



**CARRERA DE MARKETING INTERNO Y EXTRENO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
MICRO EMPRESA DEDICADA A INCENTIVAR LA LECTURA INFANTIL  
UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA,  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018**

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en  
Marketing Interno y Externo**

**AUTOR: WENDY BELÉN TORRES CUNGUÁN**

**Tutor: Ing. Mayra Jacqueline Valverde Reyes**

**Quito, 2018**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Wendy Belén Torres Cunguán**, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, 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



---

Wendy Belén Torres Cunguán

C.C: 1717171717

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Wendy Belén Torres Cunguán portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1725756983 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado Estudio de factibilidad para la implementación de una micro empresa dedicada a incentivar la lectura infantil ubicada en la parroquia de San Antonio de pichincha, distrito metropolitano de quito, periodo 2017-2018 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



---

Wendy Belén Torres Cunguán

C.C: 1725756983

Quito, 2018

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto fue realizado gracias a la dedicación, esfuerzo y tiempo empleado.

A mi familia por su apoyo incondicional dado cada día mi madre Sonia Cunguán, a mi padre Wilson Torres, y mis hermanas Paola Torres y Elizabeth Jiménez por brindarme el apoyo necesario para llevar a cabo mis estudios, a José Reina quien es mi pareja y compañero de vida que compartió conmigo el camino para llegar aquí.

Siendo este proyecto culminado y teniendo un aporte notorio en mi conocimiento, lo cual me ayudara para desarrollar nuevas ideas futuras y seguir emprendiendo día a día con el fin de conseguir las metas personales deseadas.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco la culminación de este proyecto principalmente a la Ingeniera Mayra Valverde quien direcciono este proyecto para que se lleve a cabo, aportando con su conocimiento y direccionando cada etapa realizada.

Agradezco a mi familia el apoyo incondicional que me han brindado para continuar con mis estudios.

## ÍNDICE GENERAL

<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA</b> .....	<b>i</b>
<b>LICENCIA DE USO NO COMERCIAL</b> .....	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>LISTA DE TABLA</b> .....	<b>xii</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>ANTECEDENTES</b> .....	<b>1</b>
1.01    Introducción .....	<b>1</b>
1.02    Antecedentes .....	<b>1</b>
1.02    Justificación .....	<b>3</b>
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>4</b>
<b>ANÁLISIS SITUACIONAL</b> .....	<b>4</b>
2.01    Ambiente externo.....	<b>4</b>
2.01.01    Factor Económico .....	<b>4</b>
2.01.01.01    PIB .....	<b>4</b>
2.01.01.02    Inflación .....	<b>5</b>
2.01.01.03    Tasa de Interés .....	<b>7</b>
2.01.01.03.01    Tasa de interés activa.....	<b>7</b>
2.01.01.03.01    Tasa de interés pasiva .....	<b>8</b>
2.01.02    Factor Social .....	<b>8</b>
2.01.02.01    Población Económicamente activa. ....	<b>8</b>
2.01.02.02    Tasa de desempleo .....	<b>9</b>
2.01.03    Factor Legal .....	<b>10</b>
2.01.04    Factor Tecnológico .....	<b>14</b>
2.02    Entorno Local .....	<b>15</b>
2.02.01    Clientes .....	<b>15</b>
2.02.02    Proveedores.....	<b>17</b>

2.02.03 Competidores .....	18
2.03 Ambiente Interno .....	20
2.03.01 Propuesta Estratégica .....	20
2.03.01.01 Misión .....	20
2.03.01.02 Visión .....	20
2.03.01.03 Objetivos .....	20
2.03.01.03.01 Objetivo General .....	20
2.03.01.03 .02 Objetivos Especifico .....	21
2.03.01.04 Principios y Valores .....	21
2.03.01.04.01 Valores .....	21
2.03.01.04.02 Principios .....	21
2.03.01.05 Producto Toy Ready .....	22
2.03.01.05.01 Logotipo .....	22
2.03.01.05.02 Imagotipo .....	23
2.03.01.05.02 Isotipo .....	23
2.01.05 Eslogan .....	24
2.03.02 Gestión Administrativa .....	24
2.03.03 Gestión Operativa .....	27
2.03.04 Gestión Comercial .....	28
2.03.04.01 Marketing Mix .....	29
2.03.04.01.01 Producto .....	29
2.03.04.01.02 Precio .....	31
2.03.04.01.03 Plaza .....	32
2.03.04.01.04 Promoción .....	33
2.04 Análisis FODA .....	37
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>38</b>
ESTUDIO DE MERCADO .....	38

3.01 Análisis del consumidor.....	38
3.01.01 Determinación de la población y muestra.....	38
3.01.01.01 Fórmula para calcular la muestra.....	38
3.01.02 Técnicas de obtención de información .....	39
3.01.02.01 La Observación .....	39
3.01.02.02 La encuesta .....	39
3.01.03 Análisis de la información .....	43
3.02 Oferta .....	52
3.02.01 Oferta Histórica.....	52
3.02.02 Oferta Actual.....	52
3.02.03 Oferta Proyectada .....	53
3.03 Demanda .....	53
3.03.01 Demanda Histórica .....	53
3.03.02 Demanda Actual .....	54
3.03.03 Demanda Proyectada .....	54
3.04 Balance Oferta Demanda .....	55
3.04.01 Balance Actual .....	55
3.04.02 Balance Proyectado.....	55
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>56</b>
ESTUDIO TÉCNICO .....	56
4.01 Tamaño del proyecto .....	56
4.01.01 Capacidad instalada .....	56
4.01.01.01 Área Administrativa.....	56
4.01.01.02 Área Atención al cliente .....	56
4.01.01.02 Área Almacenamiento .....	56
4.01.01.02 Área Producción .....	56
4.02 Localización.....	57

4.02.01 Macro localización.....	57
4.02.02 Micro localización .....	58
4.02.03 Localización Óptima.....	60
4.03 Ingeniería del producto .....	61
4.03.01 Descripción del Producto.....	61
4.03.02 Distribución de planta .....	63
4.03.03 Proceso productivo .....	67
4.03.04 Maquinaria y equipos.....	69
<b>CAPITULO V .....</b>	<b>70</b>
ESTUDIO FINANCIERO .....	70
5.01 Ingresos operacionales y no operacionales .....	70
5.02 Costos.....	71
5.02.01 Costos Directos .....	71
5.02.02 Costos Indirectos.....	71
5.02.03 Gastos administrativos .....	72
5.02.04 Costo de venta.....	74
5.02.04.01 Costos de producción .....	74
5.02.04.02 Publicidad .....	75
5.02.05 Costos Financieros .....	76
5.02.05 Costos Fijos y Variables .....	76
5.3 Inversiones .....	78
5.03.01 Inversión fija .....	78
5.03.01.01 Activos fijos .....	78
5.03.01.02 Activos Nominales.....	79
5.03.02 Capital de trabajo .....	80
5.03.03 Amortización .....	80
5.03.03.01 Amortización Mensual.....	80

5.03.04 Depreciación .....	82
5.03.05 Estado de situación Inicial .....	83
5.03.06 Estado de resultados.....	84
5.03.07 Flujo de caja.....	85
5.04 Evaluación .....	86
5.04.01 Tasa de descuento .....	86
5.04.02 Valor Actual neto (VAN) .....	87
5.04.03 Tasa Interna de retorno (TIR) .....	88
5.04.04 Periodo de la recuperación de la inversión (PRI) .....	89
5.04.05 Relación costo beneficio (RBC) .....	90
5.04.06 Punto de equilibrio.....	91
5.04.07 Análisis de los índices Financieros .....	95
5.04.07.01 Índice de endeudamiento .....	95
5.04.07.02 Retorno sobre el capital propio .....	96
5.04.07.03 Margen de Utilidad Neta.....	96
5.05.07.04 ROA Retorno sobre los activos .....	96
<b>CAPITULO VI.....</b>	<b>97</b>
ANÁLISIS DE IMPACTO .....	97
6.01 Impacto Ambiental .....	97
6.02 Impacto económico.....	97
6.03 Impacto Productivo.....	97
6.04 Impacto social .....	98
<b>CAPITULO VI.....</b>	<b>99</b>
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	99
7.1 Conclusiones .....	99
7.02 Recomendaciones .....	101
<b>Referencia Bibliográfica.....</b>	<b>102</b>

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> PIB.....	5
<b>Figura 2</b> Inflación .....	6
<b>Figura 3</b> Tasa de interés activa .....	7
<b>Figura 4</b> Tasa de interés pasiva.....	8
<b>Figura 5</b> Población Nacional .....	9
<b>Figura 6</b> Desempleo .....	10
<b>Figura 7</b> Personas con acceso a internet .....	15
<b>Figura 8</b> Logotipo .....	22
<b>Figura 9</b> Imagotipo .....	23
<b>Figura 10</b> Isotipo.....	23
<b>Figura 11</b> Slogan.....	24
<b>Figura 12</b> Organigrama.....	26
<b>Figura 13</b> Diagrama de Flujo.....	27
<b>Figura 14</b> 4P'S .....	28
<b>Figura 15</b> Página de Facebook.....	35
<b>Figura 16</b> Flyer.....	36
<b>Figura 17</b> Pregunta 1 Encuesta .....	43
<b>Figura 18</b> Pregunta 2 Encuesta .....	44
<b>Figura 19</b> Pregunta 3 Encuesta .....	45
<b>Figura 20</b> Pregunta 4 Encuesta .....	46
<b>Figura 21</b> Pregunta 5 Encuesta .....	47
<b>Figura 22</b> Pregunta 6 Encuesta .....	48
<b>Figura 23</b> Pregunta 7 Encuesta .....	49
<b>Figura 24</b> Pregunta 8 Encuesta .....	50
<b>Figura 25</b> Pregunta 9 Encuesta .....	51
<b>Figura 26</b> Macro localización .....	58
<b>Figura 27</b> Micro localización.....	59
<b>Figura 28</b> Marionetas Muppet .....	61
<b>Figura 29</b> forma de usar Putxineli.....	62
<b>Figura 30</b> Marionetas Putxineli.....	62
<b>Figura 31</b> Distribución de las áreas total de Toy Ready .....	63
<b>Figura 32</b> Distribución Gerencia de Toy Ready .....	64
<b>Figura 33</b> Distribución Área Atención al cliente de Toy Ready .....	64

<b>Figura 34</b> Distribución Área de almacenamiento de Toy Ready.....	65
<b>Figura 35</b> Área de producción .....	66
<b>Figura 36</b> Distribución de las áreas Total de Toy Ready 3D.....	66
<b>Figura 37</b> Diagrama de flujo.....	68
<b>Figura 38</b> Costos fijos y variables .....	76
<b>Figura 39</b> Estado de situación inicial.....	83
<b>Figura 40</b> Punto de equilibrio Muppet.....	93
<b>Figura 41</b> Punto de equilibrio Putxine-li .....	94

## LISTA DE TABLA

<b>Tabla 1</b> Clientes .....	16
<b>Tabla 2</b> Proveedores.....	17
<b>Tabla 3</b> Competidores .....	19
<b>Tabla 4</b> Producto .....	29
<b>Tabla 5</b> PVP .....	31
<b>Tabla 6</b> Lista de Precios .....	32
<b>Tabla 7</b> FODA.....	37
<b>Tabla 8</b> Pregunta 1 Encuesta.....	43
<b>Tabla 9</b> Pregunta 2 Encuesta.....	44
<b>Tabla 10</b> Pregunta 3 Encuesta.....	45
<b>Tabla 11</b> Pregunta 4 Encuesta.....	46
<b>Tabla 12</b> Pregunta 5 Encuesta.....	47
<b>Tabla 13</b> Pregunta 6 Encuesta.....	48
<b>Tabla 14</b> Pregunta 7 Encuesta.....	49
<b>Tabla 15</b> Pregunta 8 Encuesta.....	50
<b>Tabla 16</b> Pregunta 9 Encuesta.....	51
<b>Tabla 17</b> Oferta Histórica.....	52
<b>Tabla 18</b> Oferta Actual.....	52
<b>Tabla 19</b> Oferta Proyectada .....	53
<b>Tabla 20</b> Demanda Histórica .....	53
<b>Tabla 21</b> Demanda Actual .....	54
<b>Tabla 22</b> Demanda proyectada.....	54
<b>Tabla 23</b> Balance actual .....	55
<b>Tabla 24</b> Balance proyectado.....	55
<b>Tabla 25</b> Capacidad instalada .....	57
<b>Tabla 26</b> Localización Óptima.....	60
<b>Tabla 27</b> Maquinaria y Equipos .....	69
<b>Tabla 28</b> Ingresos operacionales .....	70
<b>Tabla 29</b> Costos directos .....	71
<b>Tabla 30</b> Costos Indirectos.....	71
<b>Tabla 31</b> Gastos Administrativos.....	72
<b>Tabla 32</b> Tabla de depreciación anual del maquinaria y equipo.....	73
<b>Tabla 33</b> Rol de pagos.....	73

<b>Tabla 34</b> Rol de provisiones .....	74
<b>Tabla 35</b> Costos de producción.....	74
<b>Tabla 36</b> Costos de publicidad.....	75
<b>Tabla 37</b> Costos fijos y variables .....	77
<b>Tabla 38</b> Activos fijos.....	79
<b>Tabla 39</b> Activos Nominales.....	79
<b>Tabla 40</b> Amortización mensual .....	81
<b>Tabla 41</b> Depreciación .....	82
<b>Tabla 42</b> Estado de resultados.....	84
<b>Tabla 43</b> Flujo de caja.....	85
<b>Tabla 44</b> VAN.....	87
<b>Tabla 45</b> TIR.....	88
<b>Tabla 46</b> RBC .....	90
<b>Tabla 47</b> Punto de equilibrio Muppet .....	92
<b>Tabla 48</b> Punto de Equilibrio Puxinel-li .....	94

## RESUMEN

En el presente proyecto se realiza estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero para determinar si es factible la implementación de una micro empresa dedicada a incentivar la lectura infantil ubicada en la parroquia de San Antonio de Pichincha, el objetivo principal es introducir la marca en el mercado, teniendo en cuenta un buen funcionamiento interno, tanto en producción como en ventas, ofreciendo productos innovadores y de calidad para que los bajos índices que tiene el país en lectura anual aumenten y se cubra gran parte de demanda insatisfecha que existe, se ha determinado dos tipos de productos que se elaboraran Muppet y Puxinel-li los cuales son dos diseños diferentes de marionetas que tendrán la misma participación para cubrir los costos indirectos de producción en la empresa, existen tres áreas en Toy Ready, área administrativa o gerencia, se encargara de realizar el control para llegar a los objetivos deseados, coordina las actividades en general del personal, genera estrategias de marketing que se enfocan directamente en el público objetivo para aumentar las ventas, el área de producción donde se encuentran el personal de operación encargados de la elaboración de los productos, verificación de calidad y cumplimiento de normas de seguridad, finalmente el área de atención al cliente donde se exhibirá los productos, se tendrá contacto directo con clientes y se realizara cierres de ventas. La empresa tendrá participación en el cuidado del medio ambiente, tomando las precauciones necesarias para evitar la contaminación y el mal uso de los servicios disponibles.

### **Palabras clave:**

Mercado, Técnico, Factible, Marca, Marketing.

## ABSTRACT

In the present project a market study, technical study and financial study is perform to determine if it is workable to implement a micro company dedicated to encourage children reading located in the parish of San Antonio de Pichincha, the main objective is to introduce the brand in the market, a good internal operation must be taken into account, both in production and sales, give innovative and quality products so that the low rates that the country has in annual reading increase and cover a large part of unsatisfied demand that exists, it has been determined two types of products that were developed Muppet and Puxinel-li which are two different designs of puppets that will have the same participation to cover the indirect costs of production in the company, there are three areas in Toy Ready, administrative area or management , will be in charge of carrying out the control to reach the desired objectives, coordinates the activities of the personnel in general, generates marketing strategies that focus directly on the target audience to increase sales, the production area where the operating personnel are located In charge of product development, quality verification and compliance with safety standards, finally the customer service area where products will be displayed, direct contact with customers will be made and sales closures will be made. The company will participate in the care of the environment, taking the necessary precautions to avoid contamination and misuse of the available services.

### **Keywords:**

Market, Technical, Feasible. Brand, Marketing.



## **CAPÍTULO I**

### **ANTECEDENTES**

#### **1.01 Introducción**

En el presente proyecto se busca incrementar una microempresa ofreciendo un producto el cual motive a leer a los niños pequeños mediante textos que incluyan una lectura lúdica con marionetas temáticas las cuales logren captar su atención.

Este proyecto se llevará a cabo en la Parroquia de San Antonio de pichincha dado que la única biblioteca existente cerró sus puertas hace algunos años, y no existe un espacio donde se pueda acceder a libros.

Los productos ofrecidos contarán con una excelente calidad y serán accesibles para las personas de la zona.

Se buscará determinar si el proyecto es factible a realizar en esta zona mediante estudios estadísticos e investigación.

#### **1.02 Antecedentes**

En 1658 fue publicado el primer libro para niños Orbis Pictus Sensualium en español “El mundo en imágenes”, por el pedagogo Jan Amos Comenio el cual explicaba en 150 capítulos los temas que consideraba más importantes de la vida con imágenes.

En el siglo XX los libros infantiles eran muy escasos y la mayoría estaban escritos en francés o inglés, José Vasconcelos, en 1924 decidió impulsar la literatura para niños dándoles un beneficio ya que a partir de ese entonces se publicaron algunos libros dirigidos para niños y se han ido incrementando publicaciones día a día.

En Ecuador existe un bajo índice de lectura en los ciudadanos, dado que se lee medio libro anualmente por cada persona en promedio, en América Latina Ecuador tiene el índice más bajo ya que muy poca gente lee por gusto, la mayoría de lectores son estudiantes que lo hacen por obligación, y muchas veces solo adquieren el resumen del libro de enseñanza.

El único país en América Latina que no tiene un Plan Nacional de Lectura. Carece de un sistema de bibliotecas públicas. Ecuador cuenta con El Ministerio de Educación y El Ministerio de Cultura, a diferencia de muchos países, en los que educación y cultura están integradas en un solo ministerio y donde la lectura y las bibliotecas son parte integral del sistema y de la política educativa.

El Ministerio de Cultura hizo una campaña en medios y redes sociales con el lema EcuadorSíLee por el Día Internacional del Libro el 24 de abril de 2015.

Del 12 al 14 mayo del 2015 se realizó el seminario-taller internacional "Hacia la construcción de un Plan Nacional de Lectura" organizado por la Asociación Ecuatoriana del Libro Infantil y Juvenil "Girándula", en Quito, en el marco de la X Maratón del Cuento.

El 13 noviembre 2015, en Quito, Correa anunció una Ley de Cultura y un Plan Nacional de Lectura que arrancará en 2017, es decir, al término de este gobierno, después de 10 años en el poder pero el Plan nunca arrancó.

La motivación por la lectura es muy baja, los padres de niños pequeños no incentivan la lectura por la razón que no creen necesarios ya que ellos no lo hacen.

### **1.02 Justificación**

En el mercado existe escasos productos que incentiven a la lectura en niños, con el producto que ofrece Toy Ready se busca crear un interés en los más pequeños mediante materiales didácticos que llamen su atención y les ayuda en el aspecto cognitivo.

Hoy en día es difícil motivar a un niño a que lea por la gran competencia de distracción que existe, como la televisión, el internet, los juegos virtuales etc.

Muchos libros son descartados como opción para los niños por sus padres o profesores ya que creen necesario que el libro sea educativo sin embargo el objetivo más importante de un libro es vivir distintas realidades, aportar relajación y estimular la creatividad de los niños.

Una frase muy famosa de Albert Einstein es “la imaginación es más importante que el conocimiento”.

Toy ready no solo ofrece un producto, sino que crea el amor por la lectura en los niños lo cual cambia su vida haciéndolos creativos, críticos, analíticos, capaces de entender diferentes aspectos de la vida misma.

## **CAPÍTULO II**

### **ANÁLISIS SITUACIONAL**

#### **2.01 Ambiente externo**

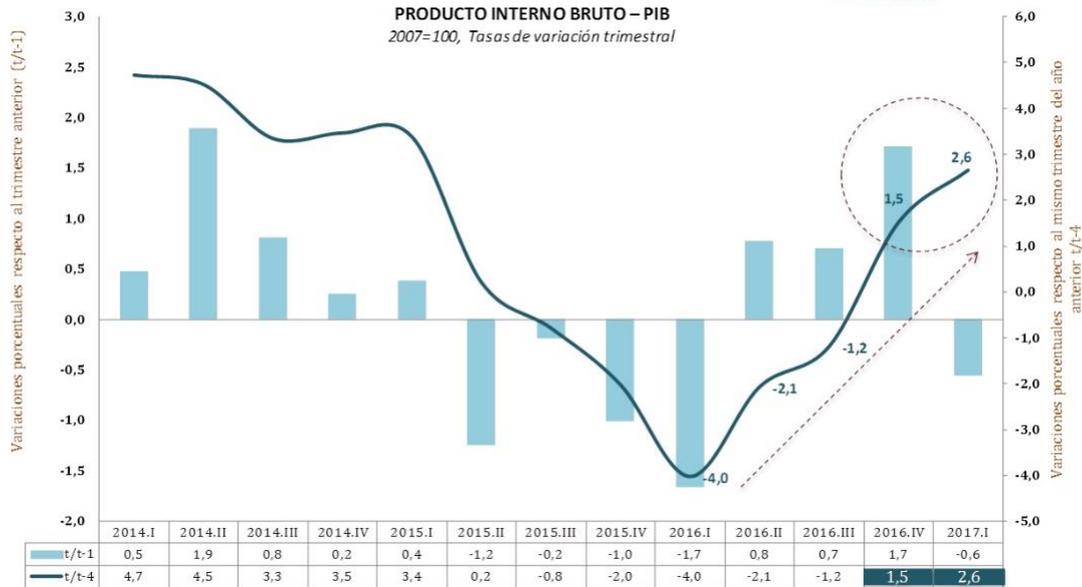
##### **2.01.01 Factor Económico**

Este factor influirá mucho en la empresa ya que de esto depende el funcionamiento y crecimiento de la empresa.

##### **2.01.01.01 PIB**

El PIB es un indicador monetario el cual identifica los bienes o servicios producidos en un país en un periodo determinado.

Entre 2006 y 2014, Ecuador experimentó un crecimiento promedio del PIB de 4,3% impulsado por los altos precios del petróleo e importantes flujos de financiamiento externo al sector público. Sin embargo, estos logros están en riesgo debido a los bajos precios del petróleo y la apreciación del dólar. Contexto que fue agravado por un terremoto que afectó la zona costera noroccidental del país el 16 de abril de 2016. Entre 2014 y 2016, el desempleo urbano aumentó de 4,5% a 6,5% y el subempleo urbano aumentó de 11,7% a 18,8%. En este mismo periodo, la pobreza y el coeficiente de Gini de desigualdad permanecieron básicamente estancados. (Banco Mundial, 11)



**Figura 1 PIB**

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

Luego de que Ecuador pasó por una recesión la economía se está recuperando en este año según el BCE, teniendo oportunidad para la creación del producto por lo cual su acogida será mayor en el sector de San Antonio de Pichincha.

### 2.01.01.02 Inflación

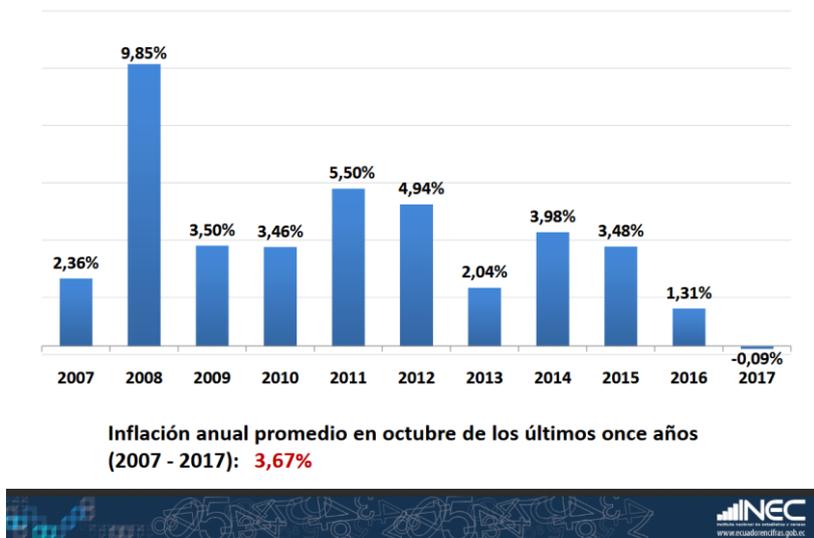
Es el aumento general en bienes o servicios. Inflación por consumo o demanda. Esta inflación obedece a la ley de la oferta y la demanda. Si la demanda de bienes excede la capacidad de producción o importación de bienes, los precios tienden a aumentar.

Inflación por costos. Esta inflación ocurre cuando el precio de las materias primas (cobre, petróleo, energía, etc.) aumenta, lo que hace que el productor, buscando mantener su margen de ganancia, incremente sus precios.

Inflación autoconstruida. Esta inflación ocurre cuando se prevé un fuerte incremento futuro de precios, y entonces se comienzan a ajustar éstos desde antes para que el aumento sea gradual.

Inflación generada por expectativas de inflación (circulo vicioso). Esto es típico en países con alta inflación donde los trabajadores piden aumentos de salarios para contrarrestar los efectos inflacionarios, lo cual da pie al aumento en los precios por parte de los empresarios, originando un círculo vicioso de inflación (Club planeta, s.f.)

**Inflación anual en los meses de octubre**



**Figura 2** Inflación

Fuente: INEC

Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

En el 2017 Ecuador ha tenido una inflación negativa lo que significa que algunos productos y servicios han bajado sus precios, para la empresa representa oportunidad debido a que existe la posibilidad de abaratar los costos que se generaran y también las familias tendrán menos gastos en su consumo, lo que posiblemente incrementara las ventas del producto.

### 2.01.01.03 Tasa de Interés

Es un porcentaje que debe ser pagado por la utilización del dinero prestado, sea por una persona, empresa o una entidad financiera dependiendo del lapso de tiempo, el cual lo determina el Banco Central del Ecuador.

#### 2.01.01.03.01 Tasa de interés activa

Esta tasa la cobran las entidades financieras a personas naturales o empresas, a las cuales les otorgan un préstamo.

Tasas de Interés			
noviembre - 2017			
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	7.34	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.84	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.41	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	7.95	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.79	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.84	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.05	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.65	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.50	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.48	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.57	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.55	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	24.66	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.96	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.16	Inversión Pública	9.33

**Figura 3** Tasa de interés activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Wendy Torres

#### Análisis:

Es importante enfocarse en la tasa referencial de microcrédito lo cual concederá una oportunidad a la empresa, que debe tener en cuenta que para crear una microempresa es necesario el capital, los microcréditos son otorgados a personas naturales o jurídicas que vayan a financiar actividades de producción o comercialización.

### 2.01.01.03.01 Tasa de interés pasiva

Las entidades financieras pagan un porcentaje muy bajo por el dinero captado de depósitos u operaciones de reporto.

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.91	Depósitos de Ahorro	1.13
Depósitos monetarios	0.87	Depósitos de Tarjetahabientes	1.17
Operaciones de Reporto	0.10		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.42	Plazo 121-180	4.85
Plazo 61-90	3.90	Plazo 181-360	5.37
Plazo 91-120	4.86	Plazo 361 y más	6.97

#### Figura 4 Tasa de interés pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Wendy Torres

#### Análisis:

Al notar que las tasas de interés pasivas son demasiado bajas por los depósitos que se realizan, puede representar una amenaza en la economía de la empresa, es recomendable realizar inversiones en el crecimiento y desarrollo de la empresa ya que será favorable a mediano y largo plazo.

### 2.01.02 Factor Social

Este Factor es el que influye directamente a las personas, mediante relaciones que se llevan a cabo en un espacio físico.

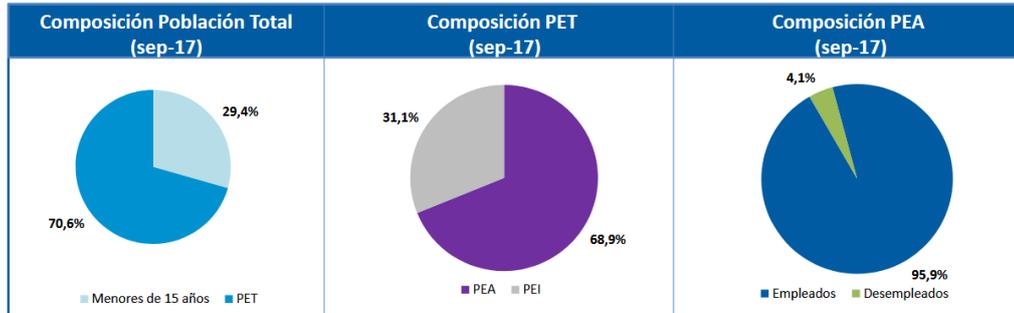
#### 2.01.02.01 Población Económicamente activa.

Son las personas en edad de trabajar que han contado con una remuneración por el desarrollo de un trabajo.

## Composición de la población: Total nacional

Durante septiembre 2017 a nivel nacional se tiene:

- De la población total el **70,6%** está en edad de trabajar.
- El **68,9%** de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa.
- De la población económicamente activa, el **95,9%** son personas con empleo\*.



PET= Población en edad de trabajar, PEA= Población económicamente activa, PEI= Población económicamente inactiva.  
 \*La categoría de empleo incluye a los asalariados e independientes



**Figura 5** Población Nacional

Fuente: INEC

Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis

Aproximadamente el 96% de las personas económicamente activas cuentan con empleos en el Ecuador, si el desempleo sigue disminuyendo, esto será favorable, siendo una oportunidad para los ingresos de la empresa,

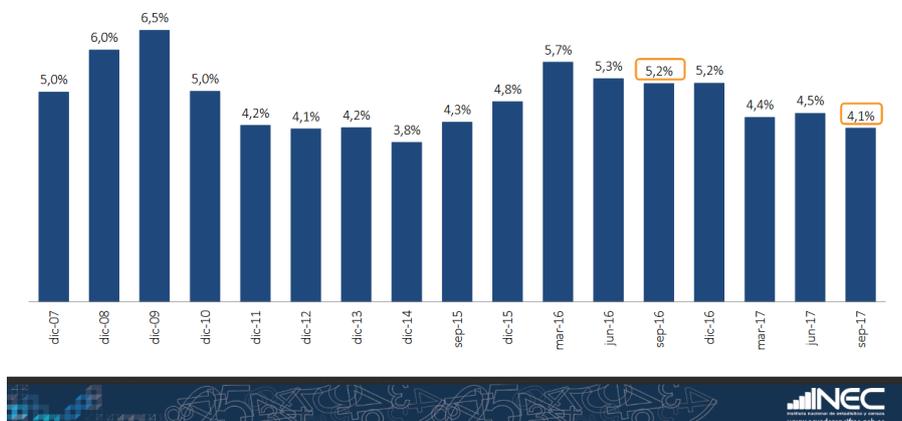
#### 2.01.02.02 Tasa de desempleo

Es el porcentaje registrado de la desocupación existente en la población económicamente activa.

Variación estadísticamente significativa

### Evolución del Desempleo: Total nacional

En septiembre 2017, la tasa de desempleo alcanzó el **4,1%** a nivel nacional.



**Figura 6** Desempleo

Fuente: INEC

Elaborado por: Wendy Torres

#### Análisis:

A comparación del año 2016 la tasa de desempleo ha ido reduciendo, otorgando oportunidad para la empresa ya que las familias cuentan con ingresos fijos, tomando en cuenta que este punto favorable es en parte a los subempleos.

#### 2.01.03 Factor Legal

Hacen referencia a las normativas impuestas por un país, las cuales son necesarias para la apertura de un negocio.

Las normas regulan los negocios para proteger a sus trabajadores, a los consumidores y al ambiente.

#### Pasos para la constitución de una empresa.

1. Reserva un nombre. Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías.
2. Elabora los estatutos. Es el contrato social que registrará a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

3. Abre una “cuenta de integración de capital”. Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima (valores referenciales)
- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
- Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

4. Eleva a escritura pública. Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

5. Aprueba el estatuto. Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

6. Publica en un diario. La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

7. Obtén los permisos municipales. En el municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, deberás:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

8. Inscribe tu compañía. Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.

9. Realiza la Junta General de Accionistas. Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

10. Obtén los documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

11. Inscribe el nombramiento del representante. Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

12. Obtén el RUC. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

13. Obtén la carta para el banco. Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado. (Cuida tu futuro, 2016)

### **Pasos para legalizar un negocio en Quito**

1.- Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente
- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad:

Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

Estado de cuenta bancario o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular, o de tarjeta de crédito. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. Únicamente los estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito deberán encontrarse a su nombre.

Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de bienes inmuebles.

Escritura de propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.

Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.

2.- Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
- Artesanos: Calificación artesanal
- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:
  - Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
  - En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
- Dimensiones y fotografías de la fachada del local

- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad.

### **3.- Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos**

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal (Emprendedores Ecuatorianos, 2010)

### **Análisis**

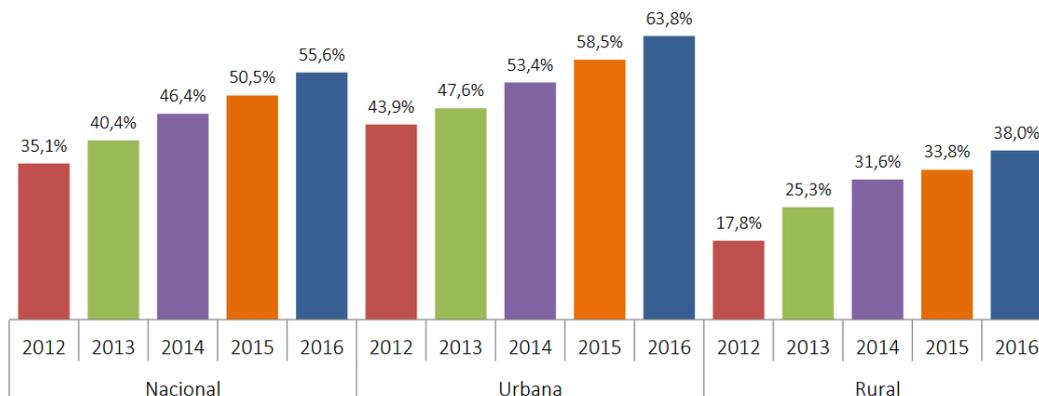
Es importante entender el proceso que se debe realizar para la creación y legalización de la empresa, con las leyes se genera oportunidad ya que es fundamental cumplirlas, así habrá un mejor desarrollo en el emprendimiento evitando conflictos en el proceso.

La empresa Toy Ready se registra como persona natural obligada a llevar contabilidad ya que se realiza una actividad económica lícita por lo cual contara con RUC y presentara declaraciones de impuestos según su actividad económica.

#### **2.01.04 Factor Tecnológico**

Este Factor es uno de los más influyentes para las empresas, ya que permite tener mayor productividad, mayor comunicación con los consumidores y disminuye posibles errores en la empresa.

Porcentaje de personas que han utilizado internet en los últimos 12 meses por área



¿Ha usado (...) en los últimos 12 meses el internet desde cualquier lugar?

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU ( 2012 - 2016).  
Información disponible desde diciembre 2008



### Figura 7 Personas con acceso a internet

Fuente: INEC

Elaborado por: Wendy Torres

#### Análisis:

Dado que la tecnología avanza día a día la empresa tiene mayor posibilidad de posicionarse utilizando medios de comunicación online, oportunidad que representa menores gastos en publicidad, el uso de internet ha crecido cada año, las personas cada vez tienen más acceso a la tecnología y esto es positivo.

## 2.02 Entorno Local

### 2.02.01 Clientes

Según la American Marketing Association (A.M.A.), el cliente es "el comprador potencial o real de los productos o servicios"

Según The Chartered Institute of Marketing (CIM, del Reino Unido), el cliente es "una persona o empresa que adquiere bienes o servicios (no necesariamente el Consumidor final)".

En el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., se encuentra que "cliente" es un "Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía. (Thompson, 2012)

**Tabla 1** Clientes

Clientes de Toy Ready			
Tipo de Clientes	Lugar	Descripción	Número de niños y niñas de 0 a 4 años
Padres de Familia	San Antonio de Pichincha	Ciudadanos que tienen hijos	3220
Padres de Familia	Pomasqui	Ciudadanos que tienen hijos	2660
Padres de Familia	Calacalí	Ciudadanos que tienen hijos	414

Elaborado por: Wendy Torres

### **Análisis:**

Hoy en día las empresas deben dar mucha importancia a sus clientes ya que es la parte más importante, de ellos depende la estabilidad y crecimiento de la empresa, si se obtiene un cliente insatisfecho puede generar publicidad negativa, al contrario de los clientes satisfechos, los cuales se fidelizarán y enviarán referidos.

En pichincha el 9.2% representa a niños y niñas de 0 a 4 años se calculó el número aproximado de San Antonio de pichincha donde se llevará a cabo el proyecto y las dos parroquias más cercanas que son Pomasqui Y Calacalí. El producto está dirigido niños

de 0 a 4 años ya que no pueden manipular y transformar la información de una manera lógica se utiliza marionetas con diferentes materiales que ayudan en la formación del área cognitiva mediante la manipulación y desarrollo de la sensopercepción. Los menores no tienen poder adquisitivo de esta forma nuestros clientes potenciales son los padres de familia que decidirán si realizar la compra o no hacerlo, representando una oportunidad ya que los padres son quienes tienen la responsabilidad sobre la educación y crecimiento de sus hijos.

### 2.02.02 Proveedores

Los proveedores son personas o empresas las cuales entregan la materia prima a otras personas o empresas para la elaboración de un producto final la cual estará destinada a la comercialización.

**Tabla 2** Proveedores

Proveedores		
Nombre de la empresa	Descripción	Dirección
<p>Dilipa</p> 	<p>DILIPA Cia. Ltda. Una empresa ecuatoriana con 33 años de experiencia en el mercado papelerero, ofertando a los clientes la mejor selección en marcas y productos. Los clientes prefieren variedad y calidad de los productos, precios competitivos y servicio personalizado.</p>	<p>9 de Agosto y Punin, Calderon</p>
<p>Papelería Popular</p> 	<p>Somos distribuidores directos de las mejores marcas en: Suministros de oficina, útiles escolares, artículos navideños, bazar en general, a los precios más bajos del mercado.</p>	<p>García Moreno y Rocafuerte. Quito, Pichincha</p>
<p>Norma</p> 	<p>La Editorial Norma, crea desarrolla e implementa soluciones educativas para el aula del siglo XXI aportando tecnología que potencia el aprendizaje de los estudiantes. Produce libros de texto escolar, libros de literatura infantil y juvenil, en formatos impresos y digital.</p>	<p>Av Isaac Albeniz E3-154 y Mozart Quito - Pichincha</p>

### **Análisis:**

Es importante contar con proveedores responsables y confiables para el desarrollo de la microempresa.

Con los proveedores de Toy Ready se generará oportunidad, ya que gracias a los productos de calidad que ofrecen la empresa contará con excelente calidad y tendrá mayor acogida en el mercado.

### **2.02.03 Competidores**

Son empresas que ofrecen productos o servicios de la misma naturaleza, también se denomina de esta forma al conjunto de marcas que ofrecen productos o servicios que son de distinta naturaleza pero que cubren las mismas necesidades, por lo que pueden restarse mercado.

La competencia directa. - Son las empresas que actúan dentro del mismo sector y tratan de satisfacer las necesidades de los mismos grupos de clientes.

Los competidores potenciales. - Es el riesgo que supone la entrada de nuevos competidores, lo cual ejerce una fuerte influencia sobre la intensidad de la competencia (deseo de vender sus productos).

Los productos sustitutos. - El peligro de la sustitución para el sector proviene de aquellos otros productos que, a través de distintas tecnologías, atienden la misma función básica para el mismo grupo de compradores. La amenaza de los productos sustitutos se centra fundamentalmente en la relación calidad-precio.

La competencia indirecta: empresas que se encuentran en el mercado elaborando los mismos productos, pero con diferencia posible en su calidad, es decir no tiene un grado de competencia a un producto de distinta calidad o precio. (Arias, 2010)

Los competidores directos más importantes son Juguetón y Mi Juguetería ya que ofrecen productos de calidad y bajos precios, también cuenta con variedad de artículos que motivan a la lectura infantil. Es una oportunidad el contar con competidores fuertes de esa forma la empresa deberá ser innovadora cada vez para su participación en el mercado.

**Tabla 3** Competidores

Competidores directos		
Nombre de la empresa	Descripción	Dirección
Jugueton. Corporación La Favorita 	Mejorar la calidad y reducir el costo de vida de nuestros clientes, colaboradores, proveedores, accionistas y la comunidad en general, a través de la provisión de productos y servicios de óptima calidad, de la manera más eficiente y rentable, brindando la mejor experiencia al público	Scala Shopping El Bosque El Condado El Jardín El Recreo Eloy Alfaro Orellana Quicentro Sur San Luis
Mi Jugueteria. Corporación el Posado 	Mi juguetería es la cadena de juguetería más importante del país, cuenta con las más variadas marcas de juguetes, en un ambiente mágico y divertido, la que la convierte en el lugar favorito de niños y adultos.	Av. 6 de Diciembre Nuñez de Vela Quito
Competidores Indirectos		
Television Publica 	Garantizar el derecho ciudadano a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa; a través de contenidos que formen, informen y entretengan fomentando y fortaleciendo la pluralidad y diversidad en la comunicación	Hogares en Ecuador
Google 	Ser el más prestigioso motor de búsqueda y el más importante del mundo, además de ser un servicio gratuito fácil de utilizar que presente resultados relevantes en una fracción de segundo	Hogares en Ecuador, Ciber

Elaborado por: Wendy Torres

### **Análisis:**

Por otro lado, es una amenaza los competidores indirectos son los medios tecnológicos que se encuentran en su mayoría en el hogar ya que el tiempo de ocio de los niños lo pasan mirando televisión, jugando videojuegos, o navegando en internet, muchas veces por falta de tiempo los padres prefieren dejar a sus hijos frente a los televisores o internet. Lo cual podría disminuir las ventas de la empresa.

## **2.03 Ambiente Interno**

El ambiente interno es fundamental para determinar cómo funcionara la empresa, medir fortalezas y debilidades.

### **2.03.01 Propuesta Estratégica**

#### **2.03.01.01 Misión**

Toy Ready desarrollará productos que incentiven a la lectura a niños de 0 a 4 años ofreciendo productos de buena calidad para un pleno desarrollo del área cognitiva de los menores.

#### **2.03.01.02 Visión**

Ser la empresa más grande en desarrollo de productos para niños enfocado en el aprendizaje en el Área de Quito.

#### **2.03.01.03 Objetivos**

##### **2.03.01.03.01 Objetivo General**

Introducir la marca Toy Ready en el Mercado

### **2.03.01.03 .02 Objetivos Especifico**

- Determinar el grado de aceptación que tiene el producto en los ciudadanos de San Antonio, Pomasqui y Calacalí mediante encuestas realizadas.
- Ofrecer Productos de calidad y variedad a nuestros clientes, ofreciendo la confianza y garantía del producto.
- Fidelizar a los clientes, mediante promociones y facilidad de acceso a nuestros productos.

### **2.03.01.04 Principios y Valores**

#### **2.03.01.04.01 Valores**

Honestidad. - No engañar al consumidor para obtener mayores beneficios.

Trabajo en Equipo. - Todos los colaboradores de la empresa trabajaran conjuntamente para lograr los objetivos de la empresa.

Puntualidad. - Se debe respetar los horarios de entrada y salida de la organización para evitar la disminución de productividad y mantener la imagen empresarial.

#### **2.03.01.04.02 Principios**

Ofrecer Productos de calidad. - la materia pasara por filtros de calidad para proceder a la elaboración del producto final, de igual forma al tener el producto final de igual forma pasara por controles de calidad.

Cumplir con las exigencias del mercado. - es importante que el producto tenga características que agrade, contar con precios competitivos y que estén al alcance de los consumidores.

Ser innovadores. - contar con productos exclusivos y desarrollar nuevos diseños constantemente.

### **2.03.01.05 Producto Toy Ready**

La empresa Toy Ready oferta marionetas temáticas, un producto que incentiva la lectura en niños de 0 a 4 años el cual cuenta con diferentes materiales para un mejor desarrollo cognitivo.

#### **2.03.01.05.01 Logotipo**

Aunque sea el nombre generalizado para los logos, etimológicamente nace del griego *λόγος* (palabra) por lo que, originalmente, un logotipo es un diseño exclusivamente tipográfico.

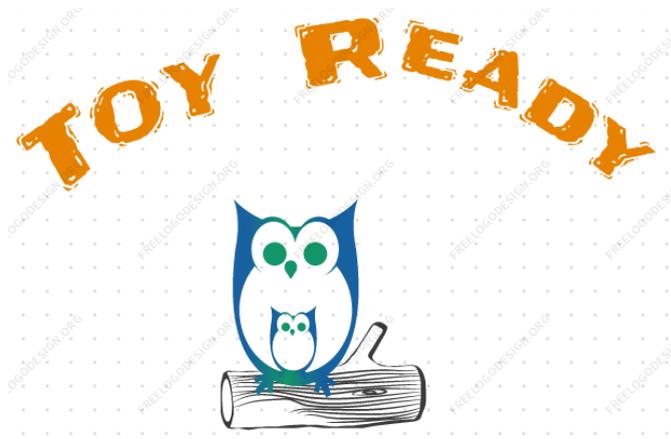
Las palabras Toy Ready están escritas con color naranja dado que representa diversión, vitalidad y sociabilidad.



**Figura 8** Logotipo  
Elaborado por: Wendy Torres

### 2.03.01.05.02 Imagotipo

Es la suma de un logotipo y un icono.



**Figura 9** Imagotipo  
Elaborado por: Wendy Torres

### 2.03.01.05.02 Isotipo

Es una marca representada únicamente por un icono, ya que es tan conocida que no necesita de más.

El icono utilizado es el búho, en América se atribuyen a los búhos la sabiduría y el conocimiento sagrado, expresado de color azul sinónimo de seguridad y responsabilidad y verde que representa la naturalidad y crecimiento



**Figura 10** Isotipo  
Elaborado por: Wendy Torres

### **2.01.05 Eslogan**

Busca que las personas se sientan atraídas por determinados productos o servicios, haciendo mucho énfasis en sus características o vinculándolo con algún valor representativo.

Con el slogan Viaja a otro mundo, se busca que las personas sepan que leyendo se puede salir de la vida cotidiana y vivir nuevas experiencias que harán que la imaginación fluya y se desarrolle de maneras únicas y diferentes, se utiliza el color rojo que representa energía, fuerza y pasión.



Viaja a otro mundo

**Figura 11** Slogan  
Elaborado por: Wendy Torres

### **2.03.02 Gestión Administrativa**

La gestión Administrativa debe llevarse a cabo de forma correcta cumpliendo cada paso el cual dará oportunidad para ser eficientes y tener un buen ambiente laboral en el cual todos los colaboradores sentirán acogida y desarrollarán mejor sus actividades.

#### **2.03.02.01 Planeación**

A través de la planeación, la organización fija metas y establece qué pasos debería seguir para llegar hasta ella. Se debe seleccionar las acciones correctas y procesos adecuados para conseguir las metas.

#### **2.03.02.02 Organización**

Mediante la organización se puede optimizar gastos y recursos que la empresa enfrentara, la cual ayudara al desarrollo de las estrategias, también se llevara a cabo el control de desempeño del personal teniendo mayor productividad y mejores resultados.

### **2.03.02.03 Dirección**

La Dirección será eficiente en cuanto se encamine hacia el logro de los objetivos generales de la empresa, y estos sólo podrán alcanzarse si los subordinados se interesan en ellos, lo que se facilitará si sus objetivos individuales son satisfechos al conseguir las metas de la organización y si estas no se contraponen a su autorrealización. (Loeza, 2013)

### **2.03.02.04 Coordinación**

La coordinación es un proceso que consiste en integrar las actividades de departamentos independientes a efecto de perseguir las metas de la organización con eficacia. (Loeza, 2013)

En esta área se debe coordinar las actividades que desarrolla la empresa con los recursos que utilizará para ser más eficientes.

### **2.03.02.05 Control**

Concibe como la verificación a posteriori de los resultados conseguidos en el seguimiento de los objetivos planteados y el control de gastos invertido en el proceso realizado por los niveles directivos donde la estandarización en términos cuantitativos, forma parte central de la acción de control. (Loeza, 2013)

### **2.03.02.06 Organigrama**

El organigrama es importante en toda empresa, sabiendo las tareas que cada departamento tiene como objetivo se tendrá una oportunidad significativa, el correcto manejo de las funciones ayudará en una mejora administrativa.

Toy Ready



**Figura 12** Organigrama  
 Elaborado por: Wendy Torres  
**Análisis:**

La empresa Toy Ready contara con:

**Gerente:** persona encargada de la dirección y organización de la empresa, tendrá que dirigir a todos los empleados para de esta forma maximizar la producción y tener mayor eficiencia.

**Área atención al cliente:** Donde se encuentran los vendedores los cuales estarán capacitados para tratar a los clientes y tener el conocimiento adecuado de todas las características del producto, encargaran de interactuar con los clientes de manera amable para saber que necesitan y dar solución a cualquier duda con el buen manejo de objeciones, persuadir a los clientes para que se interesen en el producto, lograr los cierres de ventas y dar servicio postventa.

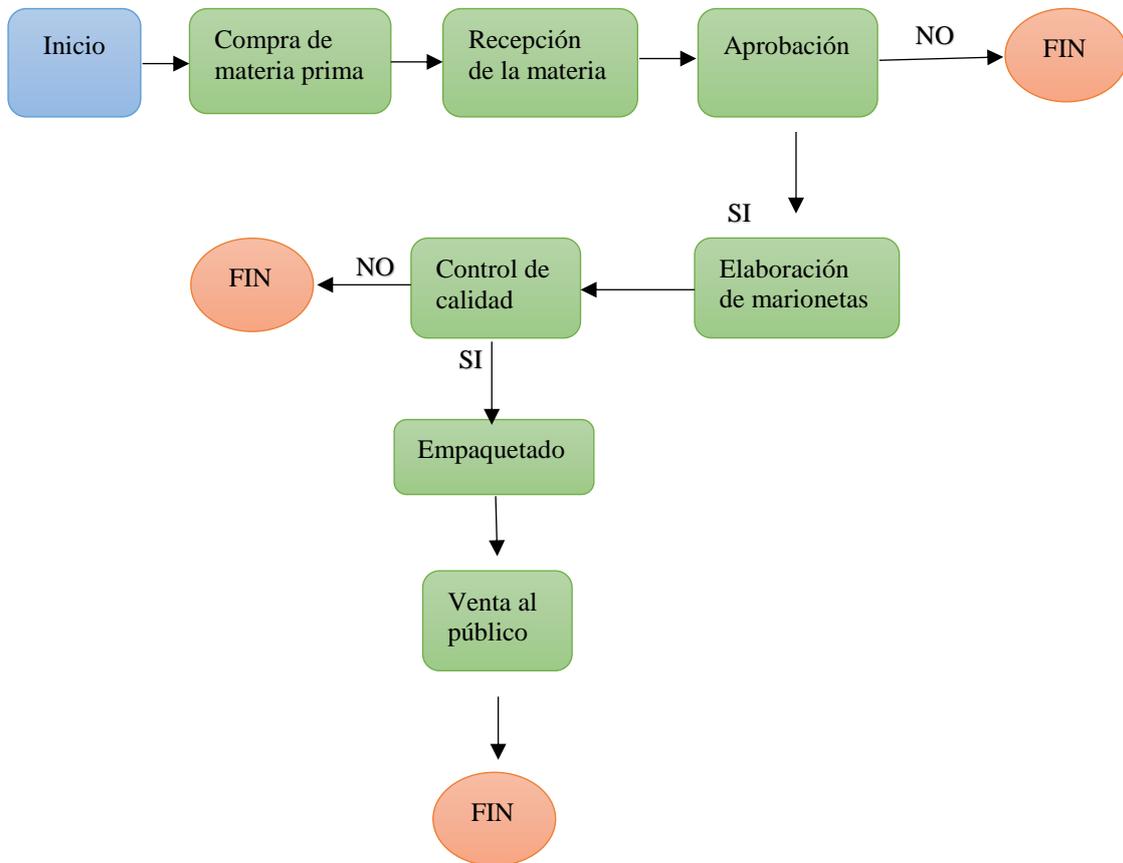
**Departamento de producción:** se encargará de transformar la materia prima en el producto final para ser vendido al público, controlar la calidad y disminuir costos.

Aquí se encuentran los obreros que son los encargados de realizar el proceso de fabricación de los productos, manteniendo los equipos en buen estado, cumpliendo las normas de seguridad.

### 2.03.03 Gestión Operativa

La gestión operativa puede definirse como un modelo de gestión compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejora de las organizaciones internas, con el fin de aumentar su capacidad para conseguir los propósitos de sus políticas y sus diferentes objetivos operativos.

Mediante esta gestión se controla los procesos que la empresa deberá seguir realizando la utilización óptima de los recursos y definir así donde está dirigido el producto dando fortaleza si se lleva a cabo correctamente, nos ayudará a ser más competitivos en el mercado y tener posicionamiento.



**Figura 13** Diagrama de Flujo  
Elaborado por: Wendy Torres

### **Análisis:**

Mediante el diagrama de flujo se determina el inicio de cómo será creado el producto, hasta que llegue al consumidor, contara con varias etapas en las cuales primero se realizara la compra de la materia prima, su recepción y aprobación, para esto deberá estar en buen estado, de lo contrario no se seguirá el proceso, de ser aprobado se continuara la elaboración del producto, al terminar la elaboración el producto final debe pasar por control de calidad en donde el producto deberá cumplir con todos los estándares requeridos para proceder a empaquetarlo y finalmente ponerlo a la venta para el público.

### **2.03.04 Gestión Comercial**

Mediante esta gestión se debe dar a conocer el producto, esto es una oportunidad ya que los productos son de calidad, pero también es importante dar a conocer al público, para esto se debe desarrollar una estrategia de Marketing mix.



**Figura 14 4P'S**

Fuente: Pixel Creativo

Elaborado por: Wendy Torres

### 2.03.04.01 Marketing Mix

#### 2.03.04.01.01 Producto

Los productos de Toy Ready serán elaborados con materiales didácticos los cuales ayuden a la estimulación de los sentidos de los niños, contarán con diferentes temáticas de los cuentos y fabulas más populares lo cual ayudara al desarrollo de la imaginación y la creatividad.

**Tabla 4** Producto

<b>PRODUCTO AUMENTADO</b>	<p>Marionetas Toy Ready para incentivar lectura</p> <p>Las marionetas naturalmente son usadas para el entretenimiento de niños pequeños, tienen diferentes temáticas, diseños únicos y originales, un punto importante es que se realiza atención post venta para la fidelización de los clientes.</p> <p>Genera confianza a los clientes satisfaciendo sus necesidades, y la empresa se posiciona en el mercado.</p>
-------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Elaborado por: Wendy Torres

#### 2.03.04.01.01.01 Características Producto

- Diseños Singulares. - Los diseños creados por Toy Ready serán únicos y originales porque utilizara una escena que refleje todo un cuento.
- Hecho en Ecuador. - La materia prima utilizada será de origen ecuatoriano, de la misma forma su producción se realizará en el país.
- Con Temática. - se diseña las marionetas refiriéndose a los temas de los cuentos.
- Tendencia en cuentos. - Se enfocará en desarrollar diseños de los cuentos que tengan mayor preferencia en el mercado.

#### **2.03.04.01.01.02 Ventaja**

- Excelente calidad. - Los materiales que se utilizarán para la elaboración deberán pasar por pruebas de calidad antes de su utilización.
- Exclusividad. - se realizarán diseños limitados para su venta.
- Producto Económico. - El precio de venta al público será accesible para que los consumidores puedan adquirir el producto.
- Mayor competitividad. - al tener atributos en calidad, precio, diseño, y ser exclusivos los productos de Toy Ready son más atractivo que la competencia

#### **2.03.04.01.01.03 Beneficios**

- Los consumidores estarán satisfechos de utilizar el producto ya que sentirán la exclusividad por los diseños que ofrece.
- Aporta en el conocimiento de los niños pequeños.
- Los Consumidores tendrán un producto de calidad y poco costoso.
- Genera mayor empleo en el país y ayuda en la economía nacional.

#### **2.03.04.01.01.04 Método de prospección**

La prospección es la búsqueda organizada de clientes potenciales utilizando técnicas o métodos específicos.

Es necesario investigar los prospectos antes de contactarlos para saber si son los clientes adecuados.

Toy Ready busca satisfacer las necesidades de los clientes, aumentar las ventas, diferenciarse de sus competidores, utilizando los siguientes métodos.

**Por Directorios:** Se obtendrán de internet aquí se encontrarán varios directorios especializados, de cámara de comercio.

**Directa:** Se pedirá personas referidas a los clientes actuales de la empresa.

**En la promoción:** se asistirá a ferias, exhibiciones o demostraciones las cuales estén enfocadas a la lectura infantil, de esta forma se obtendrá clientes potenciales, dado que en este tipo de eventos asisten personas interesadas en el aprendizaje de sus hijos.

### 2.03.04.01.02 Precio

El precio es en el sentido más estricto la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio. (Armstrong, 1996)

Costos de producción y PVP

**Tabla 5 PVP**

	Marioneta Muppet	Marioneta Puxinel-li
<b>Materia Prima</b>	<b>5</b>	<b>7</b>
<b>Mano de obra</b>	<b>1,54</b>	<b>1,54</b>
<b>Costos Indirectos Fijos</b>	<b>0,52</b>	<b>0,52</b>
<b>Costo Total</b>	<b>7,06</b>	<b>9,06</b>
<b>% Utilidad</b>	<b>3,53</b>	<b>4,53</b>
<b>PVP</b>	<b>10,59</b>	<b>13,59</b>

Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

Para determinar el precio de venta al público se debe tomar en cuenta la materia prima, la mano de obra, los costos indirectos y la utilidad que se desea generar para la empresa, es importante que haya un equilibrio entre oferta y demanda ya que de lo contrario el producto no será adquirido en el mercado.

El precio de los productos de Toy Ready está descritos en la siguiente tabla.

**Tabla 6** Lista de Precios

PRODUCTO	CODIGO	UNIDADES	PVP
Marioneta Muppet	MM	1	\$ 10,59
Marioneta Putxineli	MP	1	\$ 13,59

Elaborado por: Wendy Torres

### **Análisis:**

Los costos totales que se generan entre un producto y otro son factores que afectaran el precio de venta al público.

### **Descuentos**

La empresa Toy Ready maneja un Descuento del 10% de descuento a los clientes de la empresa en su segunda compra.

### **2.03.04.01.03 Plaza**

#### **Canales de distribución**

Se realiza las ventas mediante redes sociales como: Facebook e Instagram para que los productos puedan tener mayor cantidad de alcance para el público, ya que estos medios abarcan una gran cantidad de personas y hoy en día todo el mundo está conectado.

#### **Localización**

La localización de la empresa Toy Ready está ubicada al norte de Quito en el sector Mitad del Mundo.

## **Cobertura**

La empresa por el momento se manejará en San Antonio de Pichincha, Pomasqui Y Calacalí.

### **2.03.04.01.04 Promoción**

#### **Ventas personales**

Las ventas que realiza la empresa en su mayoría son efectuadas de manera personal realizando visitas a los posibles clientes ofreciendo los productos, para lograr que sea efectivo este proceso se deben seguir los siguientes parámetros.

#### **1. Prospección**

Por Directorios: Se obtendrán de internet aquí se encontrarán varios directorios especializados, de cámara de comercio.

Directa: Se pedirá personas referidas a los clientes actuales de la empresa.

En la promoción: se asistirá a ferias, exhibiciones o demostraciones las cuales estén enfocadas a la lectura infantil, de esta forma se obtendrá clientes potenciales, dado que en este tipo de eventos asisten personas interesadas en el aprendizaje de sus hijos.

#### **2. Clasificación de prospectos**

Se realiza la clasificación según su capacidad financiera, su autoridad para decidir la compra, su interés por el producto y realizar un registro de los clientes potenciales.

### **3. Preparación**

Se debe planificar la presentación que se hará antes de contactar al cliente, esto dependerá de la información que se pueda obtener según sus necesidades, su capacidad de pago, etc.

### **4. Presentación**

El ejecutivo de ventas deberá presentarse y presentar a la empresa amablemente, transmitir seguridad, tranquilidad y profesionalidad.

### **5. Argumentación**

El ejecutivo de ventas describirá al producto indicando sus características y beneficios.

El manejo de la argumentación debe ser de acuerdo a las necesidades de cada cliente.

### **6. Manejo de objeciones**

El ejecutivo de ventas debe tener buen manejo de palabra y solucionar las dudas de los clientes sin perder la calma, debe persuadir al cliente para lograr la venta, para lograr esto debe conocer muy bien el producto.

### **7. Cierre de ventas**

El ejecutivo de ventas debe conseguir que el cliente adquiera el producto realizando el pago, de la mejor forma sin tener que presionarlo.

### **8. Seguimiento**

El ejecutivo de ventas mantendrá contacto con el cliente para asegurarse de que no tenga problemas con el producto, y demostrando el interés que tiene la empresa por su comodidad y satisfacción.

## Publicidad

Se manejará mediante medios Digitales y redes sociales como, Facebook e Instagram, publicando nuevos productos y exponiendo.



**Figura 15** Pagina de Facebook  
Elaborado por: Wendy Torres

Diseñar Flyers para distribuirlos en las tres parroquias donde se llevará a cabo el proyecto con la dirección y horario de atención.



# TOY Ready



VIAJA A OTRO MUNDO

CENTRO COMERCIAL EQUINOCCIAL

**ATENCIÓN:  
LUNES A VIERNES**

**9AM - 5PM**

SAN ANTONIO DE PICHINCHA:  
13 DE JUNIO Y EQUINOCCIAL.

**Contacto:: 0991994884**

**Figura 16** Flyer

Elaborado por: Wendy Torres

### **Análisis:**

Para la publicidad la empresa se enfoca en las estrategias OTL enfocándonos en las redes sociales de mayor impacto en el cual se puede determinar el público objetivo y llegar al cliente de forma masiva y BTL mediante la creación de flyers que serán distribuidos directamente a nuestro público objetivo, con información clara.

## 2.04 Análisis FODA

**Tabla 7 FODA**

<b>Fortaleza</b>	<b>Oportunidades</b>
Proveedores confiables	Recuperación del PIB
Precios asequibles	Inflación Negativa
productos de calidad	El 96% población económicamente activa
Buena Atención a los clientes	Disminución del desempleo
	Uso de Internet mayor al 50% de la población

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Desconocimiento de la marca	Tasa de interés pasiva baja
Pago de interés en prestamos	Índice de lectura en ecuador es el más bajo de Latinoamérica
Falta de capacitación en el personal	Competencia Agresivas
	Peligro de terremoto o lluvia constantes que puede dañar la infraestructura de la empresa

Elaborado por: Wendy Torres

## CAPITULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.01 Análisis del consumidor

##### 3.01.01 Determinación de la población y muestra

En el actual proyecto se determina la población a los padres de familia de los menores de 0 a 5 años que habitan en la parroquia de San Antonio de Pichincha. El 9.2% de la población total de 35000 habitantes representan a los menores dando un aproximado de 3220 niños.

##### 3.01.01.01 Fórmula para calcular la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

N= Tamaño de la población 3220

Z=Nivel de confianza 95%

e= margen de error del 5%

Muestra equiprobable

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

$$N = \frac{1.96^2 * 3220 * 0.5 * 0.5}{(3220-1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$N = 385$$

### **3.01.02 Técnicas de obtención de información**

#### **3.01.02.01 La Observación**

Se utiliza esta técnica con un niño de 2 años el cual se le otorga el producto para determinar la reacción que tiene el individuo y la aceptación hacia el producto.

#### **3.01.02.02 La encuesta**

Mediante preguntas específicas con respuestas cerradas se pretende recopilar información importante que determinara si el producto es factible o no, la cual se realizara a padres de familia de niños de 0 a 4 años.

## INSTITUTO TECNOLÓGICO CORDILLERA

### ENCUESTA PARA EMPRESA Toy Ready

Se realiza la encuesta para saber que aceptación tiene el producto Toy Ready en el mercado

Nombre:.....

Género:.....

Edad:.....

**Indicaciones:** es posible que algunas preguntas tengan más de una respuesta.

1.- ¿Es Padre o Madre de Familia?

Si

No

2.- ¿Tiene hijos menores de 4 años?

Si

No

3.- ¿Compra juguetes que incentivan a la lectura a su hijo o hija?

Si

No

4.- ¿Con que frecuencia los adquiere?

- 1 vez al año
- 2 veces al año
- 3 o más veces al año

5.- ¿Dónde adquiere los Juguetes que compra?

- Juguetón
- Mi juguetería
- Tienda
- Otros

6.- ¿Por qué adquirir los productos en ese lugar?

- Marca
- Menores Precios
- Recomendaciones
- Otros

7.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un Juguete que ayuda en la educación de su hijo o hija?

- \$1 a \$5
- \$5.01 a \$10
- \$10.01 a \$15
- \$15.01 o más

8.- ¿Qué característica busca en los juguetes educativos?

- Imitación de voz
- Que sea sencillo
- Movimientos automáticos
- Resistentes al agua

9.- ¿Estaría dispuesto adquirir Toy Ready?

- Si
- No

Muchas Gracia

### 3.01.03 Análisis de la información

#### Tabulación de la encuesta para la empresa Toy Ready

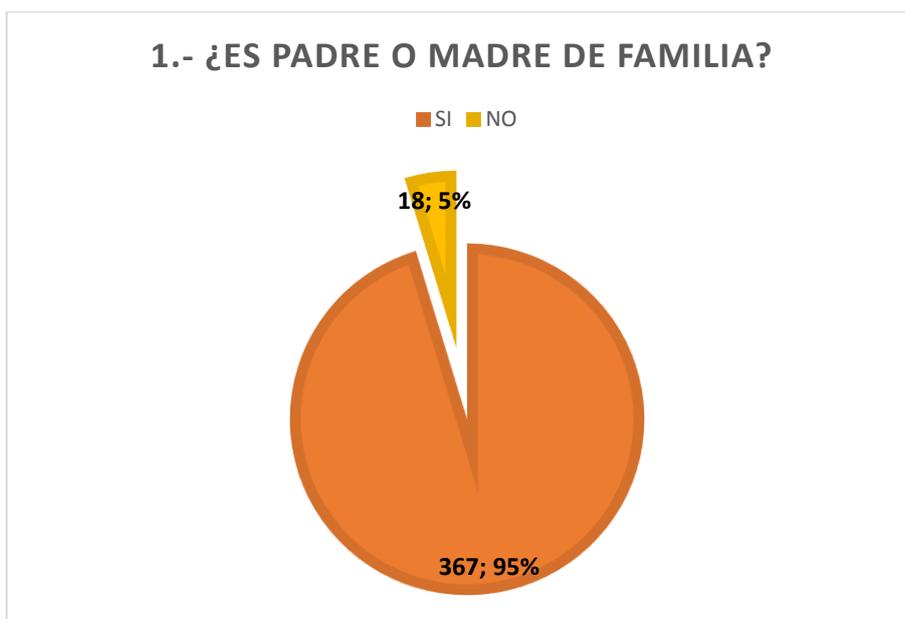
1.- ¿Es Padre o Madre de Familia?

Valido 385  
 Perdido 0  
 Total 385

**Tabla 8** Pregunta 1 Encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	367	95%
	NO	18	5%
	Total	385	100%

Fuente: Encuestas para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres



**Figura 17** Pregunta 1 Encuesta  
 Fuente: Encuesta para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres

#### Análisis:

El 95% de personas encuestadas respondieron que son padres de familia, dando a conocer que pueden ser clientes potenciales, lo cual permite tener un enfoque más claro para dar a conocer nuestro producto.

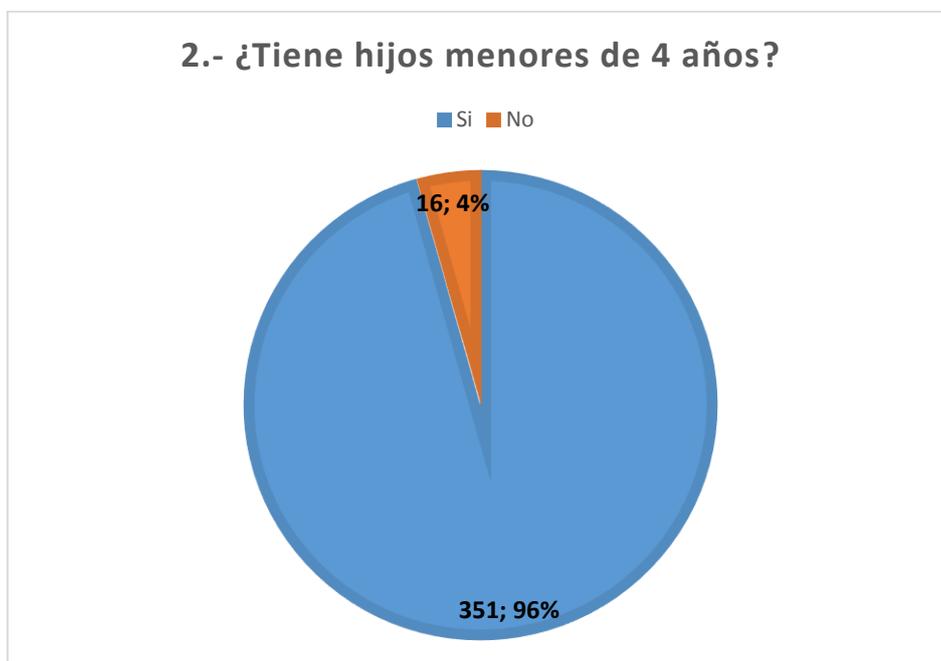
2.- ¿Tiene hijos menores de 4 años?

Valido 367  
 Perdido 18  
 Total 385

**Tabla 9** Pregunta 2 Encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	351	96%
	NO	16	4%
	Total	367	100%

Fuente: Encuestas para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres



**Figura 18** Pregunta 2 Encuesta

Fuente: Encuesta para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

Se podrá focalizar el producto hacia los padres que tengan hijos menores de 4 años, que es la mayoría con un 96% de los encuestados y así realizar campañas de publicidad con mayor efectividad.

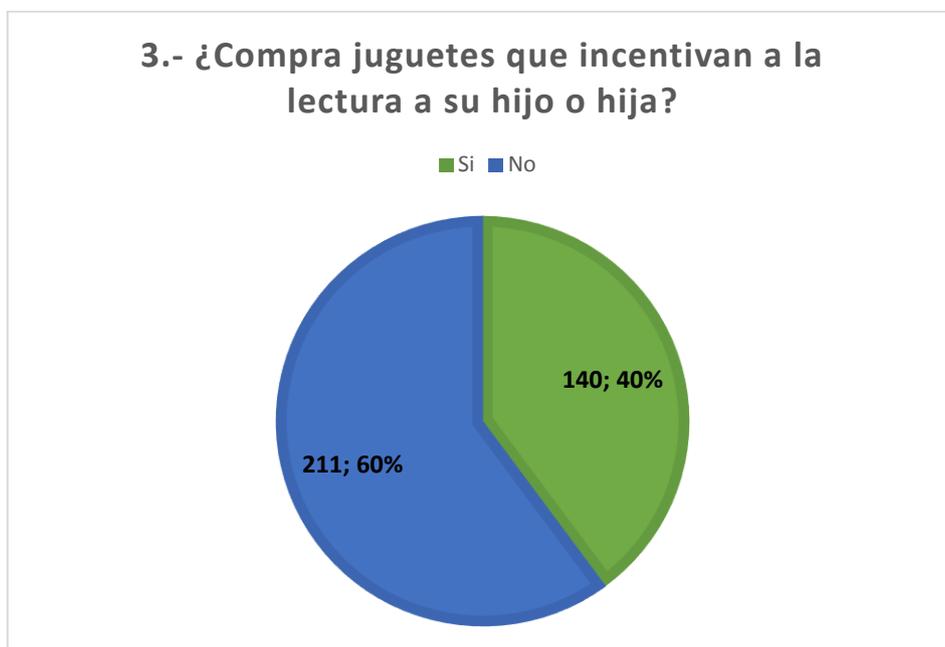
3.- ¿Compra juguetes que incentivan a la lectura a su hijo o hija?

Valido 351  
 Perdido 34  
 Total 385

**Tabla 10** Pregunta 3 Encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	140	40%
	NO	211	60%
	Total	351	100%

Fuente: Encuestas para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres



**Figura 19** Pregunta 3 Encuesta

Fuente: Encuesta para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:** La mayoría de los padres siendo el 60%, no suele comprar juguetes que incentiven a la lectura a sus hijos, esto puede ser perjudicial para la empresa si no se lleva a cabo una estrategia publicitaria correcta para motivar la compra del producto.

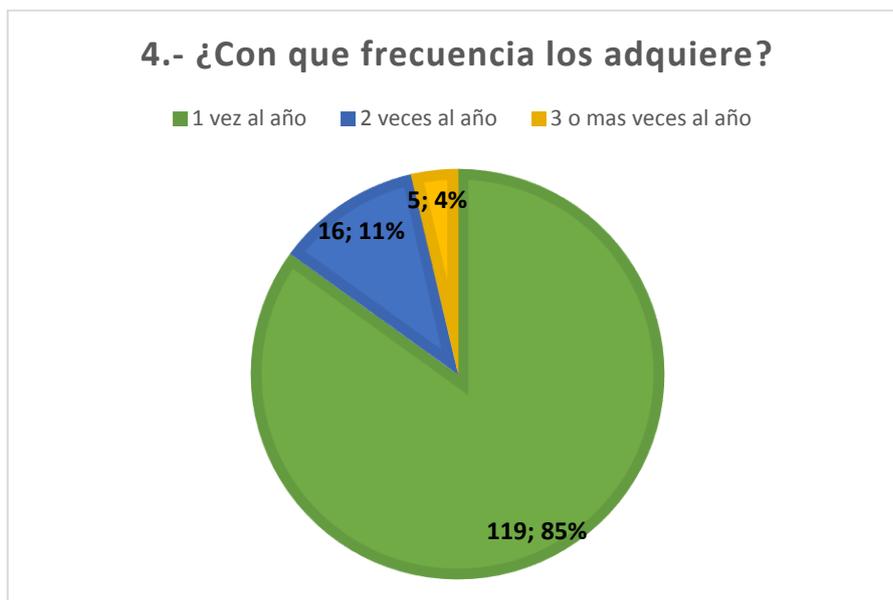
4.- ¿Con que frecuencia los adquiere?

Valido	140
Perdido	245
Total	385

**Tabla 11** Pregunta 4 Encuesta

	Frecuencia	Porcentaje
Válido 1 vez al año	16	5%
2 veces al año	5	11%
3 o más veces al año	119	85%
Total	140	100%

Fuente: Encuestas para la empresa Toy Ready  
Elaborado por: Wendy Torres



**Figura 20** Pregunta 4 Encuesta

Fuente: Encuesta para la empresa Toy Ready  
Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:** Los de padres que adquieren juguetes que incentivan a la lectura para sus hijos el 85% lo hace por lo menos 1 vez al año, el 11% 2 veces al año y el 4% restante los adquiere 3 o más veces al año, se dispone de un mercado amplio que se debe aprovechar para que estos consumidores adquieran el producto.

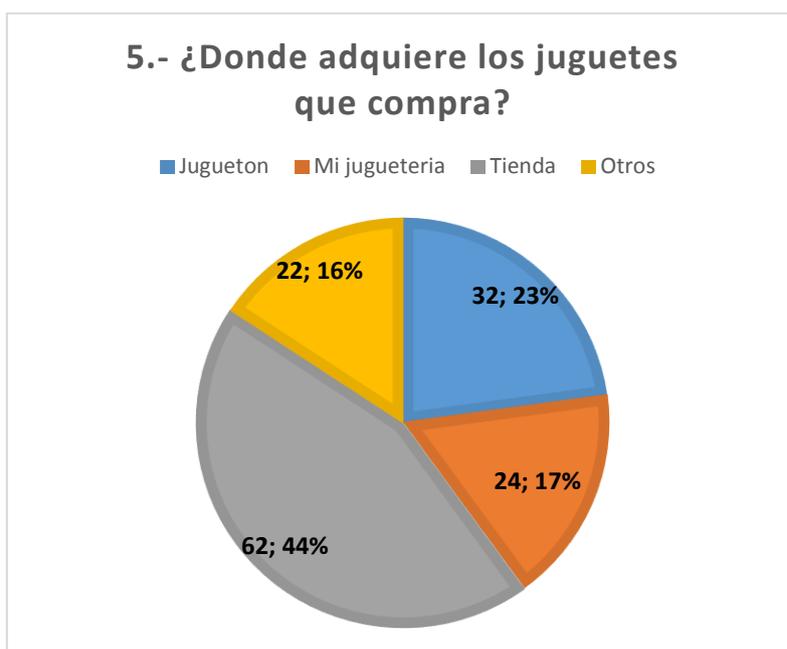
5.- ¿Dónde adquiere los Juguetes que compra?

Valido 140  
 Perdido 245  
 Total 385

**Tabla 12** Pregunta 5 Encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Juguetón	32	23%
	Mi Juguetería	22	17%
	Tienda	62	44%
	Otros	24	16%
	Total	140	100%

Fuente: Encuestas para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres



**Figura 21** Pregunta 5 Encuesta

Fuente: Encuesta para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:** Las tiendas son el lugar más visitado por los ciudadanos de San Antonio de pichincha con un 44% de las personas que realizan las adquisiciones de juguetes educativos. Sin embargo, Juguetón y Mi Juguetería son también buenas opciones para la compra de los juguetes con el 23% y el 17% respectivamente.

6.- ¿Por qué adquirir los productos en ese lugar?

Valido 140  
 Perdido 245  
 Total 385

**Tabla 13** Pregunta 6 Encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Marca	72	51%
	Menor precio	47	34%
	Recomendaciones	16	11%
	Otros	5	4%
	Total	140	100%

Fuente: Encuestas para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres



**Figura 22** Pregunta 6 Encuesta

Fuente: Encuesta para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:** El 51% de personas encuestadas prefieren adquirir un producto por su marca, con lo cual se sienten más seguros por la calidad que ofrece, el 34% los adquiere en lugares donde sus precios son bajos y el 11% por recomendación de familiares o conocidos. Al contar con productos de calidad y precios asequibles se tiene una gran ventaja para vender el producto.

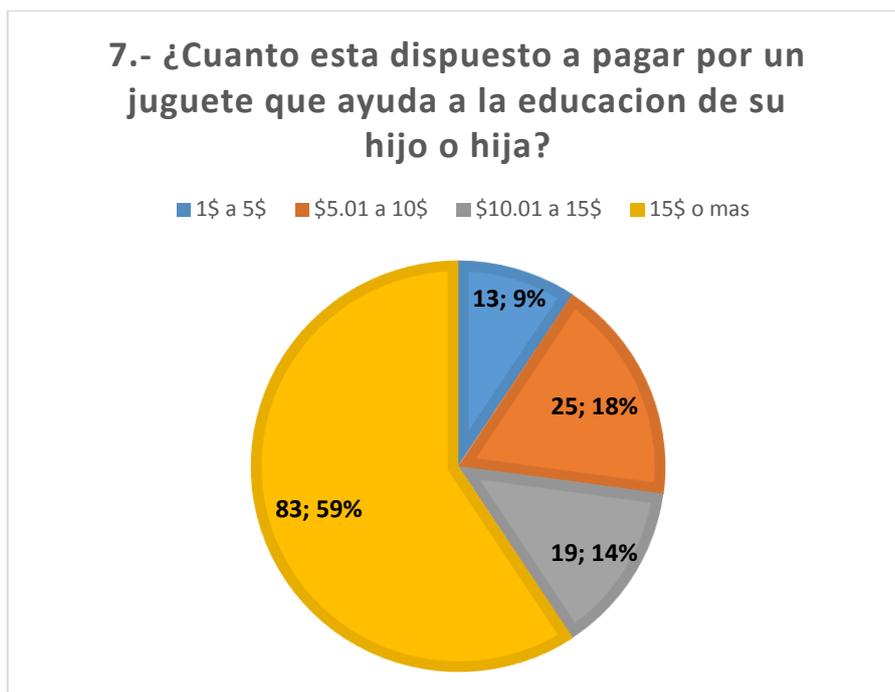
7.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un Juguete que ayuda en la educación de su hijo o hija?

Valido 140  
 Perdido 245  
 Total 385

**Tabla 14** Pregunta 7 Encuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	\$1 a \$5	13	9%
	\$5.01 a \$10	25	18%
	\$10.01 a \$15	19	14%
	\$15.01 o más	83	59%
Total		140	100%

Fuente: Encuestas para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres



**Figura 23** Pregunta 7 Encuesta

Fuente: Encuesta para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:** El 59% de personas estaría dispuesto a pagar más del 15\$ por un juguete que ayuda a sus hijos con su educación, lo que significa que el producto podría ser adquirido por la mayoría del público encuestado.

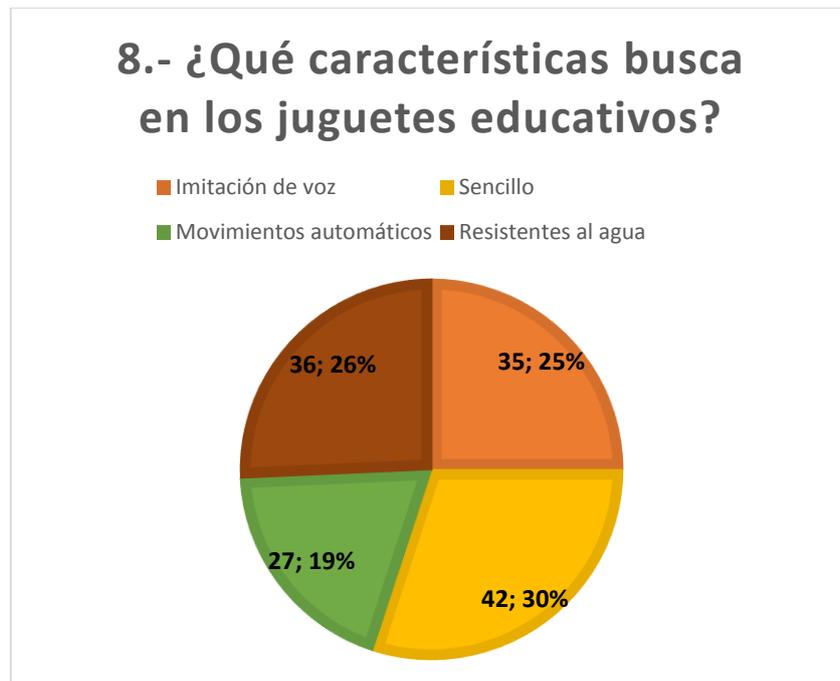
8.- ¿Qué características busca en los juguetes educativos?

Valido 140  
 Perdido 245  
 Total 385

**Tabla 15** Pregunta 8 Encuesta

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Imitación de voz	35	25%
Sencillo	42	30%
Movimientos Automáticos	27	19%
Resistentes al Agua	36	26%
Total	140	100%

Fuente: Encuestas para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres



**Figura 24** Pregunta 8 Encuesta

Fuente: Encuesta para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:** las características adicionales expuestas han tenido una aceptación similar, se podría presentar un nuevo prototipo posteriormente que cuente con una característica adicional como la resistencia al agua que tiene mayor interés en los encuestados, esto serviría para que el juguete sea usado incluso al momento del baño de los niños.

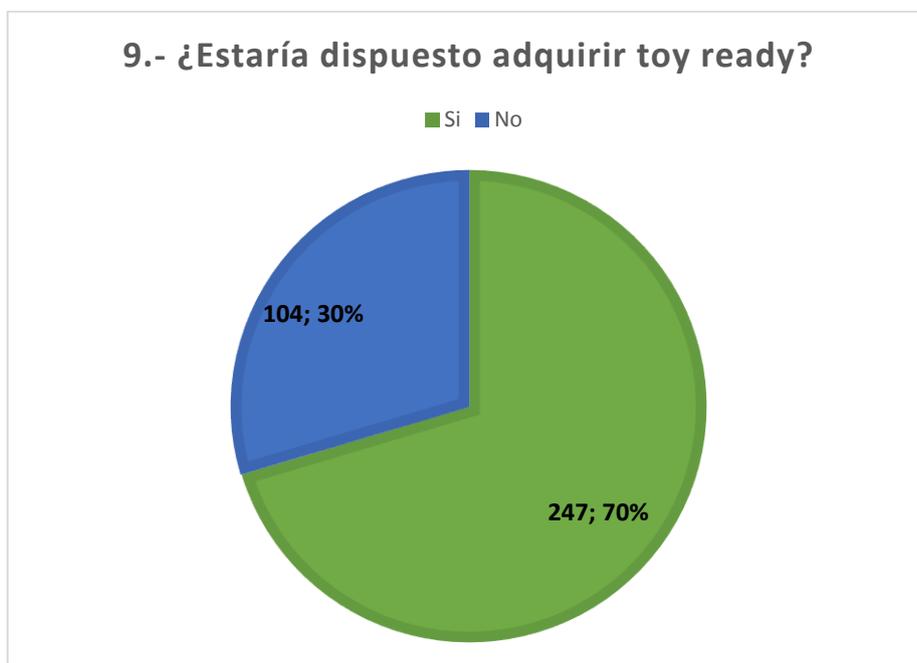
9.- ¿Estaría dispuesto adquirir Toy Ready?

Valido 351  
 Perdido 34  
 Total 385

**Tabla 16** Pregunta 9 Encuesta

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Si	247	70%
No	104	30%
Total	351	100%

Fuente: Encuestas para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres



**Figura 25** Pregunta 9 Encuesta

Fuente: Encuesta para la empresa Toy Ready  
 Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:** El 70% de las personas que tienen hijos menores a 4 años estarían dispuestos a adquirir el producto Toy Ready para ayudar en la educación de sus hijos o hijas, contando con una buena oportunidad para lanzar el producto al mercado.

### 3.02 Oferta

#### 3.02.01 Oferta Histórica

**Tabla 17** Oferta Histórica

PIB Juguetería en Ecuador	
Año	Valor
2010	21 millones
2011	34.70 millones
2012	43.58 millones
2013	38.13 millones
2014	35.57 millones
2015	1.55 millones
2016	11.67 millones

Fuente: INEC

Elaborado por: Wendy Torres

#### Análisis:

Para la oferta histórica se tomó como referencia los ingresos que tiene el país en la industria de los juguetes, el decrecimiento del PIB de los últimos años para sacar los valores estimados.

#### 3.02.02 Oferta Actual

**Tabla 18** Oferta Actual

Año	Población seleccionada Compradores de juguetes educativos (40%)	Compradores de juguetes educativos (40%)	Valor marionetas	Total
2017	1288	(60%) 773	\$16,15	\$12483,95
2017	1288	(40%) 515	\$18,4	\$9476,00
<b>Total</b>		1288		\$21959.95

Fuente: Encuestas para la empresa Toy Ready

Elaborado por: Wendy Torres

#### Análisis:

La población seleccionada se tomó de la encuesta las personas que compran juguetes educativos en el sector San Antonio de Pichincha siendo el 40% de padres de familia de

niños menores a 4 años dato que fue sacado de las encuestas, las personas estarían dispuestas a comprar el producto.

El 40% se destina a marionetas Putxineli y el 60% para marionetas Muppet.

### 3.02.03 Oferta Proyectada

**Tabla 19** Oferta Proyectada

Año	Población seleccionada	Valor promedio marionetas	Total
2018	1417	\$17,28	\$24485,76
2019	1559	\$17,28	\$26939,52
2020	1715	\$17,28	\$29635,20
2021	1887	\$17,28	\$32607,36
2022	2076	\$17,28	\$35873,28

Elaborado por: Wendy Torres

#### Análisis:

La oferta Proyectada se refleja a 5 años esperando que se incremente el 10% anual de los productos en el mercado.

### 3.03 Demanda

#### 3.03.01 Demanda Histórica

**Tabla 20** Demanda Histórica

PIB Juguetería en Ecuador	
Año	Valor
2012	5.22 millones
2013	4.57 millones
2014	4.26 millones
2015	186 mil
2016	1.40 millones

Fuente: INEC

Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

Para la demanda histórica se tomó como referencia los bienes adquiridos de los consumidores en la industria de los juguetes, el decrecimiento del PIB de los últimos años para sacar los valores estimados.

### 3.03.02 Demanda Actual

**Tabla 21** Demanda Actual

Año	Población seleccionada (posibles compradores del producto) (70%)	Porcentaje por Tipo de marioneta		Valor marionetas	Total
2017	2254	(60%)	1352	\$16,15	\$21834,80
2017	2254	(40%)	902	\$18,40	\$16596,80
<b>Total</b>			<b>2254</b>		<b>\$38431,60</b>

Fuente: Encuestas para la empresa Toy Ready  
Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

La población seleccionada se tomó de la encuesta siendo el total de 70% de personas en promedio que están dispuestos a adquirir el producto. De lo cual el 40% se destina a marionetas Putxinel·li y el 60% para marionetas Muppet.

### 3.03.03 Demanda Proyectada

**Tabla 22** Demanda proyectada

Año	Población seleccionada	Valor promedio marionetas	Total Ingresos
2018	2525	\$17,28	\$43632,00
2019	2828	\$17,28	\$48867,84
2020	3167	\$17,28	\$54725,76
2021	3547	\$17,28	\$61282,16
2022	3973	\$17,28	\$68653,44

Fuente: Encuestas para la empresa Toy Ready  
Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

La demanda Proyectada se refleja a 5 años esperando que se incremente el 12% de los posibles compradores.

### 3.04 Balance Oferta Demanda

#### 3.04.01 Balance Actual

**Tabla 23** Balance actual

Oferta	Demanda	Total
1288	2254	966
\$21959,95	\$38431,60	\$16471,65

Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

Se puede determinar que existe una demanda insatisfecha de al menos 966 consumidores lo cual permitirá que la empresa tenga buena participación en el mercado y logre cubrir gran parte de esta demanda.

#### 3.04.02 Balance Proyectado

**Tabla 24** Balance proyectado

Año	Oferta	Demanda	Total
2018	\$24485,76	\$43632,00	\$19146,24
2019	\$26939,52	\$48867,84	\$21928,32
2020	\$29635,20	\$54725,76	\$25090,56
2021	\$32607,36	\$61282,16	\$28674,80
2022	\$35873,28	\$68653,44	\$32780,16

Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

Se puede determinar que cada año la demanda aumenta en el mercado, lo cual es favorable para la empresa, que contara con estrategias para abarcar el mayor número de consumidores.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.01 Tamaño del proyecto**

##### **4.01.01 Capacidad instalada**

Toy Ready contará con un espacio de 116m<sup>2</sup> lo cual estará distribuido de la siguiente forma.

##### **4.01.01.01 Área Administrativa**

Oficina de Gerencia

##### **4.01.01.02 Área Atención al cliente**

Recepción

Exhibidores de producto

Caja

##### **4.01.01.02 Área Almacenamiento**

Bodega

##### **4.01.01.02 Área Producción**

Departamento de operaciones

**Tabla 25** Capacidad instalada

Departamento	Detalle	Total por área
<b>Área Administrativa</b>		9.5m <sup>2</sup>
Oficina de Gerencia	9.5m <sup>2</sup>	
<b>Área Atención al cliente</b>		57.1m <sup>2</sup>
Recepción	14.7m <sup>2</sup>	
Exhibidores de producto	25.1m <sup>2</sup>	
Caja	17.3m <sup>2</sup>	
<b>Área Almacenamiento</b>		23.10 m <sup>2</sup>
Bodega	23.00m <sup>2</sup>	
<b>Baño</b>		3m <sup>2</sup>
<b>Área de producción</b>		23.3m <sup>2</sup>
<b>Total</b>		116m <sup>2</sup>

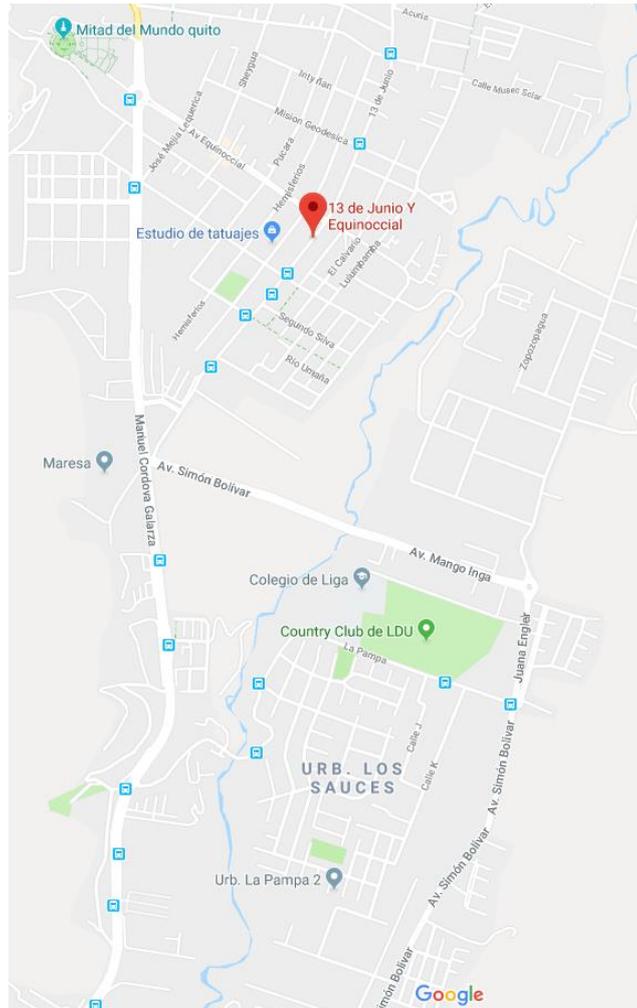
Elaborado por: Wendy Torres

## 4.02 Localización

Toy ready estará ubicado en la Provincia de Pichincha, en el Distrito metropolitano de Quito, parroquia San Antonio de Pichincha, calle 13 de Junio y Av. Equinoccial.

### 4.02.01 Macro localización

La macro localización es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social. Así mismo consiste en la ubicación de la empresa en el país, en el espacio rural y urbano de alguna región. (Monteagudo, 2012)



**Figura 26** Macro localización

Fuente: Google Map

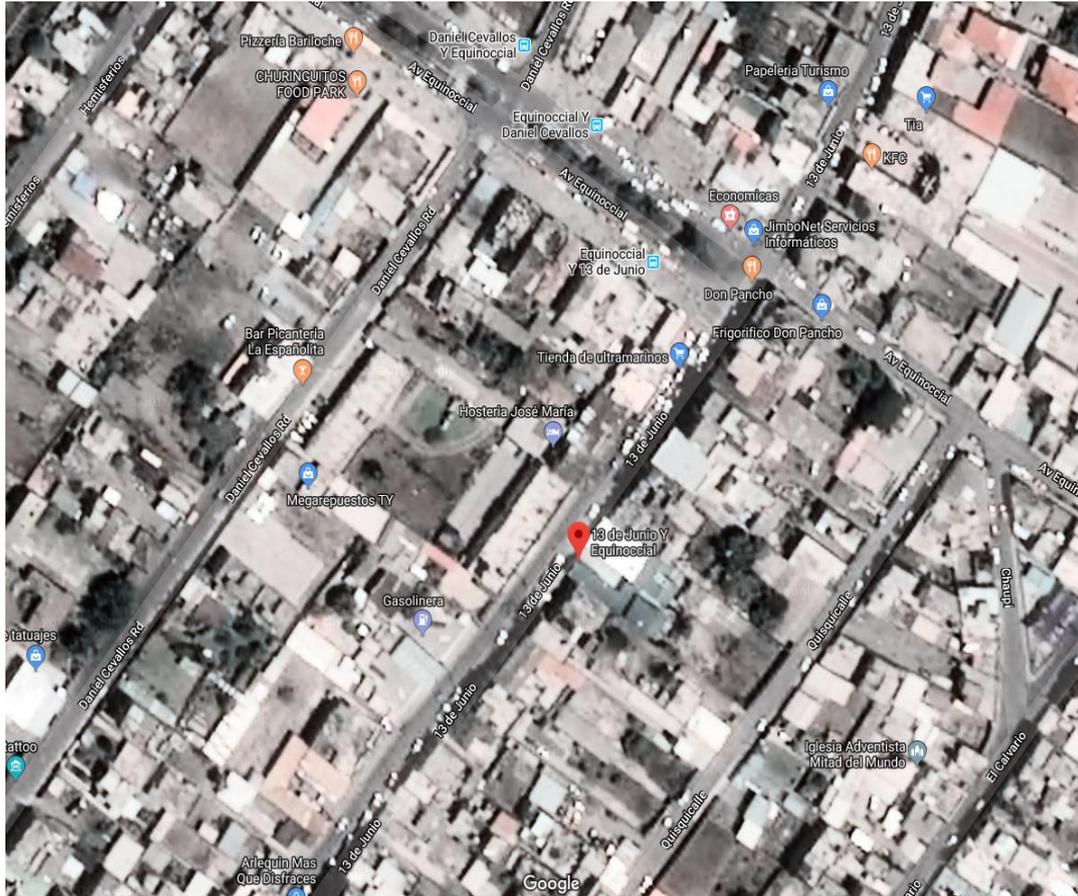
Elaborado por: Wendy Torres

### **Análisis:**

El presente proyecto se llevará a cabo en Ecuador, Provincia de Pichincha, Cantón Quito, parroquia San Antonio de Pichincha, lugar que se determinó por la optimización de gasto que dará y por la población existente en la parroquia.

#### **4.02.02 Micro localización**

Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido. (Monteagudo, 2012)



**Figura 27** Micro localización

Fuente: Google Map

Elaborado por: Wendy Torres

### **Análisis:**

El proyecto se llevara a cabo en la calle 13 de Junio y Equinoccial ya que es un sector muy comercial en la zona y es centralizado, de esta forma el desempeño de la empresa podrá ser mejor y se podrá llegar al público con mayor facilidad, se toma en cuenta este lugar porque el producto está dirigido a los ciudadanos que residen en la Parroquia de San Antonio de Pichincha, se optimizan los recursos y se evita grande costos de transporte para la entrega de la mercadería, el sector dispone de los servicios necesarios para llevar a cabo la actividad de la empresa.

#### 4.02.03 Localización Óptima

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario (criterio social). El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. Método cualitativo por puntos. Ventajas y Desventajas. Consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización. (Martinez, 2013)

**Tabla 26** Localización Optima

Factores	Ponderación	San Antonio de Pichincha		Pomasqui		Calacalí	
		Calificación n	Total l	Calificación n	Total l	Calificación n	Total l
Transporte	0,1	10	1	10	1	8	0,8
Permiso de funcionamiento	0,1	9	0,9	9	0,9	9	0,9
Servicios básicos	0,2	10	2	10	2	8	1,6
Competencia	0,15	8	1,2	7	1,05	5	0,75
Proveedores	0,15	9	1,35	8	1,2	6	0,9
Comercialización	0,15	10	1,5	8	1,2	6	0,9
Seguridad	0,1	9	0,9	9	0,9	7	0,7
Mano de obra	0,05	9	0,45	9	0,45	9	0,45
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>74</b>	<b>9,3</b>	<b>70</b>	<b>8,7</b>	<b>58</b>	<b>7</b>

Elaborado por: Wendy Torres

#### Análisis:

Para determinar el lugar más apropiado para la ubicación de la microempresa se tomó en cuenta varios factores que intervienen en la tasa de rentabilidad de la empresa, se realizó la ponderación en diferentes sectores el primero en San Antonio de Pichincha el cual obtuvo un puntaje total de 9,3 el cual es el más alto, da a conocer que es el lugar más apto para desarrollar el proyecto y el que permitirá el mejor funcionamiento y desarrollo de los objetivos. Pomasqui y Calacalí obtuvieron puntajes menores, lo cual indica que es menos factible llevar a cabo en estos lugares el proyecto.

### 4.03 Ingeniería del producto

#### 4.03.01 Descripción del Producto

La empresa Toy Ready ofrecerá dos tipos de productos los cuales contarán con temáticas de cuentos conocidos y fabulas.

1.- Marioneta Muppet la cual se los puede manejar con una mano simulando que hablan usando los 4 dedos, índice, medio, anular y menique para la parte superior de la boca y el pulgar para la parte inferior.

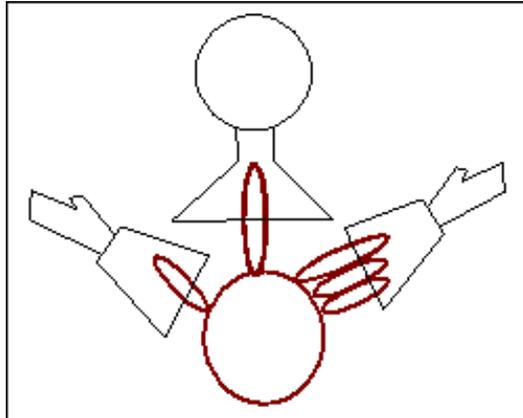


**Figura 28** Marionetas Muppet

Fuente: Google

Elaborado por: Wendy Torres

2.- Marioneta Putxineli en este tipo de marioneta se utilizará el dedo pulgar y el menique para mover los brazos y con los dedos índice, medio y anular la cabeza



**Figura 29** forma de usar Putxineli

Fuente: Google

Elaborado por: Wendy Torres



**Figura 30** Marionetas Putxineli

Fuente: Google

Elaborado por: Wendy Torres

#### 4.03.02 Distribución de planta

La distribución en planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. Ésta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación. Una distribución en planta puede aplicarse en una instalación ya existente o en una en proyección. (López, 2016)

Toy Ready estará distribuido de la siguiente forma



**Figura 31** Distribución de las áreas total de Toy Ready

Elaborado por: Wendy Torres

#### **Análisis:**

Toy Ready contará con el área administrativa, el área de atención al cliente, el área de almacenamiento, el área de producción las cuales contarán con todo lo necesario para lograr un buen funcionamiento de la empresa.



**Figura 32** Distribución Gerencia de Toy Ready  
Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

En el área administrativa se llevará a cabo el manejo de los recursos económicos y humanos de la empresa para un mejor funcionamiento.

Gerencia. - se realizará actividades que procuran alcanzar una o varias finalidades.

Finanzas. - se gestiona la liquides de la empresa y se toma decisiones para la empresa.

Marketing. - dentro de este departamento se llevará a cabo las estrategias para posicionar la marca, realizar la publicidad, y llevar el control de las ventas.



**Figura 33** Distribución Área Atención al cliente de Toy Ready  
Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

En el área de atención al cliente es donde hay interacción del personal de la empresa con los clientes para poder llevar a cabo el manejo de las necesidades y brindar una mejor atención.

Recepción. - se encarga de recibir y dar solución a las quejas de los clientes.

Exhibidores de producto. - el producto estará expuesto a los clientes para que puedan tomar la decisión de cuál es el producto que más les agrada

Caja. - se encarga de recepatar el pago de los clientes que adquieran el producto



**Figura 34** Distribución Área de almacenamiento de Toy Ready  
Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

Toy Ready cuenta con el área de almacenamiento donde seran colocados y clasificados los productos elaborados.



**Figura 35** Área de producción  
Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

Toy Ready cuenta con el área de producción donde se elaborará el producto y deberá pasar por los controles de calidad.



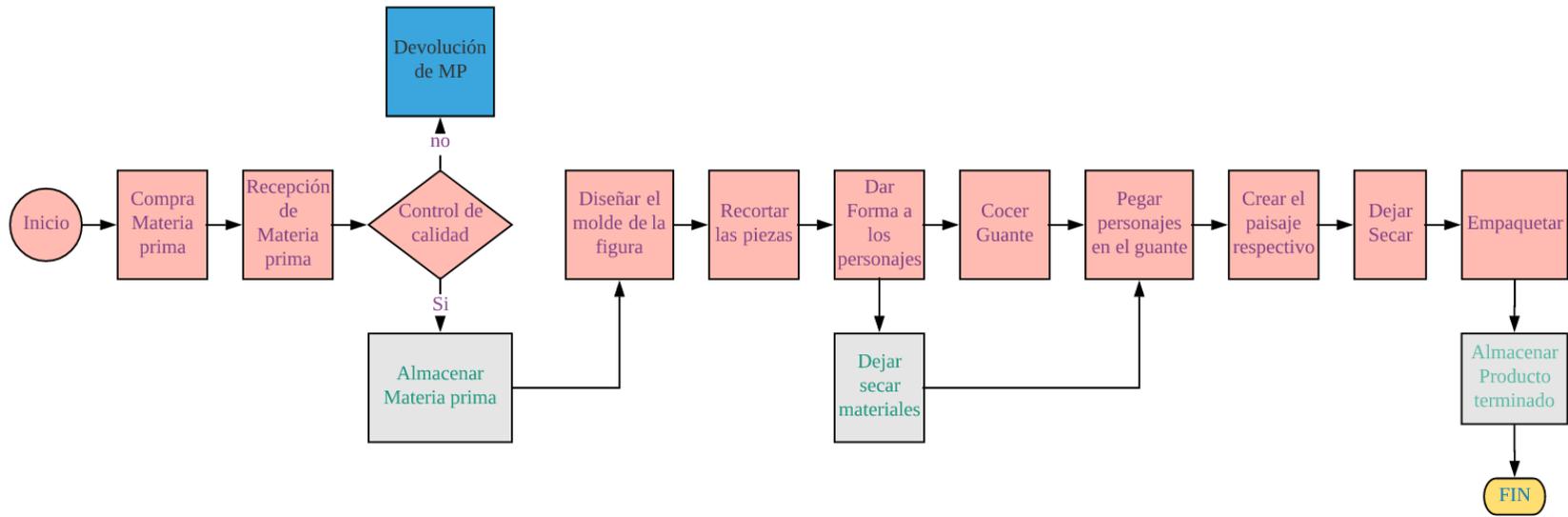
**Figura 36** Distribución de las áreas Total de Toy Ready 3D  
Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

La distribución en 3D refleja la distribución de la planta desde una mejor perspectiva, también se puede apreciar que cuenta con el equipamiento necesario para su funcionamiento ideal.

**4.03.03 Proceso productivo**

A continuación, se podrá observar el proceso de producción en el diagrama de flujo que utiliza la empresa Toy Ready para obtener el producto final y ser comercializado.



**Figura 37** Diagrama de flujo  
Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

En el diagrama de flujo se puede apreciar el proceso que se realiza para la obtención del producto final, primero se debe realizar la compra de materia prima, a continuación receiptar la materia prima y someter al control de calidad si no pasa el control se realizara la devolución al proveedor, pero si esta todo en orden se procederá a diseñar el molde de las figuras, recortar las piezas, dar forma a los personajes, poder pegar los personajes al guante se deberá dejar secar, mientras se puede cocer el guante, una vez que se secó lo pega de los personajes se procede a pegarlos en el guante, crear la temática respectiva, dejarlo secar, al momento que se encuentre firmes todos los materiales y sujetos al guante se procede a empaquetarlos y almacenarlos para futuramente realizar el conteo en stock.

#### 4.03.04 Maquinaria y equipos

La maquinaria de Toy Ready se detalla a continuación.

**Tabla 27** Maquinaria y Equipos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Maquinaria y Equipo			
Máquina de coser	2	\$485,00	\$970,00
Escritorio de oficina	2	\$220,00	\$880,00
Sillas	6	\$90,00	\$540,00
Computadora	2	\$420,00	\$1.680,00
Máquina registradora computarizada	2	\$1.130,00	\$2.260,00
Mesa Caja registradora	2	\$160,00	\$320,00
Mostrado de vidrio	4	\$180,00	\$720,00
Teléfono	4	\$60,00	\$240,00
Materiales de oficina	3	\$30,00	\$90,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$7.700,00</b>

Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

En la tabla 27 se detalla la maquinaria y equipo que necesitara la empresa Toy Ready para su correcto funcionamiento.

## CAPITULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.01 Ingresos operacionales y no operacionales

Los ingresos operacionales son todos los ingresos que se dan por la actividad económica principal de Toy Ready la cual es la venta de marionetas de tipo muppet y puxinel-li, mientras los ingresos no operacionales son ingresos adicionales que la empresa genera.

**Tabla 28** Ingresos operacionales

	<b>Marioneta Muppet</b>	<b>Marioneta Puxinel-li</b>	<b>Total ventas acumuladas</b>
<b>Materia Prima</b>	\$5,00	\$7,00	
<b>Mano de obra</b>	\$1,54	\$1,54	
<b>Costos Indirectos</b>	\$0,52	\$0,52	
<b>Costo Total</b>	\$7,06	\$9,06	
<b>50 % Utilidad</b>	\$3,53	\$4,53	
<b>PVP</b>	\$10,59	\$13,59	
<b>Ventas mensuales</b>	360	360	
<b>Total ventas mensuales</b>	<b>\$3.812,40</b>	<b>\$4.892,40</b>	<b>\$8.704,8</b>
<b>Ventas anuales</b>	4320	4320	
<b>Total ventas anuales</b>	<b>\$45.745,80</b>	<b>\$58.708,80</b>	<b>\$104.454,6</b>

Elaborado por: Wendy Torres

#### Análisis:

La empresa Toy Ready cuenta con ingresos operacionales los cuales se dan por la venta de los productos elaborados, se tiene como referencia que se venderán 360 productos de cada tipo.

## 5.02 Costos

### 5.02.01 Costos Directos

**Tabla 29** Costos directos

	<b>Materia prima</b>	<b>Mano de obra</b>	<b>Total Costos Directos</b>	<b>Cantidad ventas mensuales</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Cantidad ventas anuales</b>	<b>Total Anual</b>
<b>Marioneta Muppet</b>	\$5,00	\$1,54	6,54	360	\$2.354,40	4320	\$28.252,80
<b>Marioneta Puxinel-li</b>	\$7,00	\$1,54	8,54	360	\$3.074,40	4320	\$36.892,80
<b>Total</b>	\$12,00	\$3,08	15,08	720	<b>\$5.428,80</b>	8640	<b>\$65.145,60</b>

Elaborado por: Wendy Torres

#### **Análisis:**

Los costos directos que presenta la empresa Toy Ready son de materia prima y mano de obra directa, en el cuadro se puede ver reflejado la cantidad mensual y anual de los gastos directos.

### 5.02.02 Costos Indirectos

**Tabla 30** Costos Indirectos

	<b>Arriendo</b>	<b>Depreciación maquinaria</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total Anual</b>
<b>Marioneta Muppet</b>	\$175,00	\$4,04	\$179,04	\$2.148,50
<b>Marioneta Puxinel-li</b>	\$175,00	\$4,04	\$179,04	\$2.148,50
	\$350,00	\$8,08	<b>\$358,08</b>	<b>\$4297,00</b>

Elaborado por: Wendy Torres

#### **Análisis:**

Los costos indirectos son aquellos que no interfieren directamente en la elaboración del producto, en Toy Ready estos costos se generan por la depreciación de la maquinaria y el arriendo, refleja en costos indirectos mensuales y anuales.

### 5.02.03 Gastos administrativos

**Tabla 31** Gastos Administrativos

<b>Gastos administrativos</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Sueldo gerente General	\$ 564,61	\$ 6.775,36
Sueldo vendedores	\$ 554,17	\$ 6.650,04
Sueldo vendedores	\$ 554,17	\$ 6.650,04
Material de oficina	\$ 30,00	\$ 360,00
Útiles de aseo	\$ 20,00	\$ 240,00
<b>Descripción depreciación</b>		
Escritorio de oficina	\$ 7,33	\$ 88,00
Sillas	\$ 4,50	\$ 54,00
Computadora	\$ 46,67	\$ 560,00
Máquina registradora computarizada	\$ 62,78	\$ 753,33
Mesa Caja registradora	\$ 2,67	\$ 32,00
Mostrado de vidrio	\$ 6,00	\$ 72,00
Teléfono	\$ 2,00	\$ 24,00
<b>Total</b>	<b>\$ 1.854,90</b>	<b>\$ 22.258,77</b>

Elaborado por: Wendy Torres

#### **Análisis:**

Los gastos administrativos son aquellos que cubren el sueldo del personal administrativo, suministros de oficina, el arriendo del local y la depreciación de los equipos.

**Tabla 32** Tabla de depreciación anual del maquinaria y equipo

Descripción	Vida Útil	Valor Total	Depreciación anual
<b>Maquinaria y Equipo</b>			
Máquina de coser	10	\$970,00	\$97,00
Escritorio de oficina	10	\$880,00	\$88,00
Sillas	10	\$540,00	\$54,00
Computadora	3	\$1.680,00	\$560,00
Máquina registradora computarizada	3	\$2.260,00	\$753,33
Mesa Caja registradora	10	\$320,00	\$32,00
Mostrado de vidrio	10	\$720,00	\$72,00
Teléfono	10	\$240,00	\$24,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$7610</b>	<b>\$1680,33</b>

Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

En el cuadro 32 se describe cada objeto que pertenece a la maquinaria y equipos para el desarrollo de las funciones de la empresa y su depreciación anual dependiendo de la vida útil de cada objeto.

**Tabla 33** Rol de pagos

	Sueldo	Horas extras/ Comisión/ Bono	Total ingreso	Aporte personal	Total descuento	Líquido a recibir	Total anual
<b>Sueldo gerente General</b>	\$403,45	-	\$403,45	\$38,13	-	\$365,32	\$4.383,89
<b>Sueldo Vendedor</b>	\$395,52	-	\$395,52	\$37,38	-	\$358,14	\$4.297,72
<b>Sueldo Vendedor</b>	\$395,53	-	\$395,53	\$37,38	-	\$358,15	\$4.297,83
<b>Obrero</b>	\$394,44	-	\$394,44	\$37,27	-	\$357,17	\$4.285,99
<b>Obrero</b>	\$394,44	-	\$394,44	\$37,27	-	\$357,17	\$4.285,99

Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

El rol de pagos de los trabajadores de Toy Ready se detalla en el anterior cuadro, su sueldo está fijado según el sueldo mínimo sectorial 2018.

**Tabla 34** Rol de provisiones

	Sueldo	Aporte patronal	Fondo de reserva	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Total	Total anual
Sueldo gerente General	\$403,43	\$44,98	\$33,61	\$33,62	\$32,17	\$16,81	\$564,61	\$6.775,36
Sueldo vendedor	\$395,52	\$44,10	\$32,95	\$32,96	\$32,17	\$16,48	\$554,17	\$6.650,09
Sueldo vendedor	\$395,52	\$44,10	\$32,95	\$32,96	\$32,17	\$16,48	\$554,17	\$6.650,09
Obrero	\$394,44	\$43,98	\$32,86	\$32,87	\$32,17	\$16,44	\$552,75	\$6.632,98
Obrero	\$394,44	\$43,98	\$32,86	\$32,87	\$32,17	\$16,44	\$552,75	\$6.632,98
<b>Total</b>	<b>\$1.983,35</b>	<b>\$221,14</b>	<b>\$165,23</b>	<b>\$165,28</b>	<b>\$160,85</b>	<b>\$82,65</b>	<b>\$2.778,45</b>	<b>\$33.341,50</b>

Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

En el rol de provisiones se detalla todas las obligaciones que tiene la empresa con el trabajador según la ley se debe cubrir un porcentaje para el seguro del IESS, fondos de reserva, décimo tercero, décimo cuarto y vacaciones.

**5.02.04 Costo de venta**

**5.02.04.01 Costos de producción**

**Tabla 35** Costos de producción

<b>Costos de Producción</b>		
	Mes	Anual
Costos Directos	\$5.428,80	\$65145,60
Costos indirectos	\$358,08	\$4297,60
<b>Total</b>	<b>\$5.786,88</b>	<b>\$69.442,56</b>

Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

Los costos de producción son los que se generan directa o indirectamente para elaborar los productos de Toy Ready durante un periodo determinado en este caso mensual y anual los cuales son especificados en la tabla 30.

**5.02.04.02 Publicidad**

**Tabla 36** Costos de publicidad

<b>Publicidad trimestral</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Parlantes HP DV4	2	\$160,00	\$320,00
USB FLIX 8GB	1	\$12,00	\$12,00
Microfono Itl 460 Dual	1	\$30,00	\$30,00
<b>SUMINISTROS Y MATERIALES</b>			
Trípticos	500	\$0,05	\$25,00
Logotipo de la empresa	2	\$15,00	\$30,00
Tarjetas de presentación	1000	\$0,03	\$30,00
Están publicitario	1	\$100,00	\$100,00
Globos	40	\$0,10	\$4,00
<b>Total costo Publicidad Toy Ready</b>			<b>\$551,00</b>

Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

Toy Ready realiza activaciones BTL trimestrales para lograr posicionamiento en el mercado, con un costo aproximado de 551\$.

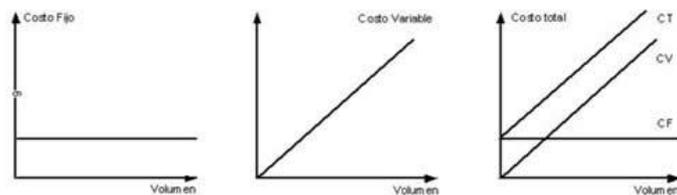
Este tipo de activaciones servirá para poder interactuar con el consumidor utilizando la creatividad, haciendo actos que sorprendan y logren persuadirlos a las personas para que recuerden la marca

### 5.02.05 Costos Financieros

Estos costos son obtenidos por el préstamo que realiza la empresa Toy Ready de \$15000 para su funcionamiento operativo el cual permitirá la elaboración del producto, cubrir los gastos y alcanzar los objetivos de la empresa.

Se realiza el préstamo en BanEcuador que mantiene una tasa anual de 24,99% en microcréditos, se realizaran los pagos en 5 años.

### 5.02.05 Costos Fijos y Variables



**Figura 38** Costos fijos y variables

Fuente Google

Elaborado por: Wendy Torres

Los costos fijos son los gastos que se generan sin importar la producción de la empresa como será el arriendo, las depreciaciones y el pago del crédito que obtuvo la empresa.

Los costos variables son los gastos que se producen a favor de la producción los cuales constan de materia prima, mano de obra, costos indirectos, y en el caso de la publicidad de igual forma ya que se realizan activaciones trimestrales.

**Tabla 37** Costos fijos y variables

Descripción	Costos Fijos mensuales	Costos Variables mensuales	Costo Total mensual	Costos Fijos anuales	Costos Variables anuales	Costo Total anual
<b>Materia Prima</b>	\$ 0,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 0,00	\$ 51.840,00	\$ 51.840,00
<b>Mano de obra</b>	\$ 0,00	\$ 1.145,50	\$ 1.108,80	\$ 0,00	\$ 13.305,60	\$ 13.305,60
<b>Costos indirectos</b>	\$ 358,08	\$ 0,00	\$ 358,08	\$ 4.296,96	\$ 0,00	\$ 4.296,96
<b>Sueldo gerente General</b>	\$ 564,61	\$ 0,00	\$ 564,61	\$ 6.775,32	\$ 0,00	\$ 6.775,32
<b>Sueldo vendedor</b>	\$ 554,17	\$ 0,00	\$ 554,17	\$ 6.650,04	\$ 0,00	\$ 6.650,04
<b>Sueldo vendedor</b>	\$ 554,17	\$ 0,00	\$ 554,17	\$ 6.650,04	\$ 0,00	\$ 6.650,04
<b>Material de oficina</b>	\$ 0,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 0,00	\$ 360,00	\$ 360,00
<b>Útiles de aseo</b>	\$ 0,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 0,00	\$ 240,00	\$ 240,00
<b>Depreciación Escritorio de oficina</b>	\$ 7,33	\$ 0,00	\$ 7,33	\$ 87,96	\$ 0,00	\$ 87,96
<b>Depreciación Sillas</b>	\$ 4,50	\$ 0,00	\$ 4,50	\$ 54,00	\$ 0,00	\$ 54,00
<b>Depreciación Computadora</b>	\$ 46,67	\$ 0,00	\$ 46,67	\$ 560,04	\$ 0,00	\$ 560,04
<b>Depreciación Máquina registradora computarizada</b>	\$ 62,78	\$ 0,00	\$ 62,78	\$ 753,36	\$ 0,00	\$ 753,36
<b>Depreciación Mesa Caja registradora</b>	\$ 2,67	\$ 0,00	\$ 2,67	\$ 32,04	\$ 0,00	\$ 32,04
<b>Depreciación Mostrador de vidrio</b>	\$ 6,00	\$ 0,00	\$ 6,00	\$ 72,00	\$ 0,00	\$ 72,00
<b>Depreciación Teléfono</b>	\$ 2,00	\$ 0,00	\$ 2,00	\$ 24,00	\$ 0,00	\$ 24,00
<b>Publicidad</b>	\$ 183,67	\$ 0,00	\$ 183,67	\$ 2.204,04	\$ 0,00	\$ 2.204,04
<b>Intereses</b>	\$ 440,18	\$ 0,00	\$ 440,18	\$ 5.282,16	\$ 0,00	\$ 5.282,16
<b>TOTAL</b>	\$ 2.786,83	\$ 5.515,50	\$ <b>8.265,63</b>	\$ 33.441,96	\$ 65.745,60	\$ <b>99.187,56</b>

Fuente: Estudio Financiero Toy Ready  
Elaborado por: Wendy Torres

### **Análisis:**

Para determinar los costos fijos y variables se debe tomar en cuenta los costos totales de producción, el sueldo de todos los trabajadores de la empresa, la depreciación de la maquinaria y equipo, los gastos en publicidad y el pago de préstamo obtenido para la inversión del proyecto.

## **5.3 Inversiones**

Es un capital que se usará para generar ingresos en la empresa lo cual permitirá recuperarlo y obtener utilidad.

### **5.03.01 Inversión fija**

Es el capital que forma parte de la infraestructura operativa lo cual permitirá iniciar la producción para ofertarlos en el mercado.

#### **5.03.01.01 Activos fijos**

Se toma en cuenta los bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina, etc. Los cuales tienen vida útil y sufren depreciación cada mes. Son utilizados para el funcionamiento de Toy Ready y no son vendidos.

**Tabla 38** Activos fijos

<b>Activos fijos</b>			
<b>Descripción Maquinaria y Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Máquina de coser	2	\$485,00	\$970,00
Escritorio de oficina	4	\$220,00	\$880,00
Sillas	6	\$90,00	\$540,00
Computadora	4	\$420,00	\$1.680,00
Máquina registradora computarizada	2	\$1.130,00	\$2.260,00
Mesa Caja registradora	2	\$160,00	\$320,00
Mostrado de vidrio	4	\$180,00	\$720,00
Teléfono	4	\$60,00	\$240,00
Materiales de oficina	3	\$30,00	\$90,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$7.700,00</b>

Elaborado por: Wendy Torres

### 5.03.01.02 Activos Nominales

Son los gastos obligatorios que debe asumir la empresa de tipo jurídico como escrituras notariales, registros mercantiles o impuestos.

**Tabla 39** Activos Nominales

<b>Activos Nominales</b>	
Gastos de constitución	\$ 250
<b>Total</b>	<b>\$ 250</b>

Elaborado por: Wendy Torres

### 5.03.02 Capital de trabajo

Es el capital circúlate que estará disponible para diferentes gastos a corto plazo y se podrá reinvertir para generar mayor utilidad.

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activos corrientes} - \text{Pasivos corrientes}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 12500 - 7553,55$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 4946,45$$

#### Análisis:

El capital de trabajo con el que cuenta la empresa es de \$4946,45 tomando en cuenta los activos y pasivos corrientes que son el dinero que maneja la empresa a corto plazo.

### 5.03.03 Amortización

En una amortización el deudor da al prestamista (institución financiera) un reembolso del dinero otorgado por este último en un plazo convenido y con tasas de interés (fijas o variables) previamente acordadas. (Finanzas practicas, 2018)

Se solicitará un préstamo de \$15.000 para poner en marcha el proyecto, la tasa de interés anual será del 24,99% la cual se determina por Ban Ecuador quien otorga el préstamo, cumpliendo con los límites que el Banco Central ha establecido, el préstamo será devuelto en 5 años.

#### 5.03.03.01 Amortización Mensual

DEUDA 15000

TASA 2,08%

PERIODO 60

CUOTA \$440,18

**Tabla 40** Amortización mensual

MES	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERS	CAPITAL	SALDO
0					\$15.000,00
1	15000	\$440,18	\$312,38	\$127,81	\$14.872,19
2	\$14.872,19	\$440,18	\$309,71	\$130,47	\$14.741,72
3	\$14.741,72	\$440,18	\$307,00	\$133,19	\$14.608,54
4	\$14.608,54	\$440,18	\$304,22	\$135,96	\$14.472,58
5	\$14.472,58	\$440,18	\$301,39	\$138,79	\$14.333,79
6	\$14.333,79	\$440,18	\$298,50	\$141,68	\$14.192,11
7	\$14.192,11	\$440,18	\$295,55	\$144,63	\$14.047,48
8	\$14.047,48	\$440,18	\$292,54	\$147,64	\$13.899,83
9	\$13.899,83	\$440,18	\$289,46	\$150,72	\$13.749,12
10	\$13.749,12	\$440,18	\$286,33	\$153,86	\$13.595,26
11	\$13.595,26	\$440,18	\$283,12	\$157,06	\$13.438,20
12	\$13.438,20	\$440,18	\$279,85	\$160,33	\$13.277,87
13	\$13.277,87	\$440,18	\$276,51	\$163,67	\$13.114,20
14	\$13.114,20	\$440,18	\$273,10	\$167,08	\$12.947,12
15	\$12.947,12	\$440,18	\$269,62	\$170,56	\$12.776,56
16	\$12.776,56	\$440,18	\$266,07	\$174,11	\$12.602,45
17	\$12.602,45	\$440,18	\$262,45	\$177,74	\$12.424,71
18	\$12.424,71	\$440,18	\$258,74	\$181,44	\$12.243,28
19	\$12.243,28	\$440,18	\$254,97	\$185,22	\$12.058,06
20	\$12.058,06	\$440,18	\$251,11	\$189,07	\$11.868,99
21	\$11.868,99	\$440,18	\$247,17	\$193,01	\$11.675,98
22	\$11.675,98	\$440,18	\$243,15	\$197,03	\$11.478,95
23	\$11.478,95	\$440,18	\$239,05	\$201,13	\$11.277,82
24	\$11.277,82	\$440,18	\$234,86	\$205,32	\$11.072,50
25	\$11.072,50	\$440,18	\$230,58	\$209,60	\$10.862,90
26	\$10.862,90	\$440,18	\$226,22	\$213,96	\$10.648,94
27	\$10.648,94	\$440,18	\$221,76	\$218,42	\$10.430,52
28	\$10.430,52	\$440,18	\$217,22	\$222,97	\$10.207,55
29	\$10.207,55	\$440,18	\$212,57	\$227,61	\$9.979,94
30	\$9.979,94	\$440,18	\$207,83	\$232,35	\$9.747,59
31	\$9.747,59	\$440,18	\$202,99	\$237,19	\$9.510,40
32	\$9.510,40	\$440,18	\$198,05	\$242,13	\$9.268,28
33	\$9.268,28	\$440,18	\$193,01	\$247,17	\$9.021,11
34	\$9.021,11	\$440,18	\$187,86	\$252,32	\$8.768,79
35	\$8.768,79	\$440,18	\$182,61	\$257,57	\$8.511,22
36	\$8.511,22	\$440,18	\$177,25	\$262,94	\$8.248,28
37	\$8.248,28	\$440,18	\$171,77	\$268,41	\$7.979,87
38	\$7.979,87	\$440,18	\$166,18	\$274,00	\$7.705,87
39	\$7.705,87	\$440,18	\$160,47	\$279,71	\$7.426,16
40	\$7.426,16	\$440,18	\$154,65	\$285,53	\$7.140,63
41	\$7.140,63	\$440,18	\$148,70	\$291,48	\$6.849,15
42	\$6.849,15	\$440,18	\$142,63	\$297,55	\$6.551,60
43	\$6.551,60	\$440,18	\$136,44	\$303,74	\$6.247,86
44	\$6.247,86	\$440,18	\$130,11	\$310,07	\$5.937,79
45	\$5.937,79	\$440,18	\$123,65	\$316,53	\$5.621,26
46	\$5.621,26	\$440,18	\$117,06	\$323,12	\$5.298,14
47	\$5.298,14	\$440,18	\$110,33	\$329,85	\$4.968,29
48	\$4.968,29	\$440,18	\$103,46	\$336,72	\$4.631,58
49	\$4.631,58	\$440,18	\$96,45	\$343,73	\$4.287,85
50	\$4.287,85	\$440,18	\$89,29	\$350,89	\$3.936,96
51	\$3.936,96	\$440,18	\$81,99	\$358,19	\$3.578,76
52	\$3.578,76	\$440,18	\$74,53	\$365,65	\$3.213,11
53	\$3.213,11	\$440,18	\$66,91	\$373,27	\$2.839,84
54	\$2.839,84	\$440,18	\$59,14	\$381,04	\$2.458,80
55	\$2.458,80	\$440,18	\$51,20	\$388,98	\$2.069,82
56	\$2.069,82	\$440,18	\$43,10	\$397,08	\$1.672,74
57	\$1.672,74	\$440,18	\$34,83	\$405,35	\$1.267,40
58	\$1.267,40	\$440,18	\$26,39	\$413,79	\$853,61
59	\$853,61	\$440,18	\$17,78	\$422,41	\$431,20
60	\$431,20	\$440,18	\$8,98	\$431,20	-\$0,00
		\$26.410,91		\$15.000,00	

Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

En la tabla de amortización mensual se detalla las cuotas que se pagarán mensualmente y el interés que se genera en cada periodo.

De esta forma se podrá realizar el estado de situación inicial para mejorar el manejo de los ingresos de la empresa.

### 5.03.04 Depreciación

Tabla 41 Depreciación

Descripción	Vida útil	Valor Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipo							
Máquina de coser	10	\$970,00	\$97,00	\$97,00	\$97,00	\$97,00	\$97,00
Escritorio de oficina	10	\$880,00	\$88,00	\$88,00	\$88,00	\$88,00	\$88,00
Sillas	10	\$540,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00
Computadora	3	\$1.680,00	\$560,00	\$560,00	\$560,00	\$560,00	\$560,00
Máquina registradora computarizada	3	\$2.260,00	\$753,33	\$753,33	\$753,33	\$753,33	\$753,33
Mesa Caja registradora	10	\$320,00	\$32,00	\$32,00	\$32,00	\$32,00	\$32,00
Mostrado de vidrio	10	\$720,00	\$72,00	\$72,00	\$72,00	\$72,00	\$72,00
Teléfono	10	\$240,00	\$24,00	\$24,00	\$24,00	\$24,00	\$24,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$7.610,00</b>	<b>\$1.680,33</b>	<b>\$1.680,33</b>	<b>\$1.680,33</b>	<b>\$1.680,33</b>	<b>\$1.680,33</b>

Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

En la tabla 42 se determina la depreciación en 5 años de la maquinaria y el equipo, muebles y enceres, muebles de oficina, equipo de computación que se utilizan en la empresa.

### 5.03.05 Estado de situación Inicial

EMPRESA TOY READY					
ESTADO DE SITUACION INICIAL					
01 DE ENERO DEL 2018					
<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>		\$15.000,00
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		\$6.820,00	<b>Pasivo no Corriente</b>	\$15.000,00	
<b>DISPONIBLE</b>		\$6.820,00	Préstamo Bancario por pagar	\$15.000,00	
caja	\$800,00				
caja chica	\$200,00				
bancos	\$1.500,00				
Mercadería	\$4.320,00				
<b>ACTIVO FIJO</b>		\$7.610,00			
<b>Depreciables</b>		\$7.610,00			
Equipos y maquinaria	\$970,00				
muebles y enceres	\$1.280,00				
muebles de oficina	\$1.420,00		<b>TOTAL PASIVO</b>	\$15.000,00	
equipo de computación	\$3.940,00				
<b>Diferidos</b>		\$1.300,00	<b>PATRIMONIO</b>	\$730,00	
Gastos constitución	\$250,00		capital social	\$730,00	
Arriendo anticipado	\$1.050,00				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<u>\$15.730,00</u>			
			<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<u>\$15.730,00</u>

**Figura 39** Estado de situación inicial

Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

En el estado de situación inicial se determinan los activos de la empresa, y los pasivos.

Los activos corrientes se determinan por el efectivo que dispone la empresa para los gastos inesperados, los cuales se ubicaran en caja chica, caja y bancos, por otra parte, también se refleja la mercadería existente ya que esta se convertirá en efectivo.

Los activos fijos son los valores que se pagaron por adelantado y se irán devengando en el periodo económico como equipos y maquinaria, muebles y enceres, muebles de oficina, equipo de computación, gastos de constitución que se pagara una sola vez, y los gastos que se realizan para la publicidad.

Los pasivos a largo plazo es el préstamo que adquirió la empresa ya que se destinó a pagar en 5 años.

Por último, se coloca el capital social con el cual se cuenta para aportar en el desarrollo de la actividad.

#### **5.03.06 Estado de resultados**

**Tabla 42** Estado de resultados

Empresa Toy Ready

ESTADO DE RESULTADOS

Porcentaje de

Inflación: **0,0367**  
**3,67%**

DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS	\$ 104.454,60	\$ 108.288,08	\$ 112.262,26	\$ 116.382,28	\$ 120.653,51	\$ 125.081,49
(-) Costo de ventas	\$ 69.442,56	\$ 71.991,10	\$ 71.991,10	\$ 71.991,10	\$ 71.991,10	\$ 71.991,10
<b>(=) Utilidad Bruta en ventas</b>	<b>\$ 35.012,04</b>	<b>\$ 36.296,98</b>	<b>\$ 40.271,15</b>	<b>\$ 44.391,18</b>	<b>\$ 48.662,41</b>	<b>\$ 53.090,39</b>
(-) Gastos operacionales	\$ 28.161,56	\$ 29.195,09	\$ 30.266,55	\$ 31.377,33	\$ 32.528,88	\$ 33.722,69
Gastos Administrativos	\$ 20.675,40	\$ 21.434,19	\$ 22.220,82	\$ 23.036,33	\$ 23.881,76	\$ 24.758,22
Gastos de ventas	\$ 2.204,00	\$ 2.284,89	\$ 2.368,74	\$ 2.455,67	\$ 2.545,80	\$ 2.639,23
Gastos Financieros	\$ 5.282,16	\$ 5.476,02	\$ 5.676,99	\$ 5.885,33	\$ 6.101,32	\$ 6.325,24
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 6.850,48</b>	<b>\$ 7.101,89</b>	<b>\$ 10.004,61</b>	<b>\$ 13.013,85</b>	<b>\$ 16.133,53</b>	<b>\$ 19.367,70</b>
(+) otros ingresos	\$ 7.610,00	\$ 7.610,00	\$ 7.610,00	\$ 7.610,00	\$ 7.610,00	\$ 7.610,00
Depreciación Maquinaria y equipo	\$ 7.610,00	\$ 7.610,00	\$ 7.610,00	\$ 7.610,00	\$ 7.610,00	\$ 7.610,00
(-) Otros Egresos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>\$ 14.460,48</b>	<b>\$ 14.711,89</b>	<b>\$ 17.614,61</b>	<b>\$ 20.623,85</b>	<b>\$ 23.743,53</b>	<b>\$ 26.977,70</b>

Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

La proyección para el estado de resultados es según la inflación que hay actualmente en el país determinado por el INEC.

### 5.03.07 Flujo de caja

Tabla 43 Flujo de caja

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Inversión	\$ 15.730,00						
<b>Ingresos</b>							
Ventas		\$ 104.454,60	\$ 108.288,08	\$ 112.262,26	\$ 116.382,28	\$ 120.653,51	\$ 125.081,49
<b>Egresos</b>							
Costos de ventas		\$ 69.442,56	\$ 71.991,10	\$ 71.991,10	\$ 71.991,10	\$ 71.991,10	\$ 71.991,10
Gastos Administrativos		\$ 20.675,40	\$ 21.434,19	\$ 22.220,82	\$ 23.036,33	\$ 23.881,76	\$ 24.758,22
Gastos de ventas		\$ 2.204,00	\$ 2.284,89	\$ 2.368,74	\$ 2.455,67	\$ 2.545,80	\$ 2.639,23
Gastos Financieros		\$ 5.282,16	\$ 5.282,16	\$ 5.282,16	\$ 5.282,16	\$ 5.282,16	\$ 5.282,16
Total ingresos		\$ 104.454,60	\$ 108.288,08	\$ 112.262,26	\$ 116.382,28	\$ 120.653,51	\$ 125.081,49
Total egresos	\$ 15.730,00	\$ 97.604,12	\$ 100.992,34	\$ 101.862,83	\$ 102.765,26	\$ 103.700,82	\$ 104.670,71
<b>Flujo neto de efectivo</b>	<b>(\$ 15.730,00)</b>	<b>\$ 6.850,48</b>	<b>\$ 7.295,75</b>	<b>\$ 10.399,43</b>	<b>\$ 13.617,02</b>	<b>\$ 16.952,69</b>	<b>\$ 20.410,78</b>

Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

El flujo de caja determina los ingresos y egresos de la empresa para obtener el flujo Neto.

## 5.04 Evaluación

### 5.04.01 Tasa de descuento

La tasa de descuento es el coste de capital que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro.

La tasa se expresa de forma porcentual y se calcula con la siguiente fórmula:

$$TMAR = i + f + (i \times f)$$

i= Tasa de inflación: este dato se obtiene de los registros de tu país, se expresa de manera porcentual, y puedes consultarlo en internet para el año en curso.

f = Riesgo a inversión: representa un porcentaje de remuneración que obtendrá el inversor por confiar su dinero en tu proyecto, se determina con base en datos del estudio de mercado y se expresa de manera porcentual.

**Inflación 3,67%**

**Riesgo de inversión 9,50%**

$$TMAR = 0,0367 + 0,095 + (0,0367 \times 0,095)$$

$$TMAR = 0,0367 + 0,095 + (0,00344865)$$

$$TMAR = 13,52\%$$

#### 5.04.02 Valor Actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN).

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

$F_t$  son los flujos de dinero en cada periodo  $t$

$I_0$  es la inversión realiza en el momento inicial ( $t = 0$ )

$n$  es el número de periodos de tiempo

$k$  es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

**Tabla 44 VAN**

Periodo	FNC	Factor Act	Total factor
0	(\$ 15.730,00)	$(1+0.1352)^0$	1
			(\$ 15.730,00)

1	\$ 6.850,48	$(1+0.1352)^1$	1,1352	\$ 6.034,60
2	\$ 7.295,75	$(1+0.1352)^2$	1,28867904	\$ 5.661,42
3	\$ 10.399,43	$(1+0.1352)^3$	1,462908446	\$ 7.108,74
4	\$ 13.617,02	$(1+0.1352)^4$	1,660693668	\$ 8.199,60
				\$ 11.274,35

Elaborado por: Wendy Torres

$$VAN = \$27.004,35 - \$15.730,00$$

$$VAN = 11.274,35$$

### Análisis:

Al obtener más de 0 en VAN se puede determinar que la empresa obtendrá utilidad y es factible llevarla a cabo realizando la inversión en el proyecto, bajo los parámetros establecidos en costos y manejo del capital.

### 5.04.03 Tasa Interna de retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

$$0 = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+TIR)^j}$$

**Tabla 45 TIR**

Tasa de descuento	VAN
5,00%	\$ 17.597,90
10,00%	\$ 13.641,11

13,52%	\$ 11.274,35
20,00%	\$ 7.630,26
30,00%	\$ 3.357,78
40,00%	\$ 220,02
50,00%	(\$ 2.149,36)
60,00%	(\$ 3.981,83)
70,00%	(\$ 5.428,74)
TIR	0,40822
TIR	40,82%

Elaborado por: Wendy Torres

### Análisis:

El TIR del proyecto es de 40.82% lo que refleja que es factible realizar la inversión. Se puede ver en el cuadro con diferentes tasas de descuento, si TIR supera el 40.82% el proyecto no sería factible por que no habría recuperación de la inversión en este periodo.

#### 5.04.04 Periodo de la recuperación de la inversión (PRI)

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial. (Esan, 2017)

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

d

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

B = Inversión Inicial.

C = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

D = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Inversión	FC1	FC2
\$-15.730,00	\$ 6.850,48	\$ 7.295,75

$$PRI = 1 + \frac{(15.730,00 - 6.850,48)}{7.295,75}$$

$$7.295,75$$

$$PRI = 1 + 1.217$$

$$PRI = 2,22$$

Año	2
Meses	0,22x12= 2,60
Días	0,60x30=18

$$PRI = 2 \text{ Año, } 2 \text{ meses, } 18 \text{ días}$$

#### **Análisis:**

El periodo de la recuperación de la inversión es en 2 años, 2 meses, 18 días lo cual es positivo para tomar la decisión de invertir ya que pasado este tiempo se podrá obtener muchos beneficios a futuro y siendo un proyecto solvente para la continuación en el mercado.

#### **5.04.05 Relación costo beneficio (RBC)**

Es la suma de los flujos actualizados de la suma del periodo de recuperación sobre la inversión total.

**Tabla 46 RBC**

Ingresos	Egresos	Costos de inversión	B/C
\$104.454,60	\$90.184,41	\$120.184,60	\$0,87

Elaborado por: Wendy Torres

$$RBC = \left( \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costos de Inversión}} \right)$$

$$RBC = \frac{(104.454,60)}{120.184,60}$$

$$RBC = 0,87$$

#### **Análisis:**

La tabla de 46 indicada que el RBC es mayor de 0,87, lo que indica que en el primero periodo los ingresos superen los egresos del ejercicio, recuperando la inversión, por cada dólar invertido se generará \$0,87

#### **5.04.06 Punto de equilibrio**

Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

#### **Punto de equilibrio de Muppet**

CV 2379,4

Cvu6,60

CF 1393,42

PVP 10,59

Unidades 360

$$PEQ = \frac{1393,42}{10,59 - 6,60}$$

$$PEQ = 349.22$$

$$PEQ = 349.22$$

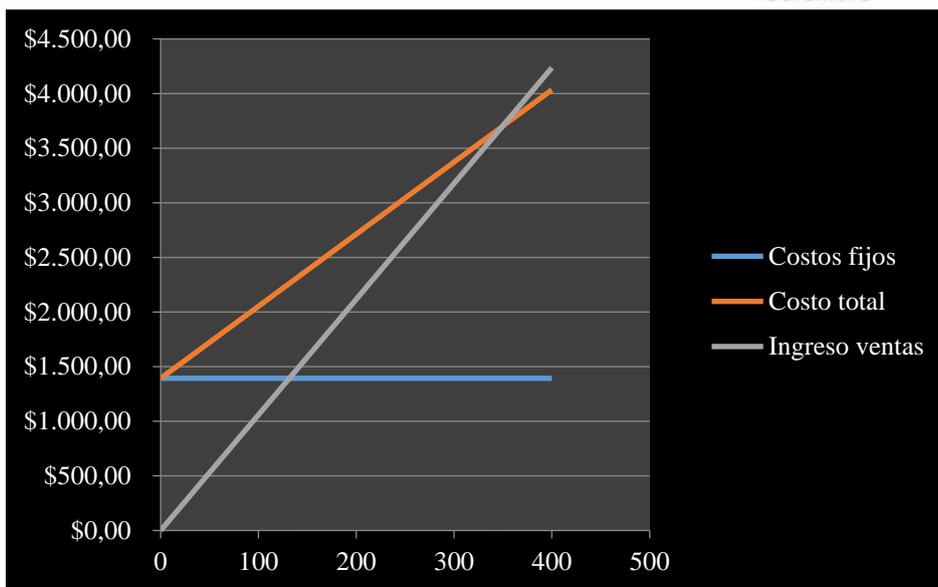
Cantidad de equilibrio 350

Ingreso de equilibrio \$3706.5

**Tabla 47** Punto de equilibrio Muppet

Ventas	Costo Variable	Costos fijos	Costo total	Ingreso ventas
0	\$ 0,00	\$ 1.393,42	\$ 1.393,42	\$ 0,00
50	\$ 330,00	\$ 1.393,42	\$ 1.723,42	\$ 529,50
100	\$ 660,00	\$ 1.393,42	\$ 2.053,42	\$ 1.059,00
150	\$ 990,00	\$ 1.393,42	\$ 2.383,42	\$ 1.588,50
200	\$ 1.320,00	\$ 1.393,42	\$ 2.713,42	\$ 2.118,00
250	\$ 1.650,00	\$ 1.393,42	\$ 3.043,42	\$ 2.647,50
349,228	\$ 2.304,90	\$ 1.393,42	\$ 3.698,32	\$ 3.698,32
350	\$ 2.310,00	\$ 1.393,42	\$ 3.703,42	\$ 3.706,50
400	\$ 2.640,00	\$ 1.393,42	\$ 4.033,42	\$ 4.236,00

Elaborado por: Wendy Torres



**Figura 40** Punto de equilibrio Muppet

Elaborado por: Wendy Torres

**Análisis:**

El punto de equilibrio refleja que se deben vender 350 unidades mensuales para no tener pérdida en la inversión el cual nos dará ingresos de \$3706.5 lo cual servirá para cubrir los costos fijos en un 50%.

**Punto de Equilibrio Puxinel-li**

CV 3099

Cvu8, 60

CF 1393,42

PVP 13,59

Unidades 360

$$PEQ = \frac{1393,42}{13,59 - 8,60}$$

$$PEQ = 279,24$$

$$PEQ = 279,24$$

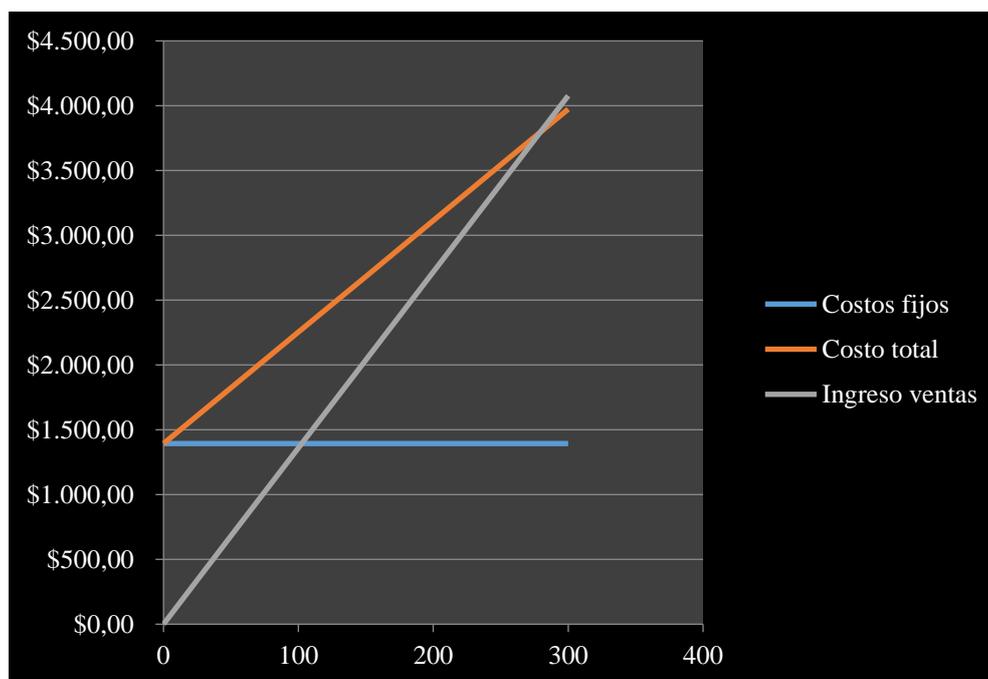
Cantidad de equilibrio 280

Ingreso de equilibrio \$3805,2

**Tabla 48** Punto de Equilibrio Puxinel-li

Ventas	Costo Variable	Costos fijos	Costo total	Ingreso ventas
0	\$ 0,00	\$ 1.393,42	\$ 1.393,42	\$ 0,00
50	\$ 430,00	\$ 1.393,42	\$ 1.823,42	\$ 679,50
100	\$ 860,00	\$ 1.393,42	\$ 2.253,42	\$ 1.359,00
150	\$ 1.290,00	\$ 1.393,42	\$ 2.683,42	\$ 2.038,50
200	\$ 1.720,00	\$ 1.393,42	\$ 3.113,42	\$ 2.718,00
250	\$ 2.150,00	\$ 1.393,42	\$ 3.543,42	\$ 3.397,50
279,242	\$ 2.401,48	\$ 1.393,42	\$ 3.794,90	\$ 3.794,90
280	\$ 2.408,00	\$ 1.393,42	\$ 3.801,42	\$ 3.805,20
300	\$ 2.580,00	\$ 1.393,42	\$ 3.973,42	\$ 4.077,00

Elaborado por: Wendy Torres



**Figura 41** Punto de equilibrio Putxine-li

Elaborado por: Wendy Torres

### **Análisis:**

El punto de equilibrio refleja que se deben vender 280 unidades mensuales para no tener pérdida en la inversión el cual nos dará ingresos de \$3805,9 lo cual servirá para cubrir los costos fijos en un 50%.

Se debe tomar en cuenta que al manejar 2 productos los costos se dividen para cada producto, en este caso hay una participación del 50% de cada producto el cual indica que los gastos los cubre la mitad un producto y la otra mitad el otro producto.

### **5.04.07 Análisis de los índices Financieros**

Analiza la información obtenida de los Estados Financieros. Este método es uno de los más utilizados debido a que permiten medir la eficacia y comportamiento de la empresa, así como evaluar su condición financiera, su desempeño, tendencias y variaciones en sus principales cuentas. (Navarro, 2016)

#### **5.04.07.01 Índice de endeudamiento**

Es una relación de deuda que sirve para medir el apalancamiento financiero de una empresa. Indica cuánta deuda usa una empresa para financiar sus activos con relación al patrimonio neto.

$$\text{Índice de Endeudamiento} = \text{Total pasivo} / \text{Activo Total}$$

$$\text{Índice de Endeudamiento} = 15730 / 15000$$

$$\text{Índice de Endeudamiento} = 1,04$$

$$\text{Índice de Endeudamiento} = 104,87\%$$

#### 5.04.07.02 Retorno sobre el capital propio

$$\text{ROE} = \text{Utilidad Neta} / \text{Patrimonio Total.}$$

$$\text{ROE} = 10748,28 / 15730$$

$$\text{ROE} = 0,68329816$$

$$\text{ROE} = 68,31\%$$

#### 5.04.07.03 Margen de Utilidad Neta

El margen de utilidad neta es el indicador que mide el porcentaje que les queda a los propietarios.

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \text{Utilidad neta} / \text{ventas}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 10748,28 / 100742,4$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 0,1066$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 10,66\%$$

#### 5.05.07.04 ROA Retorno sobre los activos

Se utiliza para medir la eficiencia de los activos totales de la misma independientemente de las fuentes de financiación utilizadas y de la carga fiscal del país en el que la empresa desarrolla su actividad principal.

$$\text{ROA} = \text{Utilidad Neta} / \text{Activo Total.}$$

$$\text{ROA} = 10748,28 / 15730$$

$$\text{ROA} = 0,68$$

$$\text{ROA} = 68,32\%$$

## CAPITULO VI

### ANÁLISIS DE IMPACTO

#### **6.01 Impacto Ambiental**

El proyecto se llevará a cabo sin necesidad de causar daño ambiental, por motivos de compromiso con el medio ambiente no se utilizarán materiales que causen daño ni maquinaria que afecte de forma nociva, Toy Ready busca ser una empresa eco eficiente, lo que significa que busca generar empleo sin la necesidad de contar con grandes maquinas las cuales emitan aguas residuales, desechos tóxicos, gases nocivos o cualquier otro tipo de contaminación ambiental. Se buscará reciclar la materia prima sobrante de la producción para darles un nuevo uso, otros aspectos internos serán tomados en cuenta como ser cuidadoso con el agua potable, la electricidad, el papel de oficina se reciclará y se tendrá en cuenta el cuidado que tenga cada trabajador.

#### **6.02 Impacto económico**

El impacto económico que tiene el actual proyecto es el generar utilidad internamente para el crecimiento de la misma empresa, de este modo también se podrá generar nuevas plazas de empleo para el desarrollo económico de varias personas y que tengan ingresos en sus hogares también se busca ayudar en la economía del país ya que la creación de microempresas incrementa el PIB.

#### **6.03 Impacto Productivo**

El proyecto contará con un gran impacto en la productividad al elaborar productos nacionales de buena calidad, lo cual generara que la empresa vaya creciendo, aumentara la productividad, también con los cuales se apoya a la producción de las empresas que

serán proveedores y generara mayor empleo en el país y cubrirá las necesidades de los clientes y consumidores.

#### **6.04 Impacto social**

El actual proyecto se creó por un gran motivo, el desinterés de los ciudadanos en la lectura, dado que es muy importante que cada persona desarrolle hábito de la lectura, al llevarse a cabo este proyecto el impacto que tendrá en la sociedad es el desarrollo de la educación, crecimiento personal y generara mayor posibilidad que la gente sea creativa, innovadora, defensora de sus ideales y con pensamiento más crítico.

## CAPITULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1 Conclusiones

1.- En los antecedentes se pudo ver que Ecuador es el país con tasa de lectura más bajo en Latinoamérica se puede apreciar que existe baja estimulación para lectura en los niños, dado que al realizar esta actividad lo hacen por obligación siendo la mayoría libros educativos, los cuales desmotivan a los niños ya que les parecen aburridos.

2.- En el análisis de situación inicial se observó que en el 2017 Ecuador se ha recuperado económicamente y ha disminuido su tasa de desempleo, para iniciar la microempresa se debe contar con una propuesta estratégica bien formada la cual permita que la empresa sea reconocida, debe contar con un buen funcionamiento interno del personal, de igual forma debe tener buenas estrategias de marketing para lograr la aceptación deseada en el mercado.

3.- En el estudio de mercado se puede determinar la cantidad de posibles consumidores, y comprobar que existe una gran cantidad de demanda insatisfecha, lo cual da la oportunidad de insertar el producto en el mercado, teniendo grandes posibilidades para su aceptación.

4.- En el estudio técnico se concluye que el lugar en el cual se ubicara la empresa San Antonio de Pichincha es el más óptimo para llevar a cabo el proyecto, contara con una distribución que permitirá realizar las funciones de la empresa adecuadamente, el

proceso productivo se llevará a cabo de la forma más eficiente también se contara con toda la maquinaria y equipos para un buen desarrollo de las actividades.

5.- En el estado financiero se reflejan los ingresos y egresos de la empresa permitiendo conocer que la inversión será factible ya que cuenta con VAN=78884,65 que es mayor 0, TIR de nuestro proyecto es de 118% y la inversión realizada se recuperada en 10 meses, 28 días.

## **7.02 Recomendaciones**

1.-Es importante contar con un producto llamativo para los niños el cual atraiga su atención de forma que no vean la lectura como algo aburrido sino algo que les ayude a distraerse, a imaginar nuevas cosas, a vivir diferentes mundos en su cabeza, tener un producto que haga feliz a sus consumidores.

2.- Se debe desarrollar estrategias de marketing factibles que se enfoquen en el público objetivo que son los niños, desarrollar publicidad BTL y generar ideas innovadoras para incrementar las ventas, motivar al personal con incentivos tanto económicos como educativos, para un mejor desempeño laboral.

3.- Contar con productos de calidad e innovar continuamente para lograr cubrir la mayor parte de demanda insatisfecha que existe en el sector de San Antonio de Pichincha, tener en cuenta las exigencias del mercado y las quejas de clientes actuales para el mejoramiento del producto y de la atención brindada.

4.- Manejar los procesos productivos de forma correcta lo cual no afecte la calidad de los productos ni al personal, renovar maquinaria y equipos cuando sea necesario para evitar poner en riesgo a los trabajadores.

5.- Contar con un buen desempeño para obtener los resultados deseados y recuperar la inversión en el primer periodo. Entregar bonos por cumplimientos de metas en la empresa para incrementar los ingresos de la empresa.

### Referencia Bibliográfica

- Arias, J. (27 de Junio de 2010). *Mercadotecnia*. Recuperado el Enero de 2018, de <http://jennyarias03.blogspot.com/2010/06/la-competencia.html>
- Armstrong, P. K. (1996). *Fundamentos de Marketing*. Ecuador: Pearson Education.
- Banco Mundial. (2017 de Abril de 11). *Banco Mundial*. Recuperado el Diciembre de 2018, de <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- Chiabetano, I. (2002). *Administración en los nuevos tiempo*. Bogota : Mc Graw Hill.
- Club planeta. (s.f.). Recuperado el Diciembre de 2018, de Economía: <https://www.economia.com.mx/inflacion.htm>
- Cuida tu futuro. (2016). *Cuida tu futuro*. Recuperado el Diciembre de 2018, de <https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador/>
- Emprendedores Ecuatorianos. (3 de Mayo de 2010). *Emprendedores Ecuatorianos*. Recuperado el Enero de 2018, de <http://emprendedoresec.blogspot.com/2010/05/5-pasos-basicos-para-legalizar-tu.html>
- Esan. (24 de Enero de 2017). *Conexionesan*. Recuperado el Enero de 2018, de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>
- Finanzas practicas. (2018). *Finanzas Practicas*. Recuperado el Diciembre de 2018, de [https://www.finanzaspracticas.com.co/finanzaspersonales/entienda/que\\_es/8.php](https://www.finanzaspracticas.com.co/finanzaspersonales/entienda/que_es/8.php)
- Isotools. (26 de Marzo de 2015). *Isotools*. Recuperado el Enero de 2018, de <https://www.isotools.org/2015/03/26/que-es-la-gestion-operativa-de-una-empresa-y-como-mejorarla/>
- Klaric, J. (2015). *Véndele a la mente, no a la gente*. PAIDOS IBERICA.
- Loeza, A. A. (02 de Octubre de 2013). *Gestiopolis*. Recuperado el Enero de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/la-direccion-dentro-la-administracion-de-empresas/>
- López, B. S. (2016). *IngenieriaIndustrialOnline*. Recuperado el Enero de 2018, de <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/>

Martinez, R. (06 de Octubre de 2013). *SlideShare*. Recuperado el Febrero de 2018, de <https://es.slideshare.net/RicardoPabnMartinez/localizacion-del-proyecto>

Monteagudo, D. R. (24 de Enero de 2012). *Blogspot*. Recuperado el Febrero de 2018, de <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>

Navarro, J. D. (24 de Noviembre de 2016). *Abcfinanzas*. Recuperado el Febrero de 2018, de <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/analisis-financiero/razones-indices-financieros>

Thompson, I. (2012). *Promo Negocios*. Recuperado el Febrero de 2018, de <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>



## ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 14 de Mayo de 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) TORRES CUNGUAN WENDY BELEN de la carrera de MARKETING INTERNO Y EXTERNO cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A INCENTIVAR LA LECTURA INFANTIL, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERÍODO 2017-2018 una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ING. VALVERDE MAYRA  
Tutor del Proyecto

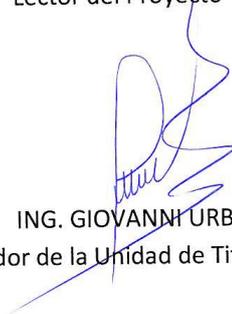


ING. NARANJO MARIA JOSE  
Lector del Proyecto



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
CORDILLERA  
DIRECCIÓN DE CALIDAD

ING. FRANKLIN CEVALLOS  
Director de Escuela



ING. GIOVANNI URBINA  
Coordinador de la Unidad de Titulación

**CAMPUS 1 - MATRIZ**  
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño  
Teléfono: 2255460 / 2269900  
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec  
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec  
Quito - Ecuador

**CAMPUS 2 - LOGROÑO**  
Calle Logroño Oe 2-84 y  
Av. de la Prensa (esq.)  
Edif. Cordillera  
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

**CAMPUS 3 - BRACAMOROS**  
Bracamoros N15 - 163  
y Yacuambí (esq.)  
Telf.: 2262041

**CAMPUS 4 - BRASIL**  
Av. Brasil N46-45 y  
Zamora  
Telf.: 2246036

**CAMPUS 5 - YACUAMBI**  
Yacuambí  
Oe2-36 y  
Bracamoros.  
Telf: 2249994

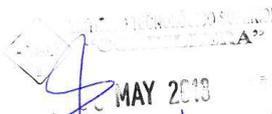


**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**  
**MARKETING INTERNO-EXTERNO**

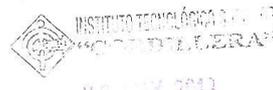
**ORDEN DE EMPASTADO**

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **Wendy Belén Torres Cunguán**, portador de la cédula de identidad N° 1725756983, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 08 de mayo del 2018

  
Sra. Mariela Balseca  
CAJA VOTIVA INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
CONSEJO DE CARRERA  
Marketing Interno y Externo  
Psic. Fabián Jara  
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

  
Ing. William Parra  
BIBLIOTECA

  
9.48.185  
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba  
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

  
Ing. Franklin Cevallos  
DIRECTOR DE CARRERA Marketing

  
Thlg. Samantha Prado  
SECRETARIA ACADÉMICA

## Urkund Analysis Result

Analysed Document: WENDY BELEN TORRES CUNGUAN.pdf (D37058717)  
Submitted: 3/29/2018 3:38:00 AM  
Submitted By: wendybtorresc28@gmail.com  
Significance: 4 %

### Sources included in the report:

jose carmona-proyecto.docx (D30272473)  
jose carmona-proyecto final.pdf (D30272592)  
<https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador/>

### Instances where selected sources appear:

8

  
172343550 - f  
Mayra Valverde