Activos (ROA)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Fijos}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{1.369,10}{1.916,80}$$

$$\text{R.O.A} = 0,71$$

Análisis

El rendimiento que obtiene la empresa sobre los activos es del 0,71% lo que significa que el activo genera una excelente rentabilidad.

5.4.7.5.3 Rendimiento Sobre Patrimonio o Capital Contable (ROE)

Rendimiento Sobre Patrimonio o Capital Contable (ROE)

Según (Briseño Ramirez, 2006) indica que: “La rentabilidad sobre el capital (Return Over Equity) es uno de los más importantes indicadores para tomar decisiones y evaluar la rentabilidad de un negocio.” (pág. 13)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$$

$$\text{R.O.E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{R.O.E} = \frac{1.369,10}{1.312,00}$$

$$\text{R.O.E} = 1,04$$

Análisis

La rentabilidad sobre el Capital Contable o Patrimonio es del 1,04 %, lo que quiere decir que el capital contable crecerá considerablemente.

5.4.7.5.4 Rendimiento Sobre la Inversión (ROI)

Este índice mide la rentabilidad obtenida sobre la inversión

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{R.O. I} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{R.O. I} = \frac{1.369,10}{4.118,77}$$

$$\text{R.O. I} = 0,33$$

Análisis

La rentabilidad sobre la inversión es del 0,33%, lo cual indica está dentro de los parámetros establecidos.

CAPÍTULO VI

6.1 Impacto Ambiental

Teniendo en cuenta el impacto ambiental que genera una cadena de papelerías; como lo es el papel, residuos de tintas, baterías de los computadores entre otros, surge la idea de crear este negocio con el cual se pretende ofrecer productos y servicios amigables con el medio ambiente, para el desarrollo de un crecimiento sostenible. Incentivar a la comunidad al uso de nuevas tecnologías, la reutilización del papel y disminución de residuos.

Las consecuencias negativas para el medio ambiente al momento de desarrollar el proyecto será en el uso de papel y desperdicio de papel, ya que el giro de negocio es precisamente de copias de documentos ya que por ende se utiliza cien por ciento el papel, también el uso de papel para el archivo que se da a constar la actividad económica. Otro producto que hace daño al medio ambiente es la utilización de tintas de cartucho por eso en este proyecto tomaremos en cuenta las tintas biodegradables, y así ayudar al medio ambiente

Para evitar el desperdicio de papel se tomara en cuenta que el servicio de copias se realice de una manera estricta sin errores posibles así se colaborara con el medio ambiente.

Las facturaciones se realizara electrónicamente que permita la disminución de papel posible es otro aspecto que se tomara en cuenta.

6.2 Impacto Económico

Al implementar la microempresa en el sector de servicios tendrá un impacto económico, al enfocarse en la producción del servicio de copias.

El cual da satisfacción a una necesidad de los cliente mediante la prestación del servicio de copiado el cual contribuirá a su crecimiento económico y con ello se aportara con el cumplimiento de los objetivos del estado que está enfocado en el cambio de la matriz productiva.

6.3 Impacto Productivo

El impacto productivo se verá en el presente proyecto, reflejado tanto en el sector privado, publico, bancario, comercial y de servicios, debido a que al momento de la prestación del servicio de copiado será de gran apoyo para todos los sectores mencionados incluyendo a todas las personas que tengan una actividad laboral, económica, estudiantil, social.

Ya que se brindará un excelente servicio de calidad a fin de que los clientes, se sientan satisfechos, por ende generar nuevas plazas de empleo, mejorar sus niveles de vida con un poder adquisitivo alto y de esa manera aportar al cambio de la matriz productiva.

6.4 Impacto Social

El impacto social se refiere al cambio a efectuarse en la sociedad debido al servicio que se va a prestar.

El impacto social del proyecto es promover responsable, de igual forma es generar nuevos puestos de empleo para los habitantes del sector en donde se ubicara la microempresa.

El desarrollo del proyecto promoverá el trabajo en equipo, ya que se recibe de conocimientos de todos los integrantes de la empresa. El cual lleguen a cumplir con las expectativas del cliente.

CAPITULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- La implementación de una microempresa de servicios de copiado, ubicada en la Mariscal sector Av. Patria y 9 de octubre va a brindar todo el soporte necesario a pequeñas y medianas empresas con el objetivo de apoyar a su crecimiento y lograr una cultura administrativa.
- Se analiza tanto factores externos como internos que conlleva al momento de del desarrollo del proyecto, determinando que en la actualidad existe un gran apoyo por parte de instituciones financieras del estado para emprendimientos.
- Se realizó un estudio de mercado mediante encuestas las cuales dieron a conocer que actualmente en el sector existe una demanda alta de servicios de copiado, la cual se da como una oportunidad para el presente proyecto.
- Se determina el tamaño, localización, óptimo para la prestación de los servicios, con personal calificado.
- Se determinó que para el desarrollo del proyecto es necesario un monto de inversión de \$ 29,114.98; este monto tendría un período de recuperación de 1 Año, 1 mes ; también se ha determinado el Valor Actual Neto del proyecto, calculado a una tasa del 17.71%, con lo que obtenemos un VAN de \$ 69995,17.. Otro indicador que ha permitido comprobar la factibilidad del proyecto es la Tasa Interna de Rendimiento, la cual es del 102.83%. Y un

indicador muy importante como es el de Relación Costo Beneficio determino que por cada dólar invertido se tendrá una ganancia de \$ 0,20, el cual es óptimo para el desarrollo del proyecto.

- El servicio de copiado tiene una buena expectativa para el crecimiento e incremento del desarrollo empresarial puesto que verían a nuestro servicio como una ayuda oportuna.

7.2 Recomendaciones

- En el desarrollo del estudio de mercado se ha logrado identificar que existe una demanda insatisfecha de servicios de copiado es por ello que se ha determinado que se deberá llevar a cabo la ejecución del proyecto para cubrir ofertando servicios de calidad, rapidez y precio justo.
- Recordar que la implementación de una Empresa que ofrece Servicios de copias no sólo significa una inversión financiera, sino que requiere de una estructura organizacional que estén pendientes de los cambios constantes que se dan ..
- Invertir en programas de capacitación al personal; que les permita, estar actualizados y preparados para prestar el servicios de manera eficiente y con el fiel cumplimiento con el fin de hacer sostenible el proyecto.

Bibliografía

(s.f.).

causas de desempleo . (21 de mayo de 2009). Recuperado el 30 de octubre de 2016, de desempleo : <http://smdi-desempleo.blogspot.com/2009/05/causas-del-desempleo-las-causas-del.html>

marco antonio moderno. (7 de julio de 2010). Recuperado el 6 de noviembre de 2016, de flujo de caja : <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>

seguro riesgo de trabajo . (10 de mayo de 2011). Recuperado el 9 de noviembre de 2016, de activos fijos : <http://www.economiasimple.net/activos-fijos.html>

ingeniería de servicios . (2012). *conceptos de ingeniería* (págs. 12,13,14). medellyn : editores .

tasas de interes . (21 de febrero de 2012). Obtenido de tasas de interes : www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-tasa-inter-s

Generacion Googleinstein en 11:47. (17 de diciembre de 2013). Recuperado el 10 de noviembre de 2016, de depreciaciones: <http://financierosudl.blogspot.com/2009/04/concepto-de-depreciacion.html>

la nueva economia . (18 de enero de 2013). Recuperado el 9 de noviembre de 2016, de inversion fija : <http://lanuevaeconomia.com/inversiones-fijas-y-capital-de-trabajo-de-proyectos-de-inversion.html>

planificacion financiera . (22 de julio de 2013). Recuperado el 5 de noviembre de 2016, de estado de resultados proyectados: El resultado final de los ingresos y costos operativos como las ventas, costo de ventas, costos de operación, costos financieros, etc. se resumen en el estado de resultados.

yago montero castellanos . (5 de junio de 2013). Recuperado el 20 de octubre de 2016, de amortizacion contable y financiera : Podemos entender amortización contable como la reserva de dinero que va acumulando año a año con el fin de recuperar la inversión inicial antes de que deje de poder ser utilizado por llegar al final de su vida útil. Con dicha reserva, la empresa podrá hac

enciclopedia de las inversiones . (12 de noviembre de 2014). Recuperado el 9 de noviembre de 2016, de inversiones financieras : <http://www.inversion-es.com/inversiones-financieras.html>

iess. (12 de mayo de 2014). Recuperado el 15 de marzo de 2016, de iess: <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>

LUAE. (24 de MAYO de 2014). Obtenido de LUAE: WWW.QUITO-TURISMO.GOB.EC

superintendencia de bancos . (15 de julio de 2014). Obtenido de superintendencia de bancos: http://www.sbs.gob.ec:7778/practg/p_index

tipo de clientes . (20 de enero de 2014). Obtenido de clientes : <http://www.gestion.org/marketing/atencion-cliente/30546/tipos-de-clientes/>

banco central del ecuador. (10 de octubre de 2015). Obtenido de banco central del ecuador : <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/310-producto-interno-bruto>

banco central del ecuador. (15 de julio de 2015). Obtenido de banco central del ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/148-tasas-de-inter%C3%A9s>

carreto. (10 de noviembre de 2015). Obtenido de <http://funcionadministrativacontrol.blogspot.com/p/establecimiento-de-estandares.html>

centorno local . (15 de mayo de 2015). Obtenido de cliente externo e interno: pyme.lavoztx.com/qu-es-un-cliente-interno-y-un-cliente-externo-5284.html

sri. (1 de mayo de 2015). Recuperado el 2 de febrero de 2016, de sri: <http://www.sri.gob.ec/de/10055>

MAYRA vieira cano . (15 de febrero de 214). Recuperado el 14 de octubre de 2016, de estado de origen y aplicación de fondos : stado de origen y aplicación de fondos, también conocido como el estado de fuentes y aplicación de fondos o el estado de fuentes y uso de fondos, es un estado financiero auxiliar o complementario, elaborado y utilizado con el objetivo de conocer de donde

Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.

Barajas Nova, A. (2008). *Finanzas para no Financistas* (Cuarta ed.). Bogota: Pontificia Universidad Javeriana.

bomberos. (s.f.). Recuperado el 12 de octubre de 2016, de bomberos: <https://www.bomberosquito.gob.ec/>

Briseño Ramirez, H. (2006). *Indicadores Financieros* (Primera ed.). Zapopan: Umbral Editorial.

Cardozo Cuenca, H. (2006). *Auditoria del Sector Solidario* (Primera ed.). Bogota: ECOE Ediciones.

celedon, m. n. (2013). *matematica financiera .* En N. M. CELEDON, *TMAR ,TIR* (págs. 03,08). NICARAGUA: RESINTO UNIVERSITARIO AGUSTO.

Coss Bu, R. (2005). *Analisis y Evaluacion de Proyectos de Inversion* (Primera ed.). Mexico: Limusa.

Cuevas, F. J. (2004). *Control de Costos y Gastos en los Restaurantes* (Primera ed.). Mexico: Limusa SA.

ecuador, b. c. (15 de mayo de 2015). *acerca del pib .* Recuperado el 30 de octubre de 2016, de porcentajes de los indices financieros : [www.bancocentral del ecuador.ec.com](http://www.bancocentraldel ecuador.ec.com)

estadistica. (s.f.). *graficos estadisticos.* Obtenido de graficos estadisticos: https://www.google.com.ec/search?q=graficos+estadisticos&biw=1366&bih=667&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=6PyJVJnnMIXNgwTZ_4DoAg&ved=0CAgQ_AUoA

Q#tbm=isch&q=tipos+de+graficos+estadisticos+wikipedia&revid=119901711&facrc
=_&imgdii=_&imgrc=wUwk3bxlwLGYRM%253A%3B

- Fernandez, E. d. (2005). *Introduccion a la Gestion: (management)*. España: Universidad Politecnica de Valencia.
- financiera, e. (12 de mayo de 2014). *gastos administrativos*. Recuperado el 09 de noviembre de 2016, de <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>
- Finnerty , J., & Stowe, J. (2000). *Fundamentos de Administracion Financiera* (Primera ed.). Mexico: Pearson Educacion.
- Garcia Parra, M., & Jorda Lloret, J. (2004). *Direcccion Financiera* (Primera ed.). Barcelona: Ediciones UPC.
- garzon, a. (martes de junio de 2011). *TIPOS DE INVERSIÓN EN PROYECTOS DE INVERSIÓN*. Recuperado el 9 de noviembre de 2016, de activos nominales: http://www.academia.edu/6967011/TIPOS_DE_INVERSI%C3%93N_EN_PROYECTOS_DE_INVERSI%C3%93N
- Gitman, L. (2003). *Principios de Administracion Financiera* (Decima ed.). Mexico: Pearson Educacion.
- Guerra Espinal, G., & Aguilar Valdez, A. (2002). *Economia del Agronegocio* (Segunda ed.). Mexico: Limusa SA.
- Guevara, J. (20 de Abril de 2015). *Proyectos*. *Proyectos*, 55. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Guevara, J. (Abril de 2015). *Proyectos*. *Proyectos*, 55. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Guzman Castro, F. (2000). *Estudio Economico Financiero y la Evaluacion en Proyectos de la Industria Quimica* (Primera ed.). Bogota: Universidad Nacional de Colombia.
- Guzman Vasquez, A., Guzman Vasquez, D., & Romero Cifuentes, T. (2005). *Contabilidad Financiera* (Primera ed.). Bogota: Editorial Universidad del Rosario.
- lizquierdo, d. F. (6 de mayo de 2013). *historia de la copiadora* . Recuperado el 15 de junio de 2016, de <http://tecnologiaeinfoegradoseptimo.blogspot.com/2013/05/historia-de-la-fotocopiadora.html>
- inec. (15 de junio de 2016). *ecuador en cifras* . Obtenido de inec: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- miracda. (2011). *estructura organizacional*. lima: edimsa.
- miranda. (2012). *pryectos* . madrid : publicaciones .
- planificacion financiera* . (s.f.).
- prezi, b. g. (9 de noviembre de 2013). *costos financieros* . Recuperado el 9 de noviembre de 2016, de costos - finnancieros : <https://prezi.com/x5aux4bhd-vj/costos-financieros>
- Rojas Medina, R. A. (2007). *Sistema de Costos un Proceso para su Implementacion* (Primera ed.). Manizales: Universidad Nacional de Colombia.

Administre sus Finanzas (Primera ed.). (2002). (S. L. Ruiz Faudon, Trad.) Mexico: Pearson Educacion.

senplades 2013-2017. (s.f.). Recuperado el 3 de julio de 2016, de plan nacional del buen vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-9.-garantizar-el-trabajo-digno-en-todas-sus-formas>

sistema contable mqr. (s.f.). Recuperado el 2 de junio de 2016, de sistema contable mqr: <http://www.mqrsistema.com/>

Trinidad Torres, M. A. (2005). *Precios Unitarios* (Primera ed.). Cunduacan: Universidad Juarez Autonoma de Tobasco.

(2013). estudio tecnico . En G. B. Urbina, *localizacion optima* (págs. 45,46). medellin : macroeconomia .

velarde, a. j. (2013). estudio tecnico. En a. j. velarde, *estudio tecnico* (págs. 65,66,67). lima: edimsa.

Anexos