



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACION EN BANCARIA Y FINANCIERA

APORTAR AL CRECIMIENTO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE
UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO -
EMPRESA QUE SE DEDICARÁ A LA FABRICACIÓN E INSTALACIÓN DE
MODULARES EN MELAMINA, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO, 2016.

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

Autor: Mirtha Carolina Herrera Quezada

Tutor: Ing. Galo Cisneros

Quito, 2016

DECLARATORIA

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

Mirtha Carolina Herrera Quezada

CC: 172555035-2

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Mirtha Carolina Herrera Quezada portadora de la cédula de ciudadanía signada con el No 172555035-2 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “APORTAR AL CRECIMIENTO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO - EMPRESA QUE SE DEDICARÁ A LA FABRICACIÓN E INSTALACIÓN DE MODULARES EN MELAMINA, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016.” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA _____

NOMBRE Mirtha Carolina Herrera Quezada

CEDULA 172555035-2

Quito, a los 21 días Noviembre, 2016

AGRADECIMIENTO

Agradezco a ti Dios por bendecirme con salud y vida para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A mi hija Anisthon Monserrat Buendía Herrera quien es mi motivación y fuente de inspiración para seguir adelante.

A mi tutor de tesis, Ingeniero Galo Cisneros por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mi trabajo de tesis con éxito. Y por último a mi esposo Diego Waldimir Buendía Albán quien me ha motivado durante mi formación profesional con sus consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida.

DEDICATORIA

A mis padres quienes son mi apoyo incondicional,

A mis hermanos que ven en mí un gran ejemplo, y

A mí amado esposo e hija que son mi fortaleza

diariamente para cumplir mis objetivos.

INDICE GENERAL

Contenido

DECLARATORIA.....	i
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
INDICE GENERAL.....	v
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE FIGURAS.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRAC	xv
CAPÍTULO I.....	1
Introducción	1
1.01. Justificación.....	1
1.02. Antecedentes	2
CAPÍTULO II	4
2. Análisis situacional	4
2.01. Ambiente Externo	4
2.01.01. Factor Económico	5
2.01.01.01. Inflación	5
2.01.01.02. Tasa de interés	6
2.01.01.02.01. Tasa de Interés Activa	6
2.01.01.02.02. Tasa de Interés Pasiva	8
2.01.01.03. Producto Interno Bruto.....	9
2.01.01.04. Balanza Comercial	10
2.01.02. Factor Político Social	11
2.01.03. Factor Legal	13
2.01.04. Entorno Tecnológico.....	17
2.02. Entorno Local.....	18
2.02.01. Clientes.....	18
2.02.01.01. Clientes Internos	18
2.02.01.02. Clientes Externos	19

2.02.02. Proveedores	20
2.02.03. Competidores	21
2.02.03.01. Competencia Directa	21
2.02.03.02. Competencia Indirecta	22
2.03. Análisis Interno	23
2.03.01. Propuesta estratégica	24
2.03.01.01. Misión	25
2.03.01.02. Visión	25
2.03.01.03. Objetivos	26
2.03.01.03.01. <i>Objetivo General</i>	26
2.03.01.03.02. <i>Objetivos Específicos</i>	26
2.03.01.04. Principios y/o valores	27
2.03.01.04.01. <i>Principios</i>	27
2.03.01.04.02. <i>Valores</i>	27
2.03.02. Gestión administrativa	28
2.03.02.01. Constitución legal del proyecto.....	29
2.03.03. Gestión Operativa.....	29
2.03.03.01. Organigrama Estructural del Proyecto	30
2.03.03.01.02. <i>Perfil del puesto y funciones</i>	31
2.03.04. Gestión Comercial.....	34
2.03.04.01. Marketing mix 4Ps	34
2.03.04.01.01. <i>Precio</i>	34
2.03.04.01.02. <i>Plaza</i>	35
2.03.04.01.03. <i>Producto</i>	35
2.03.04.01.04. <i>Promoción</i>	38
2.03.04.01.05. <i>Logotipo y eslogan</i>	38
2.04. Análisis FODA.....	39
CAPÍTULO III	44
3. Estudio de Mercado.....	44
3.01. Objetivo del Estudio de Mercado.....	44
3.01.01. <i>Objetivo General</i>	45
3.01.01.01. <i>Objetivos Específicos</i>	45

3.01.02. Determinación de la Población y Muestra.	46
3.01.02.01. Segmentación de Mercado.	46
3.01.02.01.01. <i>Tamaño de la población</i>	47
3.02. Muestra.	47
3.02.01. Técnicas de obtención de información.	49
3.02.01.01. La Encuesta.	49
3.02.02. Formato de la encuesta.	50
3.02.02.01. Análisis de la Información.	53
3.03. OFERTA.	64
3.03.01. Oferta Actual.	64
3.03.02. Oferta Proyectada.	64
3.04. Demanda.	66
3.04.01. Aceptación del producto o servicios.	66
3.04.02. Frecuencia de compra o uso del servicios.	67
3.04.03. Demanda Actual.	68
3.04.04. Demanda Proyectada.	69
3.05. Balance Oferta – Demanda.	70
3.05.01. Balance Actual.	70
3.05.02. Balance Proyectado.	70
CAPITULO IV.	72
4. Estudio Técnico.	72
4.01. Tamaño del proyecto.	72
4.01.01. Capacidad Instalada.	73
4.01.02. Capacidad óptima.	74
4.02. Localización.	74
4.02.01. Macro Localización.	75
4.02.02. Micro –localización.	76
4.02.03. Localización Óptima.	77
4.03. Ingeniería del producto.	77
4.03.01. Definición del Bien y Servicio.	78
4.03.02. Distribución de Planta.	78
4.03.02.01 Razón de Cercanía.	79

4.03.02.02. Código de Cercanía	79
4.03.02.03. Matriz triangular.....	79
4.03.02.04. Tabulación de planta	81
4.03.03. Procesos productivos.....	83
4.03.04. Determinación de Maquinaria y Equipo	85
5. Estudio Financiero	87
5.01. Ingresos operacionales y no operacionales	88
5.01.01. Ingresos operacionales.	88
5.01.02. Materia Prima Directa.	88
5.01.03. Mano de Obra Directa.....	90
5.01.04. Costos indirectos de fabricación.	91
5.01.05. Cálculos de Ingresos operacionales.	91
5.01.06. Ingresos no Operacionales.	95
5.02 Costos.....	95
5.02.01. Costos Directos.	96
5.02.02. Costos Indirectos.....	96
5.03.01 Gastos administrativos.....	97
5.03.02. Gastos de Venta.....	98
5.03.03. Gastos financieros.	99
5.03.04. Costos Fijos y Variables.....	99
5.04 Inversiones.	100
5.04.01 Inversión Fija.	100
5.04.01.01. Activos Fijos.	101
5.04.01.02. Activos Nominales (diferidos)	102
5.04.02 Capital de Trabajo.	102
5.04.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.	103
5.04.04 Amortización de Financiamiento. (Tabla de amortización).....	103
5.04.05 Depreciaciones.	105
5.04.06 Estado de Situación Inicial.....	105
5.04.07 Estado de Resultados Proyectados.....	106
5.04.08 Flujo de Caja.	108
5.05. Evaluación.....	108

5.05.01 Tasa de descuento.	108
5.05.02 Valor Actual Neto. (VAN).....	109
5.04.03 Tasa Interna de Retorno (TIR).	111
5.04.04 Período de Recuperación de la Inversión. (PRI).....	112
5.04.05 Relación Costo Beneficio. (RBC).....	113
5.04.06 Punto de Equilibrio.	114
5.05 Análisis de Índices Financieros.....	117
5.05.01. Rentabilidad del patrimonio. (ROE)	117
5.05.02. Rentabilidad del Activo. (ROA)	118
CAPITULO VI.....	119
6. Análisis de Impacto.....	119
6.01 Impacto Ambiental.....	119
6.02 Impacto Económico.	120
6.03 Impacto Productivo.	120
6.04 Impacto Social.....	120
CAPÍTULO VII	122
7.01 Conclusiones	122
7.02 Recomendaciones.....	123
BIBLIOGRAFÍA	124
Bibliografía	124
ANEXOS	127

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tasa de Inflación	5
Tabla 2 Tasas de Interés Activa	7
Tabla 3 Tasas de Interés Pasiva	8
Tabla 4 Balanza Comercial	10
Tabla 5 Crecimiento Poblacional	11
Tabla 6 Población económicamente activa - PEA	12
Tabla 7 Población económicamente inactiva - PEI.....	13
Tabla 8 Descripción de los elementos.....	18
Tabla 9 Matriz de Clientes Externos	19
Tabla 10 Matriz de Proveedores de Instalación	20
Tabla 11 Matriz de Proveedores Frecuentes	21
Tabla 12 Matriz de Competidores Directos.	22
Tabla 13 Matriz de Competidores Indirectos.....	23
Tabla 14 Formulación de la Misión	25
Tabla 15 Formulación de la Visión	25
Tabla 16 Descripción del puesto Gerente General.....	31
Tabla 17 Descripción del puesto Diseñador.....	32
Tabla 18 Descripción del puesto Operario 1 y 2.....	33
Tabla 19 Matriz FODA Fortalezas y Debilidades.....	40
Tabla 20 Matriz FODA Oportunidad y Amenazas	41
Tabla 21 Matriz de factores externos claves	42
Tabla 22 Matriz de evaluación de factores internos.....	43
Tabla 23 Población y Muestra	46
Tabla 24 Tamaño del universo o población	47
Tabla 25 Tabulación pregunta N°1	53
Tabla 26 Tabulación pregunta N°2	54
Tabla 27 Tabulación pregunta N°3	55
Tabla 28 Tabulación pregunta N°4	56
Tabla 29 Tabulación pregunta N°5	57
Tabla 30 Tabulación pregunta N°6	58
Tabla 31 Tabulación pregunta N°7	59
Tabla 32 Tabulación pregunta N°8	60

Tabla 33 Tabulación pregunta N°9	61
Tabla 34 Tabulación pregunta N°10	62
Tabla 35 Tabulación pregunta N°11	63
Tabla 36 Cálculo de la oferta actual.....	64
Tabla 37 Proyección de la oferta.....	65
Tabla 38 Aceptación del servicio de modulares en melamina.....	67
Tabla 39 Frecuencia de uso o consumo	67
Tabla 40 Demanda en dólares	68
Tabla 41 Demanda Actual.....	68
Tabla 42 Proyección de la Demanda.....	69
Tabla 43 Balance actual	70
Tabla 44 Demanda Insatisfecha	71
Tabla 45 Capacidad Óptima del Proyecto.....	74
Tabla 46 Macro Localización.....	75
Tabla 47 Localización Óptima	77
Tabla 48 Razón de cercanía	79
Tabla 49 Código de Cercanía.....	79
Tabla 50 Proceso productivo.....	85
Tabla 51 Determinación de Maquinaria y Equipos.....	86
Tabla 52 Materia Prima Directa.....	89
Tabla 53 Mano de obra directa.....	90
Tabla 54 Costos Indirectos de Fabricación	91
Tabla 55 Cálculos de Ingresos operacionales modular de cocina bajo	92
Tabla 56 Cálculos de Ingresos operacionales modular de cocina alto.....	92
Tabla 57 Cálculos de Ingresos operacionales dormitorio	93
Tabla 58 Cálculos de Ingresos operacionales baño.....	93
Tabla 59 Cálculos de Ingresos operacionales cuarto de estudio	94
Tabla 60 Cálculos de Ingresos operacionales otros	94
Tabla 61 Costos Directos	96
Tabla 62 Costos Indirectos.....	97
Tabla 63 Gastos de Personal	97
Tabla 64 Suministros de oficina.....	98

Tabla 65 Gastos de ventas.....	99
Tabla 66 Activos Fijos	101
Tabla 67 Capital de Trabajo	102
Tabla 68 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos	103
Tabla 69 Amortización del Préstamo.....	104
Tabla 70 Depreciaciones	105
Tabla 71 Estado de situación inicial.....	106
Tabla 72 Estado de Resultados Proyectados	107
Tabla 73 Tasa De Descuento.....	109
Tabla 74 Van	110
Tabla 75 Flujos Netos de Efectivo	110
Tabla 76 Tasa Interna de Retorno (TIR)	111
Tabla 77 Período de Recuperación de la Inversión (PRI).....	112
Tabla 78 Relación Costos Beneficio	113
Tabla 79 Punto de Equilibrio	114
Tabla 80 Punto de Equilibrio	114
Tabla 81 Punto de Equilibrio en unidades	115
Tabla 82 Punto de Equilibrio en unidades	115
Tabla 83 Demostración del Punto de Equilibrio	116

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Propuesta estratégica	¡Error! Marcador no definido.
Figura 2 Requisitos para creación de la microempresa.....	29
Figura 3 Organigrama estructural	30
Figura 4 Materia Prima	35
Figura 5 Producto.....	36
Figura 6 Gama de Colores.....	36
Figura 7 Producto.....	37
Figura 8 Producto.....	37
Figura 9 Producto.....	37
Figura 10 Logotipo de la Empresa.....	38
Figura 11 Formato de tarjeta de presentación	39
Figura 12 Tabulación pregunta N°1	53
Figura 13 Tabulación pregunta N°2.....	54
Figura 14 Tabulación pregunta N°3.....	55
Figura 15 Tabulación pregunta N°4.....	56
Figura 16 Tabulación pregunta N°5.....	57
Figura 17 Tabulación pregunta N°6.....	58
Figura 18 Tabulación pregunta N°7.....	59
Figura 19 Tabulación pregunta N°8.....	60
Figura 20 Tabulación pregunta N°9.....	61
Figura 21 Tabulación pregunta N°10.....	62
Figura 22 Tabulación pregunta N°11.....	63
Figura 23 Macro localización.....	75
Figura 24 Micro localización	76
Figura 25 Matriz triangular	79
Figura 26 Distribución de la planta.....	80
Figura 27 Flujo grama de procesos	84
Figura 28 Punto de equilibrio.....	116

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto está enfocado en la fabricación e instalación de modulares en melamina con el fin de brindar un servicio de calidad, con estilo único a cada uno de los potenciales clientes.

Los modulares en melamina otorgan varias comodidades para el diario vivir, la producción de estos tipos de muebles están vinculados a satisfacer la demanda de constructoras y viviendas de uso particular que ven un atractivo al momento de adquirir este tipo de producto, lo que favorecerá a la distribución de la línea del hogar, el cual está enfocado la presente propuesta.

La microempresa estará ubicada en el sector norte de la ciudad en las calles Leónidas Proaño y San Camilo, donde se aprecia una mayor demanda debido al incremento de conjuntos habitacionales y viviendas de estilo particular, esta zona del sector norte de la ciudad crece cada día más debido a varios factores que favorecen al crecimiento poblacional.

Los resultados esperados para la presente investigación son positivos de acuerdo al estudio financiero realizado, la inversión a realizar será recuperable a los 2 años y 11 meses, lo cual es favorable para la creación de la microempresa.

ABSTRAC

This project focuses on the manufacture and installation of modular melamine in order to provide quality service with unique style to each of the leads

Modular melamine provide various amenities for daily living, production of these types of furniture are linked to meet the demand for construction and housing for private use they see an attractive when purchasing this type of product, which favor the distribution of home line, which is focused this proposal.

Microenterprise be located in the northern sector of the city in the streets Leonidas Proaño and San Camilo, which increased demand is seen due to increased housing developments and housing particular style, this northern sector of the city is growing every day because of several factors contributing to population growth.

Expected to present research results are positive according to the financial study performed, the investment to make recoverable at 2 years and 11 months, which is favorable for the creation of microenterprises.

CAPÍTULO I

Introducción

1.01. Justificación

La finalidad del proyecto motivo de la presente investigación; responde a la oportunidad de ingresar al mercado de los acabados de construcción, con propuestas nuevas, que aporten al crecimiento de la matriz productiva del país. En la actualidad la comercialización de modulares en general y específicamente en melamina satisfacen la comodidad en los hogares, en el Ecuador es uno de los componentes más empleados en la industria de la construcción, formando así parte de los de los principales acabados de construcción de vivienda ajustados a necesidades y requerimientos específicos.

Por lo expuesto, el proyecto motivo de la presente investigación se presenta como original y crítico; dado que se enfoca a cubrir con nuevas alternativas los gustos, necesidades y requerimientos específicos de clientes corporativos y consumidores finales, fiel a productos de alta calidad y servicio eficiente.

Siendo así que el principal impacto que se espera resulte del desarrollo de la presente investigación, aportar al fortalecimiento de nuevas industrias estratégicas, que aporten al crecimiento económico y social del país.

Sustentándose al Objetivo 10 del SENPLADES, del Plan Nacional del Buen Vivir, donde se menciona Impulsar la transformación de la matriz productiva, los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistemática, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.

1.02. Antecedentes

En los últimos años el crecimiento del mercado de modulares en melamina ha sido acelerado. Dadas las condiciones de vida actuales, los hogares cada vez tienen espacios más reducidos y la necesidad de incorporar en ellos modelos de óptima calidad con diseños innovadores y ajustados a estas necesidades, situación que ha generado que la industria madera crezca día a día.

La madera tipo roble, nogal, olivo, tajibo, santos mahogany, etc.; Se diferencian de la oferta de modulares debido a la economía ya que estas maderas al considerarse como materias primas finas y altamente cotizadas, son muy costosas, su resiembra tardan algunos años en estar apta para nueva producción, lo cual no contribuye al

medio ambiente, es entonces donde modulares en melamina fueron ganando espacio, convirtiéndose en una alternativa más económica y moderna ya que su armada se adapta a todo tipo de espacios en la distribución de la construcción.

Los melamina son tableros fabricados de microfibras de madera, recubiertos con una lámina decorativa prensada; tratados con resinas melamínicas. Estas resinas, de las que el producto toma el nombre, crean una barrera perfecta contra la humedad, el vapor, los agentes químicos, la erosión y el rayado.

Estos poseen una ventaja puesto que son altamente funcionales, ya que el espacio que ocupan son mínimos con respecto los muebles convencionales, en la época contemporánea la melamina es utilizada a modo de revestimiento de interiores; de tal manera que resalte la belleza visual interna de los hogares.

La idea de incorporar el presente proyecto en la zona del Distrito Metropolitano de Quito nace del evidente crecimiento de este sector de la ciudad situación que ha contribuido al desarrollo del mismo, dentro de la investigación propuesta la empresa buscaría incursionar en el diseño y desarrollo de muebles de hogar, acoplados a necesidades específicas de sus consumidores aportando el diseño y elaboración a medida; dirigidos a nuevos clientes del sector de la construcción y hogares del Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO II

2. Análisis situacional

Según sitio web (Lorette, 2014),

Un análisis situacional a menudo se llama la base de un plan de marketing. Un análisis de la situación incluye un examen detallado de los factores internos y externos que afectan un negocio. Crea una visión general de la organización que llevará a una mejor comprensión de los factores.

Estos factores son determinados mediante el análisis del FODA, aportando a obtener un diagnóstico preciso, que permita la toma de decisiones para controlar las debilidades, enfrentar las amenazas y aprovechar así las oportunidades utilizando las fortalezas que puede tener el presente estudio

2.01. Ambiente Externo

Permitirá definir el escenario del proyecto, qué se espera de los factores anteriormente mencionados y qué se puede esperar dentro de la presente investigación.

2.01.01. Factor Económico

En la apreciación del autor (Galindo, 2008)

Concentra su estudio en el ingreso per cápita de los consumidores y en los aspectos económicos de la industria, entre los cuales podemos destacar la consecución de materias primas (escasez y compra), medios de transporte de las materias primas y productos terminados (costo de flete y seguros), procesamiento de productos (industrias competidoras), y el área de influencia del mercado consumidores y la competencia. (pág.13)

2.01.01.01. Inflación

De acuerdo a (Canovas, 2004)

Inflación es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo. Otras definiciones la explican como el movimiento persistente al alza del nivel general de precios o disminución del poder adquisitivo del dinero. (pág.60)

Tabla 1 Tasa de Inflación

Inflación Mayo 2015 – Mayo 2016						
	2015			2016		
PERÍODO	MARZO	ABRIL	MAYO	MARZO	ABRIL	MAYO
MENSUAL	0,41%	0,84%	0,18%	0,14%	0,31%	0,03%
ANUAL	3,76%	4,32%	4,55%	2,32%	1,78%	1,63%
ACUMULADO	1,63%	2,48%	2,66%	0,58%	0,89%	0,92%

Fuente: INEC-Boletín Mensual

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Según la tabla y datos aportados por la fuente de investigación, es posible notar que la inflación en la actualidad ha tenido variaciones constantes sin

llegar a extremos peligrosos, para el período en estudio se toma en cuenta mayo 2015 – mayo 2016, aportando un indicador del 1,63%, Ecuador ha mantenido una inflación moderada situación que se puede plantear para el presente proyecto como una amenaza nivel bajo.

2.01.01.02. Tasa de interés

(Ortíz, 2001), determinó que:

Rendimiento porcentual que se paga durante algún período contra un préstamo seguro, al que rinde cualquier forma de capital monetario en un mercado competitivo exento de riesgos, o en el que todos los riesgos están ya asegurados mediante primas adecuadas. En términos más sencillos, la tasa de interés es el porcentaje que se aplica a una cantidad monetaria que denominamos capital, y que equivale al monto que debe cobrarse o pagarse por prestar o pedir prestado dinero. (pág. 27)

2.01.01.02.01. Tasa de Interés Activa

En la misma apreciación el autor determina que la tasa de interés activa es el rendimiento porcentual que se paga durante algún periodo contra un préstamo seguro, al que rinde cualquier forma de capital monetario en un mercado competitivo exento de riesgo o en el que todos los riesgos están ya asegurados mediante primas adecuadas.

Tabla 2 Tasas de Interés Activa

Tasas de Interés			
Junio – 2016			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima	% anual
para el segmento:		para el segmento:	
Productivo Corporativo	9.31	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.96	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.33	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.34	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.66	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.82	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.10	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.24	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	15.90	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.31	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.72	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	24.46	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	23.85	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.18	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Para la presente investigación se consideran las alternativas de financiamiento destinadas y dirigidas a las de microcrédito, debido a la naturaleza del proyecto y las diferencias, dentro de los productos bancarios convencionales, y tomando en cuenta que la tasa de interés activa efectiva anual este indicador se

presenta como una amenaza de nivel medio bajo destinada al financiamiento del presente proyecto.

2.01.01.02.02. Tasa de Interés Pasiva

El mismo autor define que la tasa pasiva es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

Tabla 3 Tasas de Interés Pasiva

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	6.00	Depósitos de Ahorro	1.27
Depósitos monetarios	0.59	Depósitos de Tarjetahabientes	1.19
Operaciones de Reporto	0.08		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	5.03	Plazo 121-180	6.71
Plazo 61-90	5.36	Plazo 181-360	7.06
Plazo 91-120	5.96	Plazo 361 y más	7.91

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: De tal modo que para el presente proyecto es una alternativa que no se tomará en cuenta como fuente de ingresos dado que al obtener un rendimiento aproximado del 5.96% anual por valores depositados a plazo fijo no es una alternativa rentable.

2.01.01.03. Producto Interno Bruto

Según (Aristides, 2010) define que:

El PIB o producto interno bruto, es un indicador económico utilizado para medir la producción de un país define como el producto final total que se produce dentro de un país, por lo general para un año. Es la suma de los valores monetarios de los bienes y servicios producidos por un país en ese período.

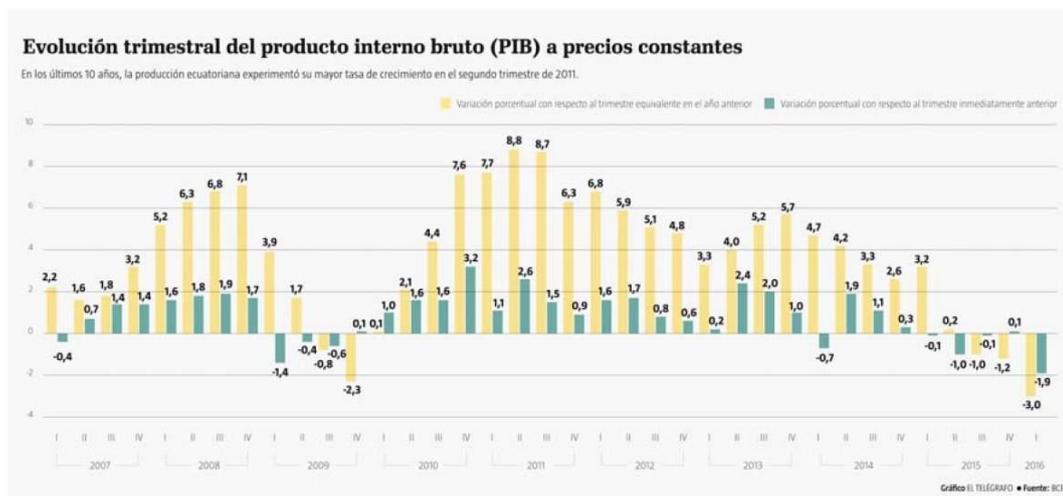


Gráfico 1 PIB por Actividad Económica

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: El PIB mantuvo una reducción del -1,9% en el primer trimestre del 2016, esto debido a la caída del petróleo lo que significó que la exportaciones del país se vean afectado, provocado que las empresas ecuatoriana tomen el reto de ser más competitivas y así de esta manera lograr que lo producido en el país pueda ser exportados y brindar oportunidades a los emprendedores de la industria ecuatoriana a crecer como empresas cada día más.

2.01.01.04. Balanza Comercial

(efxto, 2014), determinó que:

“La Balanza comercial es la diferencia entre las importaciones y las exportaciones de un país. Es un indicador económico que representa una gran parte en el balance de pagos del país.”

Tabla 4 Balanza Comercial

Balanza Comercial - Toneladas métricas y valor USD FOB (en miles) -										
	Ene - Abr 2013		Ene - Abr 2014		Ene - Abr 2015		Ene - Abr 2016		Variación 2016 - 2015 USD FOB	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	Absoluta	Relativa
Exportaciones totales	9,446.1	8,075.9	9,465.3	8,527.7	10,573.7	6,401.6	10,142.2	4,890.8	-1,510.8	-23.6%
Petroleras	6,481.5	4,556.7	6,446.4	4,424.3	7,297.4	2,331.4	6,929.1	1,281.5	-1,049.9	-45.0%
No petroleras	2,964.7	3,519.2	3,018.9	4,103.4	3,276.3	4,070.2	3,212.9	3,609.3	-460.9	-11.3%
Importaciones totales	5,042.6	8,409.1	5,387.0	8,274.0	5,365.2	7,620.8	4,473.5	4,842.3	-2,778.5	-36.5%
Bienes de consumo	281.6	1,528.5	334.9	1,453.9	313.4	1,500.3	237.4	1,022.0	-478.3	-31.9%
Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)	1.5	66.8	1.4	70.6	0.8	38.0	0.9	37.7	-0.3	-0.9%
Materias primas	2,675.9	2,597.1	2,698.0	2,451.8	2,576.5	2,495.1	2,206.4	1,783.6	-711.5	-28.5%
Bienes de capital	189.2	2,203.9	183.9	2,124.8	201.6	2,090.7	122.8	1,268.3	-822.4	-39.3%
Combustibles y Lubricantes	1,892.7	1,969.0	2,166.9	2,150.0	2,271.1	1,480.1	1,903.7	716.5	-763.6	-51.6%
Diversos	1.7	23.2	1.8	15.8	1.8	16.6	2.2	14.3	-2.3	-14.1%
Ajustes (3)		20.5		7.0						
Balanza Comercial - Total		-333.2		253.7		-1,219.1		48.5	1,267.7	104.0%
Bal. Comercial - Petrolera		2,602.6		2,313.4		874.3		572.1	-302.3	-34.6%
Exportaciones petroleras		4,556.7		4,424.3		2,331.4		1,281.5	-1,049.9	-45.0%
Importaciones petroleras		1,954.0		2,110.9		1,457.1		709.5	-747.6	-51.3%
Bal. Comercial - No petrolera		-2,935.8		-2,059.6		-2,093.5		-523.5	1,570.0	75.0%
Exportaciones no petroleras		3,519.2		4,103.4		4,070.2		3,609.3	-460.9	-11.3%
Importaciones no petroleras		6,455.0		6,163.0		6,163.7		4,132.8	-2,030.9	-32.9%

(1) Las cifras son provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior. A partir de 2011, y en el marco de la Ley Reformativa a la Ley de Hidrocarburos, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 244 de julio 27 de 2010, en las estadísticas de las exportaciones de petróleo crudo, se incluye a la Secretaría de Hidrocarburos (SHE), del Ministerio de Recursos Naturales no Renovables del Ecuador (MRNRR), como nueva fuente de información. Esta entidad es la responsable de proveer información sobre las distintas modalidades de pago, que por concepto de tarifa, reciben las compañías petroleras privadas que operan en el Ecuador, bajo la modalidad contractual de prestación de servicios. Para fines de este cuadro, se incluye el pago en especie destinado a la exportación.

(2) El BCE acogiendo las recomendaciones internacionales para el registro estadístico del comercio internacional de mercancías, a partir de la publicación IEM N° 1942, ha incluido en el grupo de Bienes de Consumo, las importaciones realizadas desde el año 2011 bajo la modalidad de Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos, cuya fuente de información es el SENAE.

(3) Corresponde a las importaciones del Ministerio de Defensa Nacional.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Como se puede observar en la tabla 4.- balanza comercial la cual refleja que ha habido más importaciones que exportaciones, uno de los factores primordiales, el déficit comercial de acuerdo a la variación entre enero – abril del

año 2015 contra enero – abril del año 2016, llegó a representar el -0,1%, ha atribuido a este resultado la baja del precio de petróleo, por ese motivo se puede considerar a la balanza comercial como una amenaza de nivel medio porque en el mercado Ecuatoriano aun no abastece de ciertos productos esto dado a políticas de control como las establecidas por las salvaguardias el presente año, y la falta de producción nacional de ciertos productos. Esto podría generar el incremento del precio de ciertos productos que habitualmente no se generan en el país, como podría ser el caso de la materia prima generando que el producto terminado aumente su costo afectando únicamente a los consumidores y a los emprendedores ecuatorianos.

2.01.02. Factor Político Social

(Galindo, 2008), define que:

“El factor social permite evaluar si el producto o servicio que generará la empresa, tiene alguna pertinencia e impacto en los futuros consumidores, dependiendo de su nivel de ingresos, estrato social al cual pertenece, costumbres, tradiciones, valores, etc.”(pág. 13)

Tabla 5 Crecimiento Poblacional

Norte del Distrito Metropolitano de Quito		Población Según Censo 2010			
Últimos años	1982	1990	2001	2010	
Habitantes	18.059	36.297	84.848	152.242	
Tasa de crecimiento anual					3,24%

Fuente: INEC-CENSO 2010

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Según los datos establecidos podemos notar que el norte del Distrito Metropolitano de Quito crece en un ritmo acelerado fortaleciendo su población, como se nota durante los últimos años ha crecido de forma rápida, esto ha hecho del sector lugar de fuerte crecimiento y desarrollo donde se ofertan varios proyectos inmobiliarios dando una oportunidad de nivel alto para incorporar el presente proyecto, a partir de nuevas necesidades generadas a partir de este crecimiento donde la población ecuatoriana en busca de soluciones habitacionales, aportan a dinamizar nuevos sectores aleados al de la construcción de los cuales se desprenden nuevas fuentes de empleo directo o indirecto, que permiten crear nuevas oportunidades de vida.

Tabla 6 Población económicamente activa - PEA

TASA DE EMPLEO ADECUADO

Periodo	Quito	Guayaquil	Cuenca	Machala	Ambato
mar-08	60,6%	49,2%	57,0%	49,3%	46,1%
mar-09	55,6%	43,3%	57,6%	43,2%	42,1%
mar-10	59,2%	46,5%	58,1%	46,3%	50,2%
mar-11	62,1%	47,0%	56,9%	43,8%	57,0%
mar-12	63,3%	56,3%	64,1%	53,3%	57,0%
mar-13	62,8%	55,1%	66,2%	52,4%	48,3%
mar-14	70,8%	59,1%	63,7%	53,4%	54,6%
mar-15	67,1%	63,5%	57,8%	47,3%	54,0%
mar-16	61,2%	53,9%	60,7%	51,0%	51,2%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Mirtha Herrera

Tabla 7 Población económicamente inactiva - PEI

TASA DE DESEMPLEO					
Periodo	Quito	Guayaquil	Cuenca	Machala	Ambato
mar-08	6,5%	8,0%	5,0%	5,1%	4,5%
mar-09	7,2%	14,1%	4,9%	11,0%	4,1%
mar-10	7,2%	12,3%	3,8%	8,1%	3,1%
mar-11	5,7%	10,0%	4,1%	7,2%	3,5%
mar-12	3,7%	6,3%	4,7%	5,9%	4,4%
mar-13	4,1%	5,5%	3,2%	4,2%	4,4%
mar-14	4,3%	6,1%	3,2%	3,8%	5,8%
mar-15	4,4%	3,8%	3,2%	3,7%	6,4%
mar-16	7,8%	7,2%	4,6%	4,0%	7,0%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: La PEA de la ciudad de Quito a marzo de 2016 ha tenido un decremento en comparación a datos del año pasado, el porcentaje de personas que se encuentran empleadas es del 61,02% y desempleadas el 7,8%, con la implementación de la microempresa de modulares en melamina se podría bajar dicho porcentaje de desempleados y aumentar el porcentaje de personas empleadas, el proyecto aportaría con un mínimo en esta disminución de desempleados por lo que se puede decir que es una oportunidad para generar empleos para la sociedad.

2.01.03. Factor Legal

Se determina a partir de las leyes y normativas que regulan el desarrollo comercial de las empresas en sus diferentes formas, constituidas por los mandatos de la Constitución de la República del Ecuador, Régimen Tributario Interno, Código de Trabajo, Código Orgánico de la Producción, Ley de Seguridad Social, entre otras de pertinencia directa.

La microempresa de modulares en melamina será implementado y representado por una persona natural. Los documentos básicos que se requieren para arrancar con el funcionamiento y la creación de la microempresa son:

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Es un número de identificación que otorga el SRI a todas las personas naturales o sociedades que realizan actividades económicas. Para poder obtener el RUC se debe contar con la siguiente documentación:

- ✓ Documento de Identificación
- ✓ Documento de Votación
- ✓ Planilla de servicio básico o contrato de arrendamiento del local comercial.
- ✓ Trámite sin costo directo para el contribuyente.

Patente Municipal

Es un documento obligatorio que se debe sacar en la ciudad de Quito para poder ejercer cualquier actividad económica. El cual se declara y se paga anualmente el impuesto generado por dicha actividad.

- ✓ Copia de cédula
- ✓ Copia de papeleta de votación
- ✓ Copia del Ruc.

Licencia única de actividad económica (LUAE)

Es un documento otorgado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito que tiene como finalidad habilitar la ejecución de una actividad económica y tienen diferentes autorizaciones como: Uso y Ocupación de Suelo (ICUS), Sanidad, Prevención de Incendios, Identificación de la Actividad Económica (Rótulo), Ambiental, Turismo, y por convenio de cooperación Ministerio del Interior (Intendencia de Policía).

- ✓ Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o representante legal.
- ✓ Copia de RUC.
- ✓ Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones (Persona natural o Representante legal).
- ✓ Trámite sin costo.

Permisos de Funcionamiento

Es un permiso de apertura de un establecimiento que es otorgado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria de acuerdo a la actividad económica que realice la empresa.

- ✓ Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- ✓ Registro único de contribuyentes (RUC).
- ✓ Cédula de identidad.
- ✓ Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad,

cuando corresponda.

- ✓ Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- ✓ Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

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

Este permiso será actualizado anualmente, Por lo que es un requisito para las actividades económicas que se realizara en el Distrito Metropolitano de Quito.

Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

Los requisitos para proceder a realizar afiliación a trabajadores en el Instituto de Seguridad Social son los siguientes:

- ✓ RUC
- ✓ Cédula original y copia
- ✓ Papeleta de votación y copia
- ✓ Comprobante de pago de agua, luz o teléfono de la planta
- ✓ Nombre de la empresa o del representante legal del mismo

- ✓ Clave del empleador tramitada directamente en el instituto de seguridad social.

Legalización de las relaciones laborales con los empleados:

- ✓ Realizar contrato de trabajo de acuerdo a las funciones a realizarse.
- ✓ Legalizar dicho contrato ante el Ministerio de relaciones Laborales
- ✓ Realizar el ingreso al IESS de todo el personal.
- ✓ Trámite gratuito.

2.01.04. Entorno Tecnológico.

La tecnología es un factor importante dentro del desarrollo del presente proyecto, como una inversión de desarrollo más no como un gasto ya que mucha de la maquinaria empleada reduce el tiempo de elaboración de los productos acelerando el proceso de producción.

Estos avances técnicos aportan a la competitividad del negocio, lo cual contribuyen a una producción con estándares de calidad considerables.

El proyecto al caracterizarse por un entorno productivo, para su correcto funcionamiento y desarrollo requiere los siguientes elementos para la elaboración de modulares en melamina entre los cuales tenemos los siguientes;

Tabla 8 Descripción de los elementos

PRODUCCIÓN	INSTALACIÓN
a) Maquinarias necesarias para el proceso de fabricación de los modulares en melamina.	g) Herramientas eléctricas para la instalación.
b) Herramientas eléctricas de producción.	h) Herrajes según la instalación
c) Equipos eléctricos y comunicación.	i) Equipos de protección (instaladores).
d) Herrajes complementarios para la producción.	
e) Equipos de protección individual (operarios).	
f) Suministros de oficina.	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

2.02. Entorno Local

El presente proyecto estará ubicado al norte en del Distrito Metropolitano de Quito donde se va a desarrollar la propuesta expuesta para todos los potenciales consumidores del sector en la cual se beneficiaran proveedores de la misma y alrededores también fortaleciendo la demanda disminuyendo la competencia con el único fin de satisfacer las necesidades de los consumidores.

2.02.01. Clientes

2.02.01.01. Clientes Internos

(Torres, 2010), considera que:

Son todas las personas que forman parte de la empresa y su razón de ser, es decir los empleados o trabajadores que realizan el trabajo físico o intelectual a cambio de una remuneración y con la colaboración de dichas personas obtener buenos resultados que beneficien al crecimiento de la empresa (pág. 34).

Análisis: Evidentemente el cliente interno es parte fundamental en una organización, ya que sin su intervención no podrían desarrollarse las actividades propias de un negocio u empresa; por lo que el presente proyecto plantea una estructura definida de funcionamiento para el mismo, adaptada a sus propias necesidades; por lo que se espera implementar un área de producción dedicada a la fabricación de los modulares en melamina; un área de contabilidad destinada al manejo de los recursos económicos; una área administrativa encargada del controlar toda la documentación de la empresa y su desarrollo diario y un área de ventas enfocada a la comercialización de los productos dentro del mercado.

2.02.01.02. Clientes Externos

El mismo autor define que los clientes externos son esenciales para el éxito de cualquier negocio, ya que proporcionan el flujo de ingresos a través de sus compras que la empresa necesita para sobrevivir.

Tabla 9 Matriz de Clientes Externos

Nº	NOMBRE DE EMPRESA	UBICACIÓN	TELEFONO
1	Hidalgo e Hidalgo S.A	Galo Plaza Laso, Quito	(02) 240-8038
2	Coll Construcciones S.A	Av. De Los Shyris 3715 Y Rio Coca	(02)2464571
3	Herdoiza Crespo Construcciones S.A	Abraham Lincoln N26-16 y San Ignacio. Quito	(02)3982500
4	Semaica S.A	Avenida Colón 1480 y 9 de Octubre	(02) 395 5600
5	Constructora Reivax S.A	Calle N-76 y Panamericana Norte Quito.	(02) 60 22 012
6	Construecuador S.A	Av. La Coruña N26 - 219 y San Ignacio, Quito	(02) 250 7400

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Dada la naturaleza propia del negocio es necesario pensar en alianzas con empresas constructoras que licitan los acabados en obras habitacionales, empresas como las citadas en la tabla expuesta, donde se permita crear relaciones comerciales que aporten beneficios en cadena tanto al constructor, la empresa motivo del presente proyecto y finalmente los consumidores que permitan satisfacer sus necesidades en términos de economía y calidad. Sin dejar de lado a pequeños segmentos a cargo de obras independientes o remodelaciones a menor escala.

2.02.02. Proveedores

Según (debitoor, 2012)

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. Estas existencias adquiridas están dirigidas directamente a la actividad o negocio principal de la empresa que compra esos elementos.

Tabla 10 Matiz de Proveedores de Instalación

Nº	NOMBRE DE LA EMPRESA	PRODUCTOS PARA LA INSTALACIÓN
1	Jorge Tipantuña, Asdivent Cía. Ltda., Maderex S.A	Todo tipo de herrajes para muebles, accesorios, archivadores, cerraduras, tiraderas etc.
2	Computron S.A	Importadora y Comercializadora de equipos de oficina.
3	Trex Cia. Ltda.	Pinturas, lacas, todo para los acabados del hogar.
4	Acsuin S.A	Acabados y suministros industriales.
5	I&C Mendoza S.A	Plásticos stress
6	Paco S.A	Comercialización de suministros de oficina.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Tabla 11 Matriz de Proveedores Frecuentes

Nº	NOMBRE DE LA EMPRESA	PRODUCTOS PARA LA INSTALACIÓN
1	SUMIN - Suministros Industriales Cia. Ltda.	Maquinaria y herramientas para el trabajo de la industria de la madera y tableros
2	Tablecon S.A Construmadera S.A, Novopan del Ecuador S.A	Modulación, Corte, Laminado, canteado, etc.
3	Jorge Tipantuña, Asdivent CIA. LTDA, Maderex S.A	Todo tipo de herrajes para muebles, accesorios, archivadores, cerraduras, tiraderas etc.
4	Trecx Cia Ltda.	Pinturas, lacas todo para los acabados del hogar.
5	Acuin S.A	Acabados y Suministros Industriales.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: A fin de asegurar una correcta instalación y funcionamiento de la microempresa motivo del presente proyecto es necesario contar con relaciones económicas dinámicas y duraderas con proveedores, que aseguren calidad, optimización de tiempos y recursos así como ventajas en torno a plazos de crédito, formas de pago y extras desprendidos de las relaciones comerciales a formarse.

2.02.03. Competidores

2.02.03.01. Competencia Directa

En la apreciación del autor (Camino, 2007)

La competencia directa son las empresas o negocios que ofrecen al mercado que nos dirigimos un producto o servicio con las mismas características que el nuestro, sea mejor o peor, lo que hace que ambas empresas busquen intentar satisfacer una misma necesidad. (pág. 64)

Tabla 12 Matriz de Competidores Directos.

Nº	NOMBRE DE LA EMPRESA	UBICACIÓN	PRODUCTO
1	Madelac S.A	Daniel Comboni 61 100 y Santa Lucía, Quito.	Muebles de cocina, closets, puertas, mesas, escritorios, etc.
2	CB Modulares S.A	La Provivenza y Las Palmas, Mena 2, Quito.	Muebles de cocina, closets, baños, mesas, escritorios, etc.
3	Soluciones Modulares JC	San Francisco de Rumihurco y Piedras Negras, El Condado, Quito.	Muebles de cocina, closets, baños, puertas, mesas, etc.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: A partir del conocimiento generado por la propia investigación aplicada es posible apreciar que la competencia directa es escasa, siendo un nuevo factor de aporte positivo convirtiéndose en una fortaleza para al presente proyecto, lo que se presente como una oportunidad de nivel alto para el desarrollo del mismo.

2.02.03.02. Competencia Indirecta

El mismo autor conceptúa que la competencia indirecta son las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutivos o de forma diferente.

Tabla 13 Matriz de Competidores Indirectos.

Nº	NOMBRE DE LA EMPRESA	UBICACIÓN	PRODUCTO	TIPO DE MADERA
1	Madeclac S.A.	Alonso de Torres y Av. al Parque frente	Comedores-Mesas, Camas, etc.	Roble ,Cerezo, Fresno, Castaño
2	Auron Cía. A.	Bellavista Alta, 3ra transversal OE10-N26 Cotocollao, Quito	Muebles de cocina, Oficinas, Mesones, Sillas, etc.	Caoba, Pino, Teca, Laurel
3	Conpumega S.A	Av. América N31-182 y Mariana de Jesús	Escritorios, Sillas, Archivadores	Nogal, Castaño Olivo
4	Muebles Acacia	González Suárez y Juan Montalvo	Mesas de Centro, Camas, Juegos de Dormitorios, Sofás, etc.	Laurel, Roble

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Como competencia indirecta se presentan varias empresas que buscan satisfacer el mercado de forma diferente con productos sustitutos y servicio diferente; esto dentro de la investigación representaría una amenaza de nivel medio, dado que existen empresas que buscan acoplarse en el mercado con productos similares.

2.03. Análisis Interno

La microempresa se manejara con ética, principios y valores los cuales fortalecerán un éxito creciente para la misma, y al pasar el tiempo podrá ser reconocida a nivel nacional ya que la ética es fundamental para el desarrollo de la organización tanto interna y externamente, de la microempresa, mejorando solución al mercado demandante.

Además que será un complemento en el sector entregando soluciones en el mercado demandante atendimiento y satisfaciendo garantizando nuestro producto

terminado ofrecido al consumidor para de esta manera captar más potenciales clientes y fidelizar a los mismos.

Para lo cual se planea otorgar formas de pago que facilite la obtención del producto, entre esas formas tenemos el 50% de anticipo al momento de aceptar la fabricación del producto y la diferencia al finalizar la entrega del producto terminado.

2.03.01. Propuesta estratégica

(David, 2014), define que:

Es el proceso a través del cual se declara la visión, la misión y los valores de una empresa, se analiza su situación externa e interna, se establecen sus objetivos a largo plazo, y se formulan las estrategias que permitan alcanzar dichos objetivos. Se realiza a nivel organizacional, es decir, considera un enfoque global de la empresa, razón por la cual se basa en objetivos y estrategias.

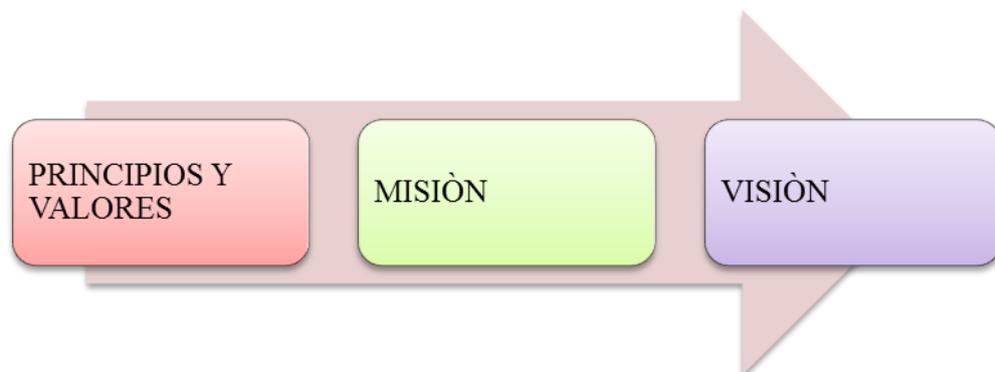


Figura 1 Propuesta estratégica

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

2.03.01.01. Misión

Tabla 14 Formulación de la Misión

ELEMENTOS PARA DEFINIR LA MISIÓN	
Naturaleza del negocio	Fabricación e Instalación de modulares en melamina.
Razón de ser o de existir	Brindar calidad y variedad con los modulares en melamina para lograr satisfacer las necesidades del cliente
Mercado al que sirve	Constructoras y hogares del sector norte del Distrito Metropolitano de Quito
Características del servicio	Modernos, innovadores, con una amplia variedad a la elección de cada cliente.
Principios y Valores	Compromiso, honestidad, puntualidad, cumplimiento.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Misión: Ofrece fabricar e instalar modulares en melamina a partir de un servicio complementario al sector de la construcción, dentro de un amplio portafolio de productos desarrollando modelos modernos e innovadores; a elección de cada línea de hogar satisfaciendo las necesidades del cliente a través de un servicio personalizado, fundamentado en el compromiso, honestidad, puntualidad y cumplimiento.

2.03.01.02. Visión

Tabla 15 Formulación de la Visión

ELEMENTOS PARA DEFINIR LA VISIÓN	
Posición deseada en el mercado	Liderar en el mercado con los modulares en melamina en sector de norte del Distrito Metropolitano Quito
Tiempo	3 años
Mercado de la empresa	Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Productos o servicios	Nuevos diseños e ideas
Principios y valores	Calidad y liderazgo al servicio del cliente.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

APORTAR AL CRECIMIENTO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO - EMPRESA QUE SE DEDICARÁ A LA FABRICACIÓN E INSTALACIÓN DE MODULARES EN MELAMINA, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016.

Visión: Busca para el año 2018 ser un modelo de empresa líder en el mercado de acabados de la construcción y hogar dentro del sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, aplicando la calidad y liderazgo al servicio del cliente.

2.03.01.03. Objetivos

2.03.01.03.01. *Objetivo General*

Aportar al crecimiento de la matriz productiva mediante la implementación de una microempresa de modulares de melamina especializados en línea del hogar, permitiendo el posicionamiento de la marca dentro del mercado de la construcción.

2.03.01.03.02. *Objetivos Específicos*

- ✓ Identificar los clientes potenciales para la comercialización de los productos y así promover la utilización de los modulares en melamina adaptados a necesidades específicas.
- ✓ Dar a conocer a la microempresa y su marca en el mercado mediante su promoción.
- ✓ Contar con personal calificado y capacitado para un mejor desempeño, asegurando el cumplimiento de las necesidades del cliente en términos de eficiencia y calidad.

2.03.01.04. Principios y/o valores

2.03.01.04.01. Principios

De acuerdo a (Giménez, 2007) ;

Son normas y reglas establecidas por el aprendizaje y la aplicación de la ética y la moral en el transcurso de la vida de cada persona, el cual ayuda a caracterizar al ser humano ante la sociedad con el cumplimiento íntegro de los compromisos pactados. (pág.74)

Calidad del Servicio: Cumplir con las expectativas del cliente

Trabajo en Equipo: Valorar a los compañeros de talento humano, procurar un ambiente laborar propicio de colaboración, entrega y esfuerzo mutuo.

Cultura de la innovación.- Contar con maquinaria actualizada que ayude a obtener una buena productividad e eficiencia buscando la excelencia y la satisfacción de nuestros colaboradores y de los potenciales clientes.

2.03.01.04.02. Valores

(Vanu, 2010), determina que:

Son la base que marca nuestras relaciones y la forma de hacer negocios. Nuestros valores representan aquello en lo que creemos, trazan el camino que nos permite llevar adelante nuestra misión.

Constituyen los principios, objetivos y prioridades estratégicas sobre los cuales se construye nuestra empresa.

Respeto.- Por sí mismo y por los demás, de esta manera se consigue la confianza de los clientes al demostrar la educación a cada persona.

Puntualidad: Exigir a los empleados el respeto de los tiempos de llegada y salida, trasladando este respeto a los servicios que reciben los clientes.

Cumplimiento.- Se desarrolla cuando una empresa cumple sus actividades de una manera eficaz, otorgando a la empresa una buena imagen.

Compañerismo.- Es la relación que debe haber en un ambiente de trabajo, de esta manera la empresa adquiere un ambiente laboral bueno para el desarrollo de sus funciones diarias.

Honestidad: Orientado tanto para los miembros de la empresa entre sí, como direccionado clientes, y proveedores. Así se promueve la verdad como una herramienta elemental para generar confianza y credibilidad de la empresa.

2.03.02. Gestión administrativa

Dado que es una de las etapas fundamentales dentro de un estudio de factibilidad es necesario recalcar que una administración efectiva incrementa la posibilidad de éxito del proyecto, con fundamentos en la planificación, organización, dirección y control.

2.03.02.01. Constitución legal del proyecto

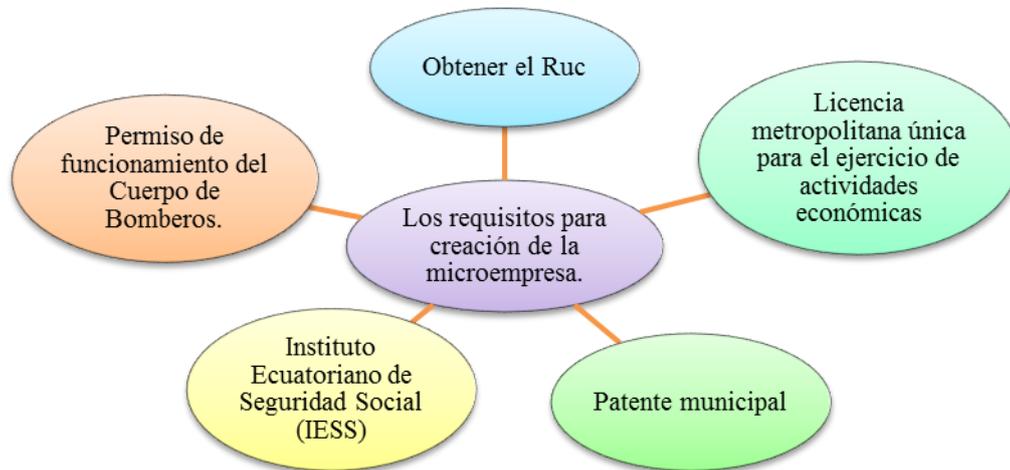


Figura 2 Requisitos para creación de la microempresa.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

2.03.03. Gestión Operativa

En mención de los autores (Arnoletto & Díaz, 2009);

Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso (pág.71).

2.03.03.01. Organigrama Estructural del Proyecto

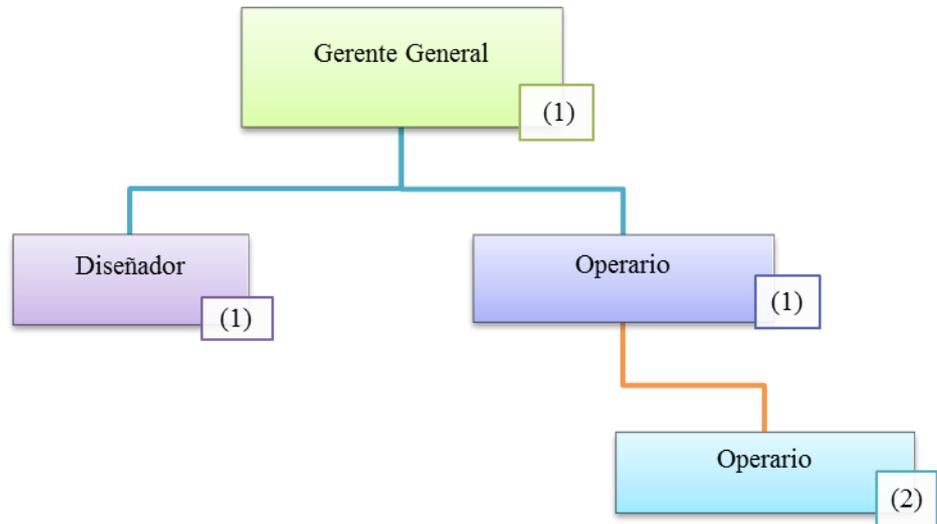


Figura 3 Organigrama estructural

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

2.03.03.01.02. Perfil del puesto y funciones

Tabla 16 Descripción del puesto Gerente General

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE GERENTE GENERAL	
NOMBRE DEL PUESTO	Gerente General
ÁREA	Administrativa
SUPERVISADO	Diseñador y Operario 1y2
SUELDO	USD 500
NATURALEZA DEL PUESTO	Marca los objetivos estratégicos a alcanzar por la empresa, y funcionales a alcanzar por cada departamento, y supervisa y coordina su cumplimiento, asignando recursos y presupuestos
FUNCIONES	<p>Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.</p> <p>Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están llevando correctamente.</p> <p>Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.</p> <p>Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos probadores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.</p>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Tabla 17 Descripción del puesto Diseñador

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE DISEÑADOR	
NOMBRE DEL PUESTO	Diseñador
ÁREA	Diseño
REPORTA A	Gerente General
SUELDO	USD 370
NATURALEZA DEL PUESTO	<p>Trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes a través de la imagen, fortaleciendo la comunicación virtual asegurando así que la información que brinda sea entendida a cabalidad para la visibilidad del cliente.</p>
FUNCIONES	<p>Innovación en los diseños e imagen requerida por los potenciales cliente.</p> <p>Interpreta las necesidades del usuario, para saber qué es lo que éste quiere diseñar y qué quiere lograr con el diseño, de manera de satisfacer sus objetivos.</p> <p>Acepta todas las sugerencias del cliente y valorar las distintas opiniones que puede ofrecer al mismo.</p> <p>Aplica técnicas de representación y herramientas de computación gráfica para la elaboración del proyecto presentando planos de planta, alzados y perspectivas.</p> <p>Busca el estilo de acuerdo al objetivo y/o personalidad del cliente, su gusto interpretando así las necesidades y expectativas de éste.</p>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Tabla 18 Descripción del puesto Operario 1 y 2

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE OPERARIOS (1) y (2)	
NOMBRE DEL PUESTO	OPERARIOS (1) y (2)
ÁREA	Producción
REPORTE A	Gerente General
SUELDO	USD 368
NATURALEZA DEL PUESTO	Realizará la fabricación e instalación de los modulares en melamina transformando la materia prima en el producto terminado.
FUNCIONES	<p>El primer paso en la fabricación de nuestros modulares en melamina consiste en el manejo adecuado de la materia prima que es el paso fundamental para la elaboración de un excelente producto terminado.</p> <p>Elaboración de los cortes, Canteado de Madera, Corte con fresa exacto o final.</p> <p>Luego se prosigue haciendo las piezas necesarias para armar el modular en melamina</p> <p>El ensamble del modular en melamina y la implementación de los herrajes como final.</p> <p>Realiza la entrega e instalación de los modulares en melamina a los clientes.</p>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

2.03.04. Gestión Comercial

2.03.04.01. Marketing mix 4Ps

Como manifiesta el autor (Salgado, 2016)

Las 4Ps del marketing pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. Para ello es totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí. (pág.22)

2.03.04.01.01. Precio

En cuanto al precio de venta dependerá de los requerimientos finales del cliente, donde deberá adicionar costos de distribución, descuentos, garantías y demás extras que aseguren los estándares de calidad ofertados.

El ingresar al nuevo mercado con costos relativamente bajos o con descuentos que diferencien el valor final del de la competencia, de la mano a una calidad claramente identificable permitirá un panorama positivo a una acogida pronta del sector, generando el reconocimiento rápido de la marca.

2.03.04.01.02. Plaza

La microempresa de modulares en melamina se encontrara ubicada en un lugar estratégico accesible a la vista de la población que circula por la zona y de fácil acceso a quienes requieran de instrucciones para acceder a ella; de igual forma contará con facilidades de movimiento y distribución que aporte a una experiencia positiva del cliente dentro de las instalaciones, así como facilidades destinadas a proveedores.

2.03.04.01.03. Producto

Este nace a partir de la exhibición de la oferta en términos de modelos, texturas y diseños, etc.; por parte de los proveedores locales, para luego realizar la transformación de la materia prima en el producto terminado.



Figura 4 Materia Prima

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera



Figura 5 Producto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera



Figura 6 Gama de Colores

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera



Figura 7 Producto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera



Figura 8 Producto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera



Figura 9 Producto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

2.03.04.01.04. Promoción

La publicidad que será empleada para dar a conocer los productos y servicios planteados por la propuesta, se realizara tanto por medios electrónicos, volantes, tarjetas de presentación, entre otros; material de apoyo e informativo para el sector norte del Distrito Metropolitano Quito y demás posibles consumidores, aportando información general y clara en la busca de su pronto reconocimiento como marca.

El nombre de la empresa “*MODULARES ECUANI*” busca identificar a la misma con la protección de la naturaleza y sus recursos, utilizándolos de una manera responsable.

2.03.04.01.05. Logotipo y eslogan



Figura 10 Logotipo de la Empresa.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Los colores del logotipo fueron seleccionados a partir de la necesidad de transmitir una primera imagen amigable hacia el mercado para lo cual se consideraron 3 colores diferentes que son:

Blanco: Seguridad, pureza y limpieza.

Marrón: Es el color de la madre tierra.

Verde: Es el color de la naturaleza que nos rodea.



Figura 11 Formato de tarjeta de presentación

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

2.04. Análisis FODA

Según (LCE, 2011), define que:

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas. El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Análisis: de entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Tabla 19 Matriz FODA Fortalezas y Debilidades

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Organización	a) Buena imagen corporativa b) Variado portafolio adecuado a las necesidades específicas c) Contar con instalaciones propias	
Infraestructura	d) Un espacio amplio para la producción	
Gestión administrativa		h) Conocimiento básicos administrativos i) Ausencia de manuales de procesos
Gestión operativa	e) Fácil obtención de la materia prima	j) Poca optimización de los recursos
Gestión comercial	f) Reconocimiento en el mercado por diseños innovadores g) Alianzas con proveedores	k) Desconocimiento de nuevas tendencias

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Tabla 20 Matriz FODA Oportunidad y Amenazas

	OPORTUNIDAD	AMENAZAS
Factores económicos	l) Tasa activas de interés estable.	s) Incremento en los precios de materia prima por la salvaguardias
Clientes	m) Ventajas de crédito en entidades financieras n) Segmento de mercado realizar ventas directas con los clientes	t) Incrementar el costo del proyecto u) Falta de conocimiento del producto Indecisión del cliente o preferencias del cliente
Competencia	ñ) Competencia directa baja	v) Incremento y fortalecimiento de competidores dentro de la rama de modulares en melamina. w) Los competidores pueden utilizar políticas de precios bajos.
Proveedores	o) Amplia variedad de materias primas y alianzas comerciales	x) Incumplimiento con la entrega del producto
Factores sociales	p) Cultura y costumbres de cada cliente	
Factores Tecnológicos	q) Nuevas máquinas que facilitan el proceso de producción	y) Masificación de productos en serie que bajen costos
Factores Políticos	r) Favorecimiento en tributos y legislación	z) Leyes cambiantes y nuevos tributos o importes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

La Matriz de Evaluación de Factores Externos, permite evaluar los factores que se han determinado como oportunidades y amenazas, resultado del análisis externo de la empresa.

Esta se desarrolla en cinco pasos; para lo cual se debe escoger un máximo de 10 oportunidades y amenazas; se les asigna el valor de 0 a las menos importantes y de

hasta 1 a las más importantes, se califica cada uno de los valores, multiplicamos las cantidades y se suma los valores ponderados.

Tabla 21 Matriz de factores externos claves

Oportunidad		Valor	Calificación	Valor Ponderado
1	Se mantenga las tasas estables	0.20	4	0.80
2	Incurción en el mercado	0.08	2	0.16
3	Segmento de mercado realizar ventas directas con los clientes	0.04	1	0.04
4	Competencia directa baja	0.05	2	0.10
5	Cultura y costumbres de cada cliente	0.10	5	0.50
6	Nuevas máquinas que facilitan el proceso de producción	0.05	2	0.10
7	Favorecimiento en tributos	0.09	2	0.18
Amenazas		Valor	Calificación	Valor Ponderado
1	Alza de los precios de fabricación de los modulares en melamina	0.09	4	0.36
2	Incrementar el costo del proyecto	0.07	2	0.14
3	Falta de conocimiento del producto	0.05	2	0.10
4	Incremento de competidores dentro de la rama de modulares en melamina.	0.09	3	0.27
5	Los competidores pueden utilizar políticas de precios bajos.	0.03	1	0.03
6	Incumplimiento con la entrega del producto	0.05	3	0.15
7	Leyes cambiantes	0.01	2	0.02
TOTALES		1.00		2.95

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Un valor de la sumatoria mayor a 2,95 indica que la empresa responde bien a las oportunidades y amenazas, como es en el caso de la microempresa motivo de este proyecto.

La Matriz de Evaluación de Factores Internos, resume y evalúa las fortalezas y debilidades, resultado del análisis FODA, se la realiza por medio de intuición por lo que es muy subjetiva.

Tabla 22 Matriz de evaluación de factores internos

FORTALEZAS		Valor	Calificación	Valor Ponderado
1	Buena imagen corporativa	0.25	4	1.00
2	Ubicación estratégica	0.10	3	0.30
3	Contar con instalaciones propias	0.15	2	0.30
4	Un espacio amplio para la producción	0.20	3	0.60
5	Fácil obtención de la materia prima	0,15	2	0.30
DEBILIDADES		Valor	Calificación	Valor Ponderado
1	Conocimiento básicos administrativos	0.05	2	0.10
2	Poca optimización de los recursos	0.02	1	0.02
3	Desconocimiento de nuevas tendencias	0.03	2	0.06
4	No cuenta con un organigrama establecido	0.02	2	0.04
5	Falta de conocimiento del requiriendo del consumidor.	0.03	2	0.06
TOTALES		1.00		2.78

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: En el caso de la presente evaluación los índices del presente proyecto se ubican en el 2.78 lo que indica o representa que la empresa mantiene una posición interna fuerte. De ser lo contrario mostraría una debilidad. Para esto debemos tomar en cuenta que la sumatoria no es positiva si va hacia los extremos ya que esta no debe ser menor a 1 ni mayor a 4.

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

En la apreciación del autor (Grande, 2004);

El estudio de mercado es el conjunto de acciones comerciales que ejecutan para saber la respuesta del mercado, con la finalidad de alcanzar los objetivos planeados, sirviendo como mecanismo que permita determinar la aceptación ante un bien o servicio en un lugar específico analizado la oferta y la demanda con el propósito de obtener una visión oportuna de los consumidores del producto que se ofrece al mercado. (pág.26)

3.01. Objetivo del Estudio de Mercado

El estudio de mercado pretende tener una visión más enfocada del número de consumidores determinados por la demanda insatisfecha que habrán de adquirir el producto que pretende distribuir la microempresa; así como determinar las características de los posibles consumidores en torno a necesidades y requerimientos específicos en torno al producto, para determinar las generalidades del mismo y su introducción al mercado.

3.01.01. Objetivo General

Determinar los gustos, preferencias y necesidades de los clientes en referencia al producto; así como la oferta y demanda en torno al negocio, a fin de establecer estrategias de incursión al mercado, con el propósito de determinar los demandantes del presente proyecto.

3.01.01.01. Objetivos Específicos.

- ✓ Diseñar un portafolio de productos y servicios de acuerdo a las tendencias de la línea del hogar en el mercado actual y tradicional.
- ✓ Determinar la demanda potencial insatisfecha para los productos y servicios de la microempresa.
- ✓ Demostrar que la propuesta a implementar permita identificar las estrategias de mercado apropiadas con el fin de garantizar el posicionamiento en el mismo.

3.01.02. Determinación de la Población y Muestra.

3.01.02.01. Segmentación de Mercado.

Tabla 23 Población y Muestra

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS DEL MERCADO
VARIABLES GEOGRÁFICAS	
Provincia:	Pichincha
Cantón:	Quito
Parroquia:	Calderón
Zona:	Urbana y Rural
VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
Familias y Personas	Con necesidades de mobiliario de hogar.
Sector Inmobiliario	Planes habitacionales y de vivienda.
VARIABLES CONDUCTUALES	
Preferencia:	Oferta de nuevos productos y servicios en cuanto a la línea del hogar acoplado a necesidades específicas de espacio y diseño personalizados.
VARIABLES SOCIO - ECONÓMICAS	
Nivel económico:	Clase media y Clase media – alta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: El presente proyecto estará dirigido al norte del Distrito Metropolitano de Quito, con la función de cubrir las necesidades del sector inmobiliario con planes habitacionales y de vivienda para dar a conocer nuevos productos y servicios en cuanto a línea del hogar acoplado a sus necesidades específicas de diseño personalizados.

3.01.02.01.01. Tamaño de la población.

Tabla 24 Tamaño del universo o población

TAMAÑO DEL UNIVERSO O POBLACIÓN	Nº
PEA Cantón Quito	992,155
PEA de la Parroquia de Calderón al norte del Distrito Metropolitano de Quito.	63,411
Total Población o Universo	1'055,566

Fuente: INEN-CENSO 2010

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Dentro de la investigación para realizar el cálculo de la muestra se requerirá analizar el PEA de la parroquia de Calderón y el PEA del Cantón Quito, valores que servirán de referencia para proyecciones de años siguientes, esto se aplicara en la multiplicación de la tasa de crecimiento poblacional que corresponde al 1,52%.

3.02. Muestra

(Rodríguez, 2005), determina que:

“La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo, el tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuan representativo se quiera que sea el estudio de la población”. (pág.79)

Fórmula finita para determinar la muestra

$$n = \frac{Z^2 p q}{e^2}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Población o Universo

E= Margen de error $(0.05)^2$

P= Probabilidad de éxito (50%)

Q= Probabilidad de fracaso (50%)

Z²= Grado de confianza $(1.96)^2$

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

$$N = 384,16$$

Análisis: Obteniendo la cifra establecida de acuerdo a la tabla del tamaño de la Población, correspondiente a la PEA del cantón Quito y del sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, desarrollando la respectiva segmentación de mercado, la fórmula interpreta que el número de muestra a encuestar, es de 384,16 encuestas.

3.02.01. Técnicas de obtención de información

3.02.01.01. La Encuesta

El autor (M.H.Spencer, 1993), considera que:

La encuesta es la investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de una población más amplia, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (pág. 35).

Análisis: Dentro de la presente investigación a realizar la técnica a utilizar será la encuesta, guiada a obtener información más actual y real sobre la oferta y la demanda del sector norte del Distrito Metropolitano de Quito y así determinar de mejor manera la acogida que tendrá los modulares en melamina.

La encuesta estará conformada de preguntas cerradas con respuestas de opción múltiple que permitirán analizar los resultados de manera más ágil.

3.02.02. Formato de la encuesta.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EN BANCA Y FINANZAS

El propósito de esta encuesta es poder establecer sus gustos y preferencias en cuanto a mobiliario de hogar, con opciones como modulares en melamina para determinar la aceptación del presente proyecto con fines académicos.

Agradezco de antemano su colaboración

Marque con una X la opción que se adapte a su preferencia

Nombre:.....

Género: M F

Edad:.....

1.- ¿Conoce usted acerca de los modulares en melamina?

SI NO

2.- Qué estilo de mueble prefiere usted, al amoblar su hogar?

Modernos

Clásicos

Otros _____

3.- Identifique, el factor que influye en Ud. al momento de realizar la compra de modulares en melamina para el hogar?

Precio

Calidad

Servicio

Otros _____

APORTAR AL CRECIMIENTO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO - EMPRESA QUE SE DEDICARÁ A
LA FABRICACIÓN E INSTALACIÓN DE MODULARES EN MELAMINA, UBICADO AL
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016.

4.- ¿Cuándo renueva el mobiliario de hogar las razones pueden ser?

- Diseño
 Comodidad
 Deterioro del mobiliario actual

Otros _____

5.- ¿Cree usted que sería necesario contar con muebles que optimicen el espacio en su hogar?

- SI NO

6.- ¿Está usted de acuerdo con los muebles elaborados en melamina, que ofrece la competencia?

- SI NO

7.- ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre este producto?

- Televisión
 Radio
 Volantes
 Internet

8.- ¿Con qué frecuencia le gustaría renovar el mobiliario de hogar?

- Cada año
 Cada dos años
 Cada tres años
 De tres años en adelante

9.- ¿Qué sitio de su hogar le gustaría renovar?

- Cocina
- Dormitorio
- Cuarto de estudio
- Baño
- Otros _____

10.- ¿Por la respuesta anterior cuanto está dispuesto a gastar Ud. En la inversión de los modulares en melamina para su hogar, por sección (cocina, dormitorio, cuarto de estudio, etc.)?

- De \$450 a \$550
- De \$550 a \$650
- De \$650 a \$750
- De \$750 en adelante

11.- ¿Cuál sería la forma de pago que escogería?

- Contado Crédito personal Tarjeta de Crédito.

Gracias por su colaboración.

3.02.02.01. Análisis de la Información

Tabla 25 Tabulación pregunta N°1

Alternativa	1.- ¿Conoce usted acerca de los modulares en melamina?	
	Frecuencia	Porcentaje
SI	246	74,20%
NO	138	25,80%
Total	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

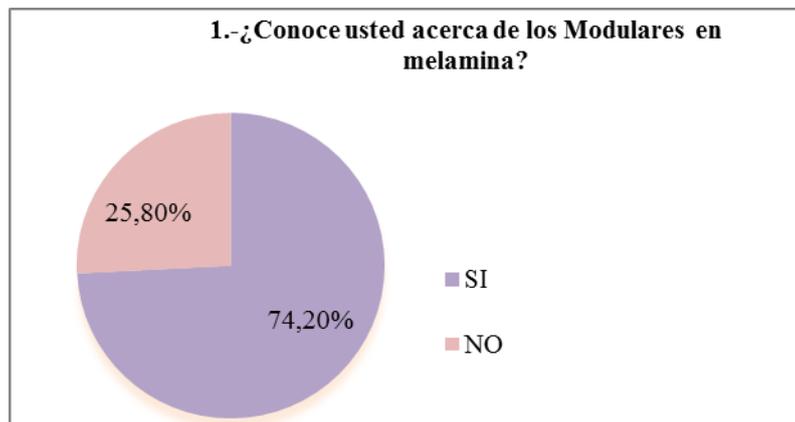


Figura 12 Tabulación pregunta N°1

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas efectuadas a los habitantes del sector se determinó que en su mayoría con un 74,20% SI conocen sobre los modulares en melamina, por lo cual se determina que la aceptación del producto ofertado será excelente, ya que indica que la población está interesada en una nueva opción de elementos para amoblar el hogar.

Tabla 26 Tabulación pregunta N°2

Alternativa	2.-Qué estilo de mueble prefiere usted, al amoblar su hogar?	
	Frecuencia	Porcentaje
Modernos	252	83,60%
Clásicos	105	11,60%
Otros	27	4,80%
Total	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

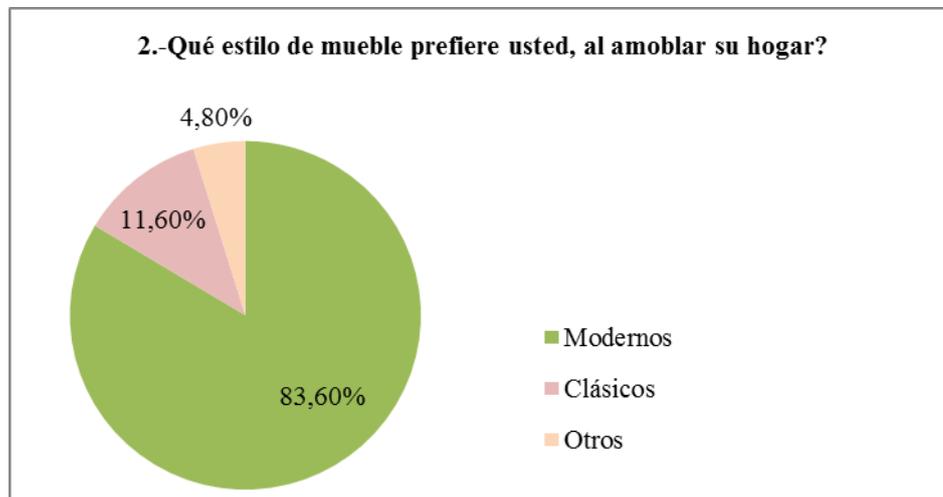


Figura 13 Tabulación pregunta N°2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Según las encuestas realizadas a los habitantes del sector de Calderón, en un porcentaje mayor del 83,60% desean adquirir muebles modernos aportando resultados positivos ya que los modulares en melamina son actuales y se están incorporando en el mercado de esa manera.

Tabla 27 Tabulación pregunta N°3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	62	16,35%
Calidad	257	73,80%
Servicio	38	6,80%
Otros	27	3,05%
Total	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

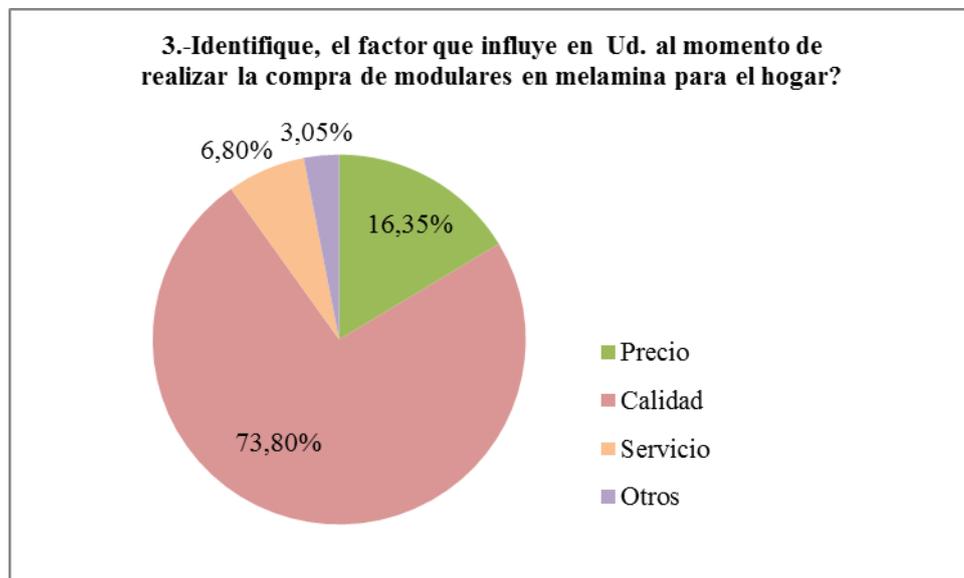


Figura 14 Tabulación pregunta N°3

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: De acuerdo a la tabulación de las encuestas realizadas, se observa que en torno a las razones que influyen al momento de adquirir modulares en melamina es la calidad con un 73,80%, determinando así que es un factor positivo para el funcionamiento del presente proyecto.

Tabla 28 Tabulación pregunta N°4

Alternativa	4.- ¿Cuándo renueva el mobiliario de hogar las razones pueden ser?	
	Frecuencia	Porcentaje
Diseño	51	21,10%
Comodidad	39	11,85%
Deterioro del mobiliario actual	273	60,10%
Otros	21	6,51%
Total	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

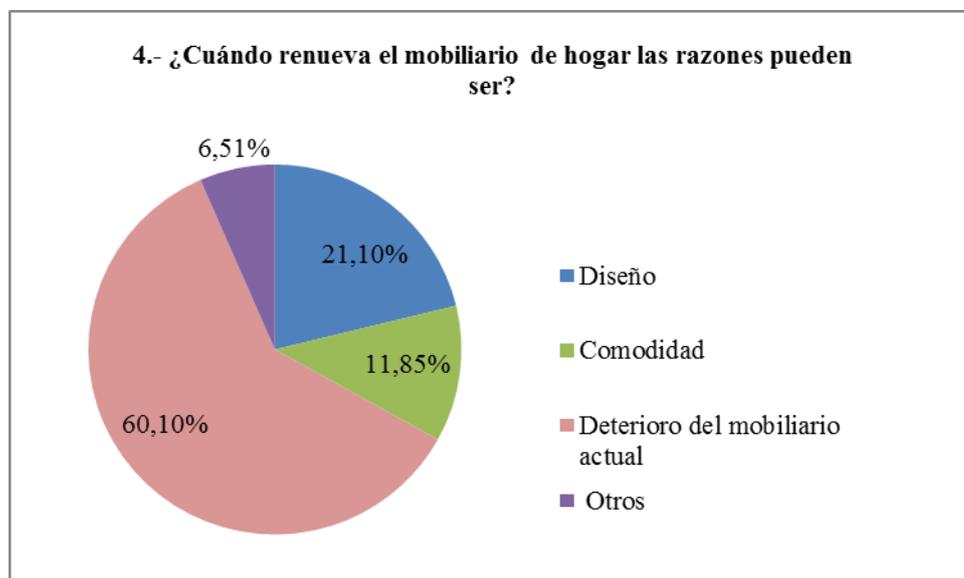


Figura 15 Tabulación pregunta N°4

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: En un porcentaje mayoritario de la población encuestada, se logró determinar que la razón con la mayor prioridad al momento de renovar su hogar es el deterioro del mobiliario actual con un porcentaje significativo del 60,10%, preferencia que es positiva para el presente proyecto ya que el mismo ofrece una serie de estilos vanguardistas.

Tabla 29 Tabulación pregunta N°5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	232	78,10%
NO	152	22,20%
Total	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera



Figura 16 Tabulación pregunta N°5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: De acuerdo a la tabulación de las encuestas realizadas, se observa que en su mayoría se tiene gran preferencia de optimizar el espacio del hogar, por lo que se determina que es un factor positivo para el funcionamiento del proyecto.

Tabla 30 Tabulación pregunta N°6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	128	32,72%
NO	256	67,28%
Total	384	100,%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

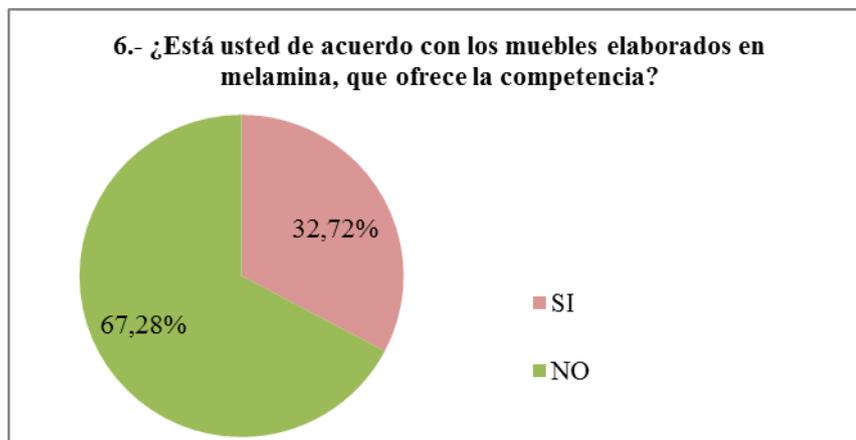


Figura 17 Tabulación pregunta N°6

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Un porcentaje mayor de los encuestados no están conformes con los muebles elaborados en melamina que ofrecen la competencia, esto determina una oportunidad ya que muestra una imagen primaria de la demanda insatisfecha que podría abarcar el proyecto.

Tabla 31 Tabulación pregunta N°7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	21	4,20%
Radio	33	7,50%
Volantes	71	19,52%
Internet	259	68,50%
Total	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

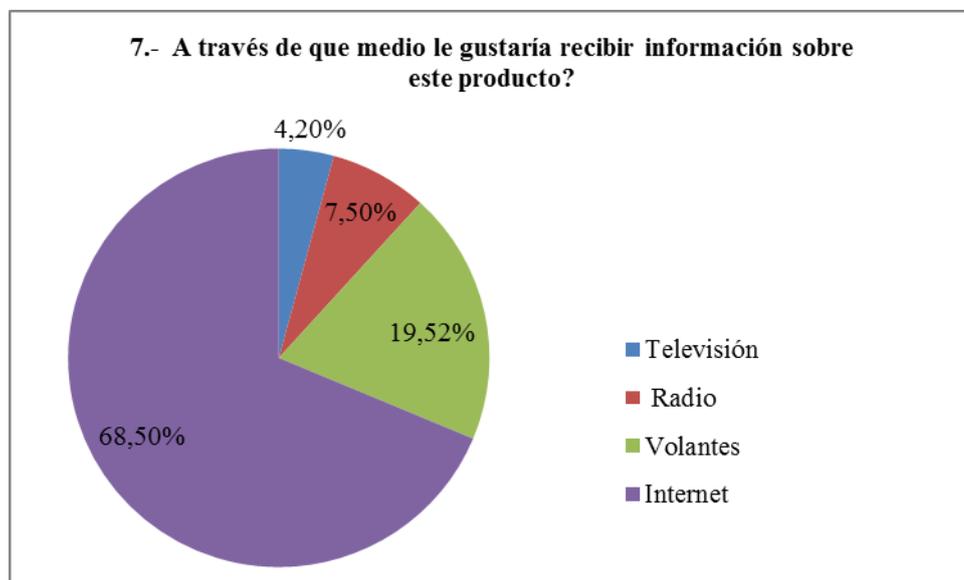


Figura 18 Tabulación pregunta N°7

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Un porcentaje mayor de los encuestados les gustaría obtener información a través de internet, este medio determina una gran oportunidad para el presente proyecto ya que se podrá ofertar de manera abierta todo lo que puede ofrecer el mismo.

Tabla 32 Tabulación pregunta N°8

Alternativa	8.- ¿Con qué frecuencia le gustaría renovar el mobiliario de Hogar?	
	Frecuencia	Porcentaje
Cada año	48	11,96%
Cada dos años	72	20,25%
Cada tres años	112	29,60%
De tres años en adelante	152	38,19%
Total	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

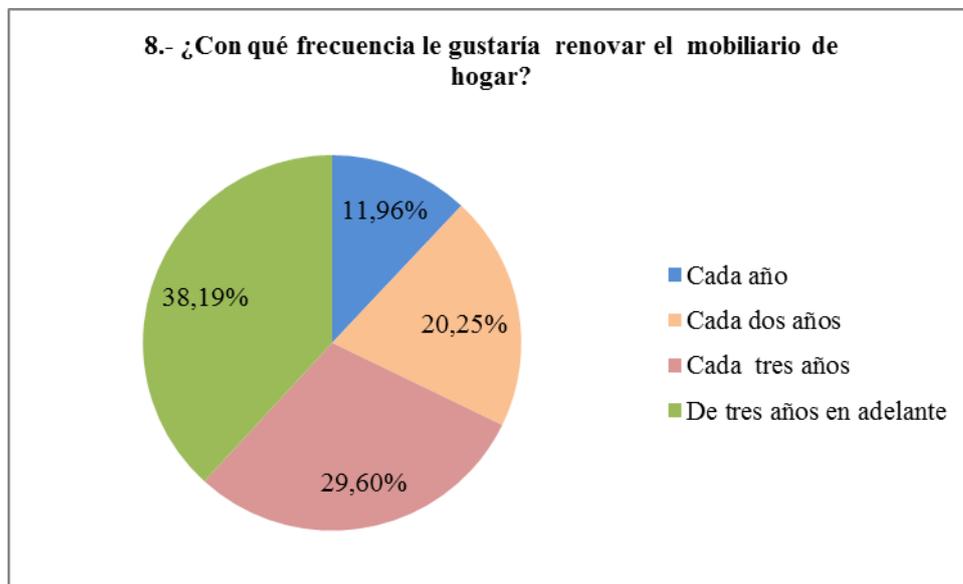


Figura 19 Tabulación pregunta N°8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, se observa que un porcentaje del 38,19%, de los encuestados les gustaría realizar una adquisición en un período de tres años en adelante.

Tabla 33 Tabulación pregunta N°9

Alternativa	9.- ¿Qué sitio de su hogar le gustaría renovar?	
	Frecuencia	Porcentaje
Cocina	214	60,00%
Dormitorio	68	20,00%
Cuarto de estudio	25	8,00%
Baño	59	10,00%
Otros	18	2,00%
Total	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

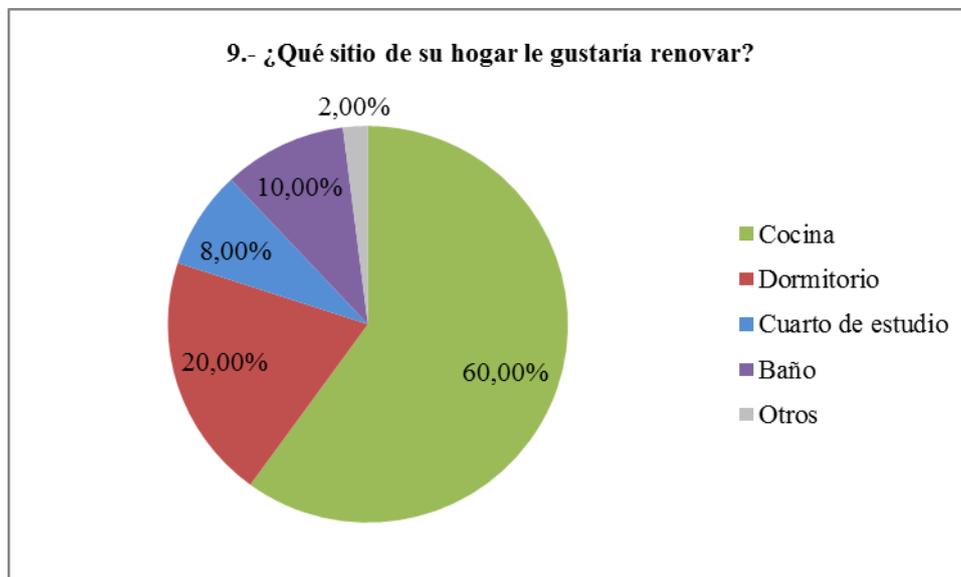


Figura 20 Tabulación pregunta N°9

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: De acuerdo a la tabulación de las encuestas realizadas, se observa que el mayor porcentaje de la población está dispuesto a renovar el área de la cocina, con un nivel de aceptación del 60% fortaleciendo la demanda del presente proyecto.

Tabla 34 Tabulación pregunta N°10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De \$450 a \$550	64	19,00%
De \$550 a \$650	187	44,89%
De \$650 a \$750	79	27,00%
De \$750 en adelante	54	9,00%
Total	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

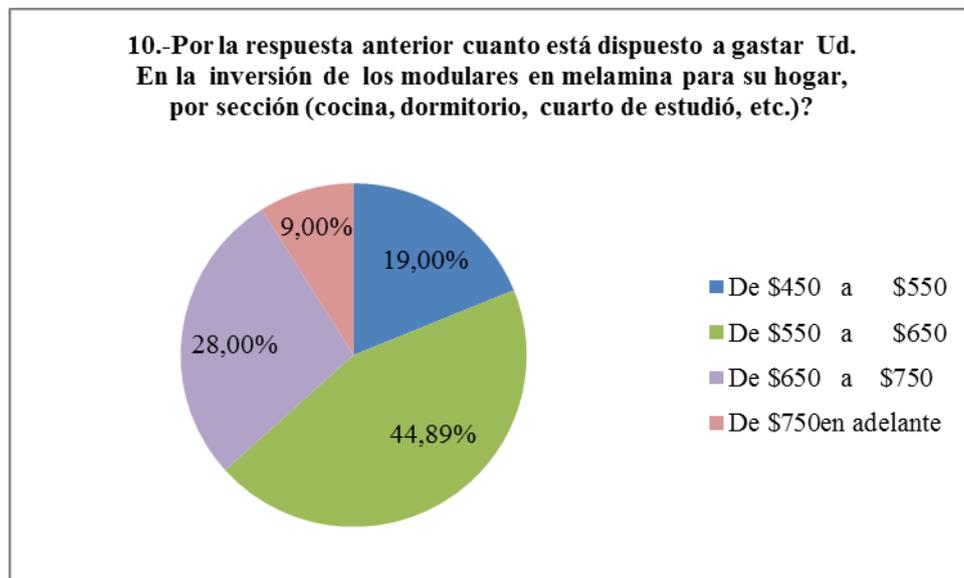


Figura 21 Tabulación pregunta N°10

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: En relación a la disposición de pago por adquirir una sección de hogar, la población encuestada mostro un mayor porcentaje dispuestos a invertir entre \$550 a \$650 dólares equivalente al 44,89%, en la compra de modulares en melamina.

Tabla 35 Tabulación pregunta N°11

Alternativa	11.- ¿Cuál sería la forma de pago que escogería?	
	Frecuencia	Porcentaje
Contado	73	17,40%
Crédito personal	49	13,20%
Tarjeta de Crédito	262	69,40%
Total	384	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

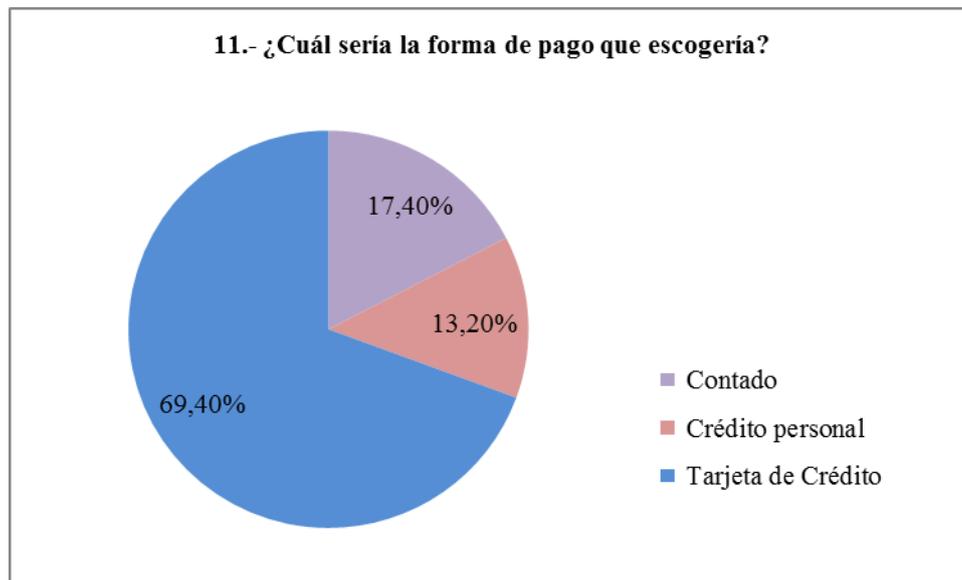


Figura 22 Tabulación pregunta N°11

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mirtha Herrera.

Análisis: Dado el costo a invertir por mobiliario un alto porcentaje considera llamativo el poder acceder a opciones como la tarjeta de crédito al momento de realizar sus pagos, preferencia representada por el 69,40%.

3.03. OFERTA

Según (conceptos, 2015), define que:

La oferta es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. Hay que diferenciar la oferta del término de una cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

3.03.01. Oferta Actual

Para el cálculo de la oferta actual como referencia se toma en cuenta el porcentaje de aceptación de la competencia, aplicado a la demanda proyectada por el porcentaje en mención, resultado aplicable al año 2016, a fin de determinar la oferta actual que podría abarcar el presente proyecto.

Tabla 36 Cálculo de la oferta actual.

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	% DE ACEPTACIÓN	OFERTA ACTUAL
2016	\$146.317,84	67,28%	95.036,29

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

3.03.02. Oferta Proyectada.

Con la finalidad de establecer la oferta proyectada se aplican procedimientos similares a los anteriores, el cálculo debe tener una proyección mínima de cinco (5)

años, el año base será el año actual es decir el 2016; y dentro de los próximos cinco años, en el caso del proyecto actual será hasta el año 2021, serán los valores destinados al correspondiente cálculo.

Adicionalmente para cada uno de los valores de la demanda se deberá multiplicar el porcentaje de aceptación de la competencia fijado en el 67,28%; valores que permitirá llegar al cálculo de la oferta.

Tabla 37 Proyección de la oferta

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	% DE ACEPTACIÓN	OFERTA PROYECTADA
2017	\$ 148.600,15	67,28%	\$99.978,18
2018	\$ 156.327,36	67,28%	\$105.177,04
2019	\$ 164.456,38	67,28%	\$110.646,25
2020	\$ 173.008,11	67,28%	\$116.399,85
2021	\$ 182.004,54	67,28%	\$122.452,65

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Durante los cinco años venideros proyectados el crecimiento de la oferta dentro de parámetros normales, incremento que se relaciona de forma directa con el incremento de otros gastos administrativos y promocionales. Estos valores no contradicen la demanda, puesto que demuestra ser mayor que esta, por lo que se entiende que la aplicación de la encuesta y sus resultados fueron los correctos lo que manifiesta un futuro rentable al presente proyecto.

3.04. Demanda

(Simón, 2005) , determinó que:

La cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor están dispuestos a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca. (pag.215).

Análisis: Para el presente proyecto con el fin de determinar la demanda y sus necesidades, tras la aplicación de un método cualitativo basado en los resultados obtenidos en la encuesta en representación de la aceptación de los muebles elaborados en melamina, determinando el consumo, requerimiento y precios estimados, mediante los resultados más significativos; estas constantes nos permitirá establecer las proyecciones requeridas.

3.04.01. Aceptación del producto o servicios.

Para calcular la aceptación de los productos ofertados, se toma como referencia en primera instancia la población para la cual se dirigió el mismo, en este caso la PEA de la Parroquia de Calderón del sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito y el PEA del Cantón Quito para realizar la comparación respectivamente con la toma del porcentaje de aceptación de quienes conocen sobre los modulares en melamina.

Tabla 38 Aceptación del servicio de modulares en melamina

Población (PEA) Calderón y (PEA) del Cantón Quito	1'055,566
Porcentaje de aceptación	74,20%
Aceptación	783,230

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: En cuanto a la aceptación de los productos interpretan ser favorable, lo cual indica que el presente proyecto es rentable ya que cuenta con una gran acogida, proyectando una demanda insatisfecha, generando así una oportunidad de cubrir nuevas necesidades del mercado y que además contribuye a que la demanda crezca más a futuro.

3.04.02. Frecuencia de compra o uso del servicios.

Para analizar el uso de este tipo de producto de manera anual, se realizara la misma formulación matemática anterior, tomando en este caso el porcentaje mayor o más alto con respecto a con qué frecuencia le gustaría renovar su mobiliario de hogar.

Tabla 39 Frecuencia de uso o consumo

Población que acepta el servicio	783,230
Frecuencia de uso (Porcentaje más alto)	38,19,%
Ventas anuales	299,115

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: El porcentaje de contrataciones anuales es favorable, ya que hay que tomar en cuenta que no se encuentran incluidos los demás porcentajes; población que por el desconocimiento de la versatilidad y costos de los mobiliarios en melamina no ha hecho uso de los mismos.

3.04.03. Demanda Actual.

Para calcular la demanda actual es necesario conocer ingresos que generarían los productos, aplicando una operación similar a las anteriores, determinando el resultado final representado en la cantidad en dólares que percibiría la microempresa en el plazo de un año.

Tabla 40 Demanda en dólares

Contrataciones anuales	299.115
Porcentaje más alto	
Pago por servicios :\$550 a 650	44,89%
$550+650 = 600$	
$\frac{600}{2}$	
$299.115 * 44,89\% = \$134.272,72$ ventas anuales	
$134.272,72 / 52 = \$ 2.582,16$ ventas semanales	
$2.582,16 * 4 = \$10.328.67$ ventas al mes	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

Tabla 41 Demanda Actual

AÑO	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	DEMANDA PROYECTADA
2016	134.272,72	1.052	141.254,90

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera.

Análisis: La demanda anual proyectada resulta ser positiva, por lo cual es favorable para el crecimiento de la microempresa estableciendo un mercado creciente tanto actual y futura de la misma.

3.04.04. Demanda Proyectada.

A fin de establecer la proyección de la demanda mediante el paso del tiempo para que un proyecto sea rentable, se tomara como tiempo mínimo de cinco (5) años, trabajando con la cantidad proyectada en dólares. En esta determinación la tasa de crecimiento poblacional es importante para el presente proyecto esta equivale al 1.052%.

Tabla 42 Proyección de la Demanda

AÑO	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	DEMANDA PROYECTADA
2017	\$ 141.254,90	1.052	\$ 148.600,15
2018	\$ 148.600,15	1.052	\$ 156.327,36
2019	\$ 156.327,36	1.052	\$ 164.456,38
2020	\$ 164.456,38	1.052	\$ 173.008,11
2021	\$ 173.008,11	1.052	\$ 182.004,54

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: En cuanto al análisis se puede observar que la demanda proyectada va en aumento año tras año de tal manera que para el año 2021 el aumento es considerable. Estableciendo la preferencia de los consumidores que adquieran los productos del proyecto, comprendiendo que todo esto dependerá también de la situación económica del país y de los sectores financieros que establecerán la inversión de la microempresa.

3.05. Balance Oferta – Demanda.

Establecer la igualdad entre la oferta y la demanda dependerá de la cantidad de productos que estaré dispuesto a vender al mercado ya que si la demanda es de mayor porcentaje tendremos una como consecuencia una demanda insatisfecha, para lo cual es importante mantener este tipo de balanza entre la oferta y la demanda.

3.05.01. Balance Actual.

En el presente proyecto se tomó la información establecida en la encuesta, obtenidas con las preguntas más importantes sobre las necesidades del mercado investigado al cual se buscar ingresar e información obtenida es;

Tabla 43 Balance actual

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	141.254,90	95.036,29	46.218,61

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

3.05.02. Balance Proyectado.

Permite establecer la medición de la población insatisfecha con los productos ofertados en el mercado, con la finalidad de proyectar la demanda obtenida. A partir de una expresión matemática simple a partir de la proyección de la demanda y oferta establecidas anteriormente, permitiendo obtener la diferencia entre ambas.

Tabla 44 Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	\$ 148.600,15	\$ 99.978,18	\$ 48.621,97
2018	\$ 156.327,36	\$ 105.177,04	\$ 51.150,32
2019	\$ 164.456,38	\$ 110.646,25	\$ 53.810,13
2020	\$ 173.008,11	\$ 116.399,85	\$ 56.608,26
2021	\$ 182.004,54	\$ 122.452,65	\$ 59.551,89

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Es necesario establecer a esta demanda insatisfecha a fin de direccionar las estrategias del proyecto a la misma y su mantenimiento, para el año 2021, esta demanda insatisfecha se incrementará a 59.551,89, lo cual constituye para el presente proyecto el planteamiento y necesidad de incorporar a futuro nuevas estrategias que permitan abordar y enfrentar de manera positiva el futuro proyectado.

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

Como lo considera el autor (Urbina, 2001) ;

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional. (pág.86).

Análisis: El estudio técnico permite planificar y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, por lo cual admite verificar la factibilidad técnica de cada uno de los procesos de producción, determinando el tamaño óptimo y la localización óptima de la planta.

4.01. Tamaño del proyecto

(Miranda, 2005), determinó que:

“El tamaño del proyecto, significa la cantidad de producto o servicio, por unidades de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un periodo de tiempo determinado.”(pág.102)

Análisis: Para la implementación del presente proyecto la microempresa tendrá un tamaño que responda a los requerimientos actuales del mercado, en el cual se distribuirán los diferentes componentes del proyecto para lo que se considerarán aspectos de diseño que permitan una optimización del espacio físico y la funcionalidad del mismo.

A continuación se presentaran flujo gramas correspondientes a la elaboración de muebles elaborados en melamina, entre los cuales consisten los: muebles para cocina, dormitorio, baño y cuartos de estudio, los que se han determinado en promedio de elaboración por unidad en un tiempo de 1.115 minutos lo que corresponde a 18 horas hombre.

4.01.01. Capacidad Instalada

Según (Nunes, 2015):

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc.

4.01.02. Capacidad óptima

La capacidad óptima es la distribución total del espacio y tamaño del proyecto dividido por áreas las cuales están distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 45 Capacidad Óptima del Proyecto

Áreas	Distribución (m ²)	Características del área
Área administrativa	2*4m ² =8m ²	Oficina cerrada
Área de diseño	2,5*4m ² =10m ²	Mostradores
Baño de producción	1,5*2m ² =3m ²	
Área de producción	7*7,5m ² =52,5m ²	Lugar de fabricación y ensamblaje
Bodega	5*5m ² =25m ²	Lugar de almacenamiento de suministros y materiales.
Total m2	98,5 m²	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Dentro del presente estudio la capacidad óptima es de 98,5 metros cuadrados ya que dichas áreas son fundamentales y necesarias para el funcionamiento de la microempresa de modulares en melamina.

4.02. Localización

El lugar donde se encontrará situada la microempresa, es una zona que crece de manera acelerada y es un lugar estratégico, para la actividad productiva del presente proyecto donde cuyo espacio físico le proporcionara una mejor ejecución al mismo obteniendo una máxima rentabilidad durante su operación con el fin de garantizar su actividad productiva.

4.02.01. Macro Localización

La macro localización hace referencia a determinar la ubicación más influyente y beneficiosa de su instalación, considerando varios aspectos físicos e indicadores socioeconómicos que beneficien el propósito de la misma.

Tabla 46 Macro Localización

País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Sector	Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Parroquia	Calderón
Dirección	Leónidas Proaño y San Camilo Sector
	Calderón

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

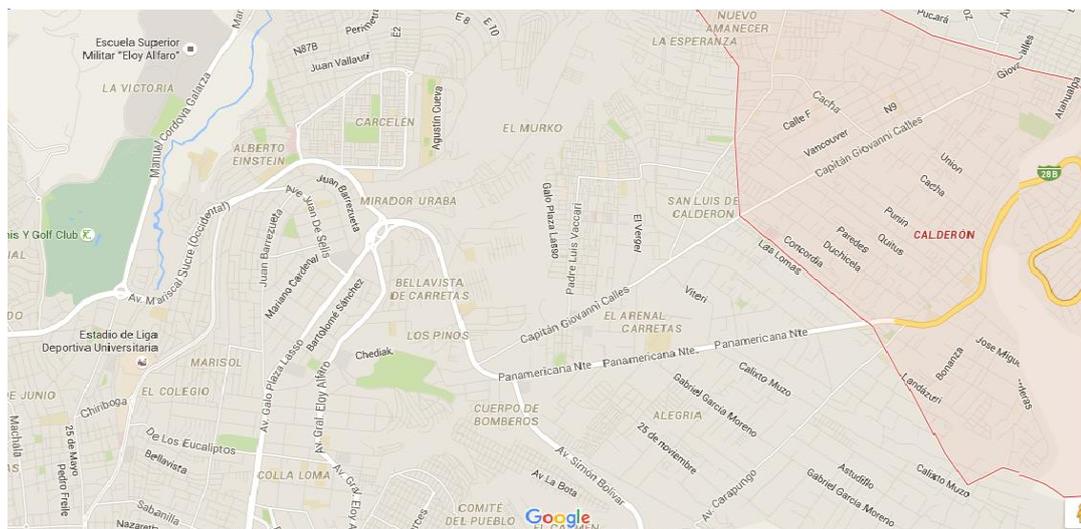


Figura 23 Macro localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Mirtha Herrera

APORTAR AL CRECIMIENTO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO - EMPRESA QUE SE DEDICARÁ A LA FABRICACIÓN E INSTALACIÓN DE MODULARES EN MELAMINA, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016.

4.02.03. Localización Óptima

Tabla 47 Localización Óptima

Factores relevantes	Ponderación	Panamericana Norte y García Moreno		Leónidas Proaño y San Camilo		Capitán Giovanni calles y el Arenal	
		Califa	Total	Califa	Total	Califa	Total
Cercanía al hospital Docente de Calderón	0,20	7	0,90	9	1,37	8	1,20
Costo de Renta	0,10	7	0,90	7	0,80	7	0,70
Servicios Básicos	0,10	10	1,00	10	1,00	10	1,00
Seguridad	0,10	5	0,80	7	1,38	6	0,90
Parqueadero	0,10	4	0,50	6	0,60	5	0,60
Vías de Acceso	0,20	8	0,70	10	0,90	10	0,60
Servicios de Transporte	0,12	10	1,00	10	1,00	10	1,00
Competencia	0,08	7	1,40	8	1,20	8	1,50
TOTAL	1		7,20		8,25		7,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Para la localización óptima se realizó un análisis de tres sectores, considerando que el más adecuado por ser una zona estratégica, como es la cercanía al hospital Docente de Calderón en caso de accidentes, entre otros factores, obteniendo una mayor ponderación de 8,25 en la calle Leónidas Proaño y San Camilo, dando así una ubicación aceptable para el presente proyecto.

4.03. Ingeniería del producto

Como lo interpreta el autor (Baca, 2001);

La ingeniería del producto engloba todas las actividades que se llevan a cabo para la elaboración de un bien o servicio tras recibir la especificación del cliente y hasta alcanzar la validación y entrada en servicio del elemento estructura. (pág. 214)

4.03.01. Definición del Bien y Servicio

(Simón, Diccionario de Economía, 2005) , determinó que:

“El bien y el servicio es todo aquello que satisface, directa o indirectamente los deseos o necesidades de los seres humanos, con la única diferencia que el bien es tangible y servicio no”. (pág.195)

Análisis: Se puede mencionar que comprenden varios aspectos generados en las distintas actividades económicas las cuales tienen el único fin de lograr la comercialización de las mismas en el mercado con el objetivo de satisfacer las necesidades de la sociedad.

4.03.02. Distribución de Planta

En cuanto a la distribución de la planta esto representa el espacio físico necesario para la ubicación de cada área para un adecuado funcionamiento de la microempresa, estableciendo las características necesarias dentro de la infraestructura de la misma, en donde se llevara a cabo la ejecución de los procesos y así se podrá obtener un resultado satisfactorio mediante un cliente satisfecho.

4.03.02.01 Razón de Cercanía

Tabla 48 Razón de cercanía

Código de Cercanía
A Absolutamente necesario
E Especialmente que este cerca
I Importante que este cerca
O Cercanía ordinaria
U No importante

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

4.03.02.02. Código de Cercanía

Tabla 49 Código de Cercanía

Razones por proceso
1 Por procesos
2 Por gestión administrativa
3 Necesidad
4 Ruido
5 Higiene

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

4.03.02.03. Matriz triangular

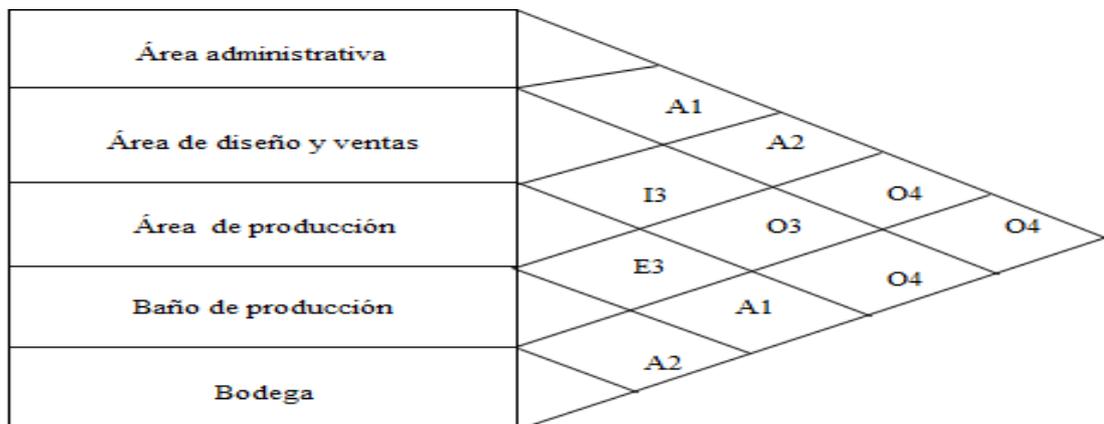


Figura 25 Matriz triangular

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: La matriz triangular es de gran importancia ya que ayudara a evaluar la cercanía de las áreas antes mencionadas, esto favorecerá a la función de la micro-empresa porque estará distribuida adecuadamente para optimizar recursos y tiempos dentro de funciones de la misma.

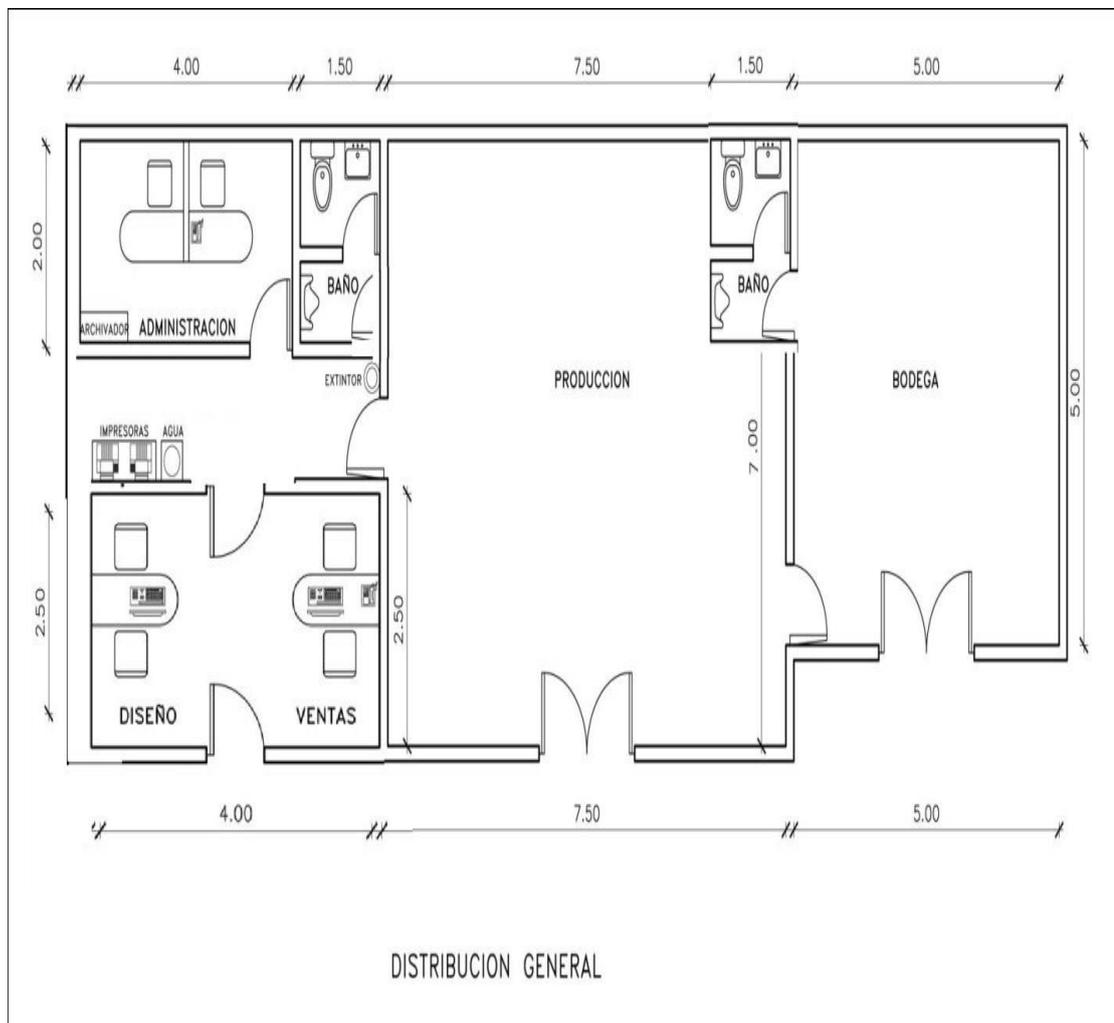


Figura 26 Distribución de la planta

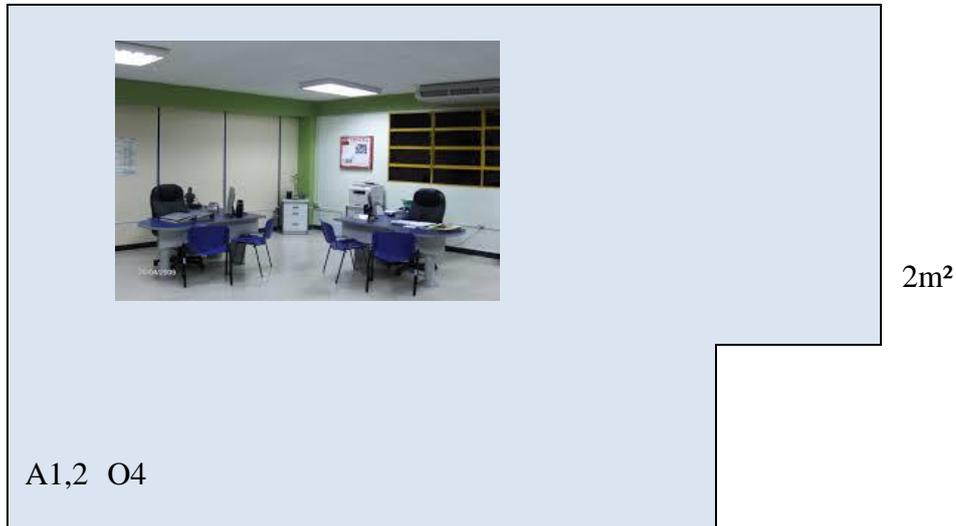
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

4.03.02.04. Tabulación de planta

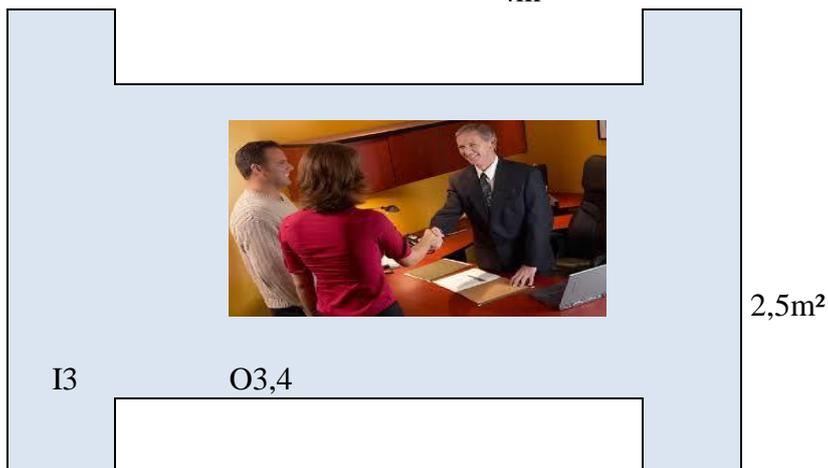
Área Administrativa: $2 \times 4\text{m}^2 = 8\text{m}^2$

4m²



Área de diseño y ventas: $2,5 \times 4\text{m}^2 = 10\text{m}^2$

4m²



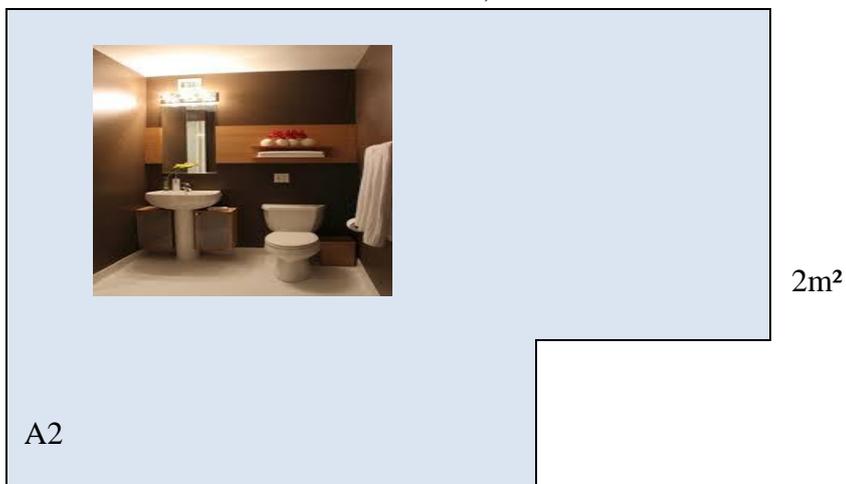
Área de producción: $7 \times 7,5 \text{m}^2 = 52,5 \text{m}^2$

7 m²

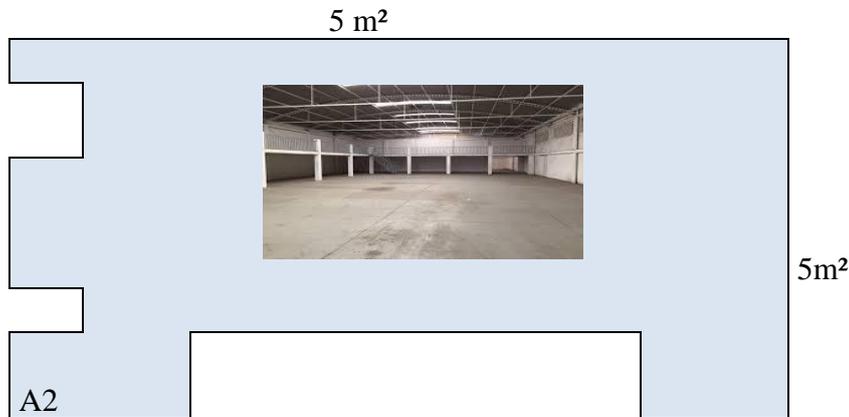


Baño de producción: $1,5 \times 2 \text{m}^2 = 3 \text{m}^2$

1,5m²



Bodega: $5*5m^2=25m^2$



4.03.03. Procesos productivos

(José, 2009), determina que:

“El proceso productivo consiste en una series de operaciones físicas realizadas con un orden establecido, en las que intervienen todos los medios productivos de que dispone la empresa en su organización (edificios, instalaciones, equipos y personas), con objeto de transformar las materias primas u otros elementos en productos terminados con forma diferente y aplicaciones superiores. (pág. 114)

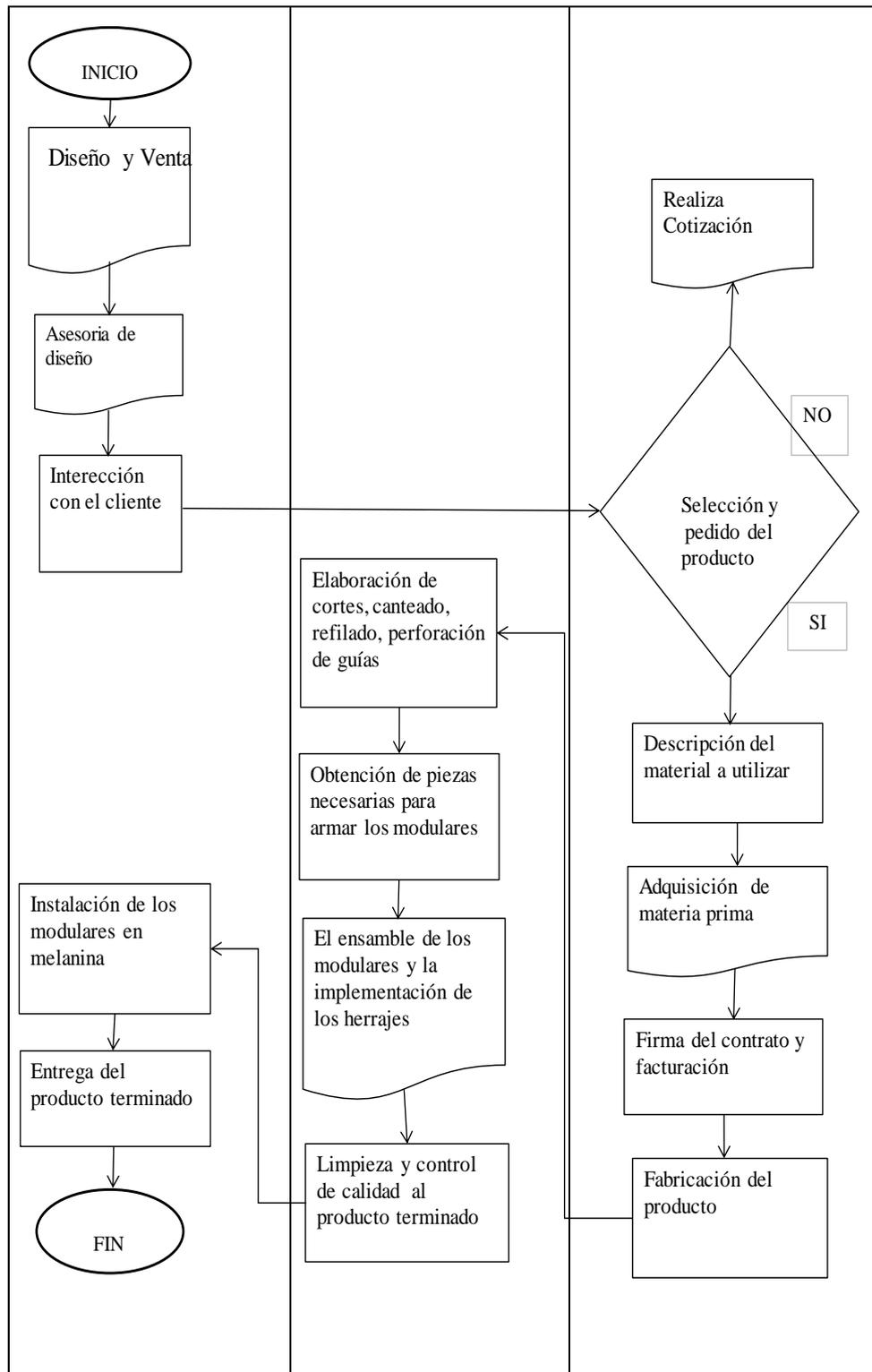


Figura 27 Flujo grama de procesos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

Tabla 50 Proceso productivo

OPERACIÓN Nº	ACTIVIDAD	TIEMPO (minutos)
1	Adquisición de la materia prima e insumos y materiales a utilizar en la fabricación de los modulares en melamina	15min.
2	Elaboración de los cortes, Canteado de la Madera, Refilado, Perforación de guías.	180min.
3	Adecuación de las piezas necesarias para armar los modulares en melamina	45min.
4	El ensamble de los modulares en melamina y la implementación de los herrajes	95min.
5	Limpieza y control de calidad producto terminado	30min.
6	Instalación de los modulares en melamina en el hogar	720min.
7	Entrega del producto terminado	30min.
Total Tiempo		1 115min.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

4.03.04. Determinación de Maquinaria y Equipo

Para el presente proyecto la maquinaria a utilizar esta detallada en la siguiente tabla con las cuales favorecerá a la fabricación de los modulares en melamina en busca de aprovechar el tiempo y de entregar productos de calidad en la elaboración de los mismos.

Tabla 51 Determinación de Maquinaria y Equipos.

ACTIVO FIJO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V/UNITARIO	V/TOTAL
Infraestructura	2	\$2.500,00	\$5.000,00
Varios – adecuaciones	1	\$1.500,00	\$1.500,00
Total Maquinaria y Equipos	2	\$4.000,00	\$6.500,00
Maquinaria y Equipos			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V/UNITARIO	V/TOTAL
Escuadradora Euro	1	\$7.500,00	\$7.500,00
Inglotadora Dewalt	1	\$597,44	\$597,44
Taladro inalámbrico	1	\$91,73	\$91,73
Taladro Percutor	1	\$207,10	\$207,10
Clavadora de clavos	2	\$41,03	\$82,06
Caladora Dewalt	1	\$190,36	\$190,36
Fresadora Tupi	1	\$547,52	\$547,52
Extintores	3	\$56,30	\$168,90
Total Maquinaria y Equipos	11	\$9.231,48	\$9.385,11
Muebles y Enseres			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V/UNITARIO	V/TOTAL
Escritorio Personal	3	\$100,00	\$300,00
Sillas Metálicas	3	\$80,00	\$240,00
Mesas de producción	2	\$120,00	\$240,00
Sillas ejecutivas	3	\$110,00	\$330,00
Dispensador de agua	1	\$120,00	\$120,00
Total Muebles y Enseres	12	\$530,00	\$1.230,00
Equipos de Oficina			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V/UNITARIO	V/TOTAL
Teléfono de escritorio	2	\$44,39	\$88,78
Calculadora	1	\$17,76	\$17,76
Total Equipos de Oficina	3	\$62,15	\$106,54
Equipos de Computación			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V/UNITARIO	V/TOTAL
Computadores XP Escritorio	3	\$550,00	\$1.650,00
Impresora Multifuncional HP	1	\$490,00	\$490,00
Total Equipos de Computación	4	\$1.040,00	\$2.140,00
Total Activos Fijos		\$14.863,63	\$19.361,65

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mirtha Herrera

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

(Domínguez, 2006), determinó que:

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo, ya que este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha. (pág. 152)

Análisis: El estudio financiero es la parte más importante del presente proyecto ya que su objetivo principal es mostrar los resultados que se obtendrán a través del mismo, además permite determinar cuáles son los recursos financieros que se puede necesitar para la ejecución del presente proyecto determinando las posibilidades de inversión, mediante el análisis de los indicadores financieros los cuales mostraran si el proyecto es rentable o no.

5.01. Ingresos operacionales y no operacionales

5.01.01. Ingresos operacionales.

Los ingresos operacionales son los que se relacionan directamente a la razón de ser del negocio.

Análisis: De acuerdo con esta definición se puede decir que los ingresos operacionales son aquellos ingresos obtenidos producto de las diferentes principales actividades económicas de la empresa, los cuales tienen mayor relación con el giro de negocio a continuación para saber cuál es el valor que este generara es necesario identificar los tres costos fundamentales requeridos para este cálculo los cuales son:

(MPD) Materia Prima Directa

(MOD) Materia Obra Directa

(CIF) Costos Indirectos de Fabricación

En el estudio de factibilidad para la creación de la microempresa, los ingresos operacionales corresponderían a la venta de los modulares en melamina.

5.01.02. Materia Prima Directa.

La materia prima directa hace referencia a todos los materiales que integran físicamente el producto terminado, que se convierte en componente identificable del producto acabado, por lo tanto en el presente proyecto se utilizara la siguiente materia prima directa, la cual será expresada por unidades, valores mensuales y anuales.

Tabla 52 Materia Prima Directa

Cantidad	Medidas	Materia prima	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
2	0,90x0,55	Tablero blanco 15mm 2/caras	\$5,94	\$11,88	\$142,56
3	0,55x1,00	Tablero blanco 15mm 2/caras	\$6,60	\$19,80	\$237,60
1	1,00x0,90	Tablero blanco 6mm 1/caras	\$7,20	\$7,20	\$86,40
18	0	Tornillos negro de una pulgada y media x6	\$0,01	\$0,18	\$2,16
1	1,00x0,90	Tablero 15mm decorativa 2/caras	\$16,20	\$16,20	\$194,40
1	1,00x0,60	Mesón pos formado en formica	\$64,00	\$64,00	\$768,00
2	0,75x0,35	Tablero blanco 15mm 2/caras	\$3,15	\$6,30	\$75,60
4	0,35x1,00	Tablero blanco 15mm 2/caras	\$4,20	\$16,80	\$201,60
1	1,00x0,75	Tablero blanco 6mm 1/caras	\$6,00	\$6,00	\$72,00
1	0	Tablero 15mm decorativa 2/caras	\$13,50	\$13,50	\$162,00
0,15	0	Tornillos negro de una pulgada y media x6	\$0,10	\$0,02	\$0,18
8	0	Juegos de bisagras codo y semicodo	\$2,50	\$20,00	\$240,00
2	2,20x0,60	Tablero blanco 15mm 2/caras	\$15,84	\$31,68	\$380,16
4	1,00x0,60	Tablero blanco 15mm 2/caras	\$7,20	\$28,80	\$345,60
1	2,20x1,00	Tablero blanco 6mm 1/caras	\$7,60	\$7,60	\$91,20
1	2,20x1,00	Tablero 15mm decorativa 2/caras	\$39,60	\$39,60	\$475,20
4	0,70x0,50	Tablero blanco 15mm 2/caras	\$4,20	\$16,80	\$201,60
1	1,00x1,00	Tablero blanco 6mm 1/caras	\$8,00	\$8,00	\$96,00
1	0,70x0,70	Tablero 15mm decorativa 2/caras	\$8,82	\$8,82	\$105,84
1	0,90x1,00	Espejo 4mm	\$25,00	\$25,00	\$300,00
1	1,60x1,60	Tablero 25mm decorativa 2/caras	\$71,68	\$71,68	\$860,16
1	0,42x0,55x0,72	Cajonera metálica 3 cajones	\$96,00	\$96,00	\$1.152,00
3	0	Soportes de mesa	\$15,00	\$45,00	\$540,00
1	1,00x0,40	Tablero decorativo 15mm 2/caras	\$7,20	\$7,20	\$86,40
3	1,00x0,50	Tablero decorativo 15mm 2/caras	\$9,00	\$27,00	\$324,00
1	1,00x0,50	Tablero decorativo 15mm 2/caras	\$9,00	\$9,00	\$108,00
1	1,00x0,50	Tablero decorativo 6mm 1/caras	\$6,00	\$6,00	
TOTAL			\$459,54	\$610,06	\$7.248,66

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

5.01.03. Mano de Obra Directa.

(Oceano, 2010) , considera que:

Es el esfuerzo físico y mental del ser humano que contribuye en la elaboración de un producto o servicio final, se considera costos de mano de obra directa únicamente los salarios ganados por aquellos trabajadores que realmente participan en la fabricación del producto terminado. (pág. 33).

Análisis: Teniendo en cuenta esta definición los costos de mano de obra directa del presente proyecto de inversión se expresa en la siguiente tabla:

Tabla 53 Mano de obra directa

Descripción	Cantidad	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Aporte al IESS 12,15%	Total Mensual	Total Anual
Operario 1	1	368,00	30,67	305,00	-	44,71	748,38	8.980,54
Operario 2	1	368,00	30,67	305,00	-	44,71	748,38	8.980,54
TOTAL	2	736,00	61,33	610,00	-	89,42	1.496,76	17.961,09

Fuente: *Estudio Financiero*

Elaborado por: *Mirtha Herrera*

5.01.04. Costos indirectos de fabricación.

(Solis, 2014), determinó que:

Son todos aquellos costos que se acumulan de los materiales y la mano de obra indirectos más todos los incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto terminado no son fácilmente identificables de forma directa con el mismo.

Tabla 54 Costos Indirectos de Fabricación

Costos Indirectos de Fabricación					
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Pega	Galón	6	3,11	18,66	223,92
Plástico stretch	Metros	12	0,52	6,24	74,88
Waypes	Unitario	18	0,46	8,28	99,36
Thinner	Galón	6	3,80	22,82	273,89
Total costos indirectos			7,89	56,00	672,05

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: En la siguiente tabla de los costos indirectos de fabricación e intervienen los siguientes materiales con sus respectivas cantidades para la elaboración de los modulares en melamina según su sección, (modular de cocina, dormitorio, baño, cuarto de estudio, otros) con un valor de \$56,00 mensualmente.

5.01.05. Cálculos de Ingresos operacionales.

Para el presente proyecto una vez que se han determinado los tres principales costos, se realiza el respectivo cálculo de los ingresos operacionales tomando en consideración una utilidad del 25%, la cual estará expresada en los siguientes cuadros:

Tabla 55 Cálculos de Ingresos operacionales modular de cocina bajo

MODULAR DE COCINA BAJO	
Costo de producción unitario	145,23
Utilidad del 25%	36,31
P.V.P	181,54
Producción mensual	134,40 metros lineal
Ingreso mensual	145,60
Ingreso anual	1.747,20

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Mirtha Herrera*

Tabla 56 Cálculos de Ingresos operacionales modular de cocina alto

MODULAR DE COCINA ALTO	
Costo de producción unitario	89,89
Utilidad del 25%	22,47
P.V.P	112,36
Producción mensual	134,40 metros lineal
Ingreso mensual	145,60
Ingreso anual	1.747,20

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Mirtha Herrera*

Tabla 57 Cálculos de Ingresos operacionales dormitorio

DORMITORIO	
Costo de producción unitario	149,98
Utilidad del 25%	37,50
P.V.P	187,48
Producción mensual	96,00 metros cuadrados
Ingreso mensual	104,00
Ingreso anual	1.248,00

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Mirtha Herrera*

Tabla 58 Cálculos de Ingresos operacionales baño

BAÑO	
Costo de producción unitario	84,70
Utilidad del 25%	21,18
P.V.P	105,88
Producción mensual	134,40 por modulo
Ingreso mensual	145,60
Ingreso anual	1.747,20

*Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Mirtha Herrera*

Tabla 59 Cálculos de Ingresos operacionales cuarto de estudio

CUARTO DE ESTUDIO	
Costo de producción unitario	260,18
Utilidad del 25%	65,04
P.V.P	325,22
Producción mensual	112 por metro de modulo
Ingreso mensual	121,33
Ingreso anual	1.456,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Mirtha Herrera

Tabla 60 Cálculos de Ingresos operacionales otros

OTROS	
Costo de producción unitario	73,96
Utilidad del 25%	18,49
P.V.P	92,45
Producción mensual	149,32 por modulo
Ingreso mensual	161,78
Ingreso anual	1.941,33

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Para el cálculo de los ingresos operacionales se observa en las siguientes tablas el costo unitario obtenido según su sección (modular de cocina bajo, modular de cocina alto, dormitorio, baño, cuarto de estudio, otros). A los cuales se ha considerado la utilidad o la rentabilidad que la microempresa desea obtener que es del 25%, la misma que está entre los parámetros de ganancia aceptable para una inversión.

5.01.06. Ingresos no Operacionales.

El presente proyecto de inversión no cuenta con ingresos no operacionales, debido a que esta microempresa se dedica a una sola actividad comercial y no posee actividades ajenas al giro del negocio, de esta manera este proyecto no genera ningún ingreso No Operacional.

5.02 Costos

(Billene, 2006), determina que:

Indican que el costo representa los recursos económicos que han sido, deben o deberían sacrificarse en el desarrollo de las actividades necesarias para alcanzar un objetivo, independientemente de la forma de medición de los mismos. (pág.149)

Análisis: Según esta definición los costos son valores que se desembolsan con el fin de dar marcha a la elaboración de la actividad económica los cuales se clasifican en directos e indirectos.

5.02.01. Costos Directos.

(Villevas, 2001), considera que:

“Los costos directos son aquellos que tienen relación directa con la elaboración del producto, normalmente estos dos elementos se pueden determinar con facilidad y exactitud”.

Análisis: Para el presente proyecto se identifican como costos directos la materia prima directa y la mano de obra directa, ya que estos significan indispensables para la fabricación e instalación de modulares en melamina.

Tabla 61 Costos Directos

Costos directos	
Materia prima	\$7.248,66
Mano de obra directa	\$1.496,76
Total costos directos	\$8.745,42

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

5.02.02. Costos Indirectos.

Son todos los costos que no intervienen directamente en la transformación del producto, pero aportan indirectamente.

Tabla 62 Costos Indirectos

Costos Indirectos de Fabricación					
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Pega	Galón	6	3,11	18,66	223,92
Plástico stretch	Metros	12	0,52	6,24	74,88
Waypes	Unitario	18	0,46	8,28	99,36
Thinner	Galón	6	3,80	22,82	273,89
Servicio Básicos				75,00	900,00
Total costos indirectos			7,89	131,00	1.572,05

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

5.03 Gastos

Son los gastos permanentes que contrae la empresa para su desarrollo.

5.03.01 Gastos administrativos.

(Gutiérrez, 2005), determinó que:

Se denomina gastos de administración a aquellos que tienen que ver directamente con las actividades administrativas del negocio, estos contienen los diferentes pagos que se realizan al personal, suministros entre otros.

(pág.64)

Tabla 63 Gastos de Personal

Descripción	Cantidad	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Aporte al IESS 12,15%	Total Mensual	Total Anual
Gerente	1	500,00	41,67	305,00	-	60,75	907,42	10.889,00
Diseñador	1	370,00	30,83	305,00	-	44,96	750,79	9.009,46
TOTAL	2	870,00	72,50	610,00	-	105,71	1.658,21	19.898,46

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: De tal modo que el presente proyecto el área administrativa está conformada por dos trabajadores, a los cuales se les realiza el respectivo cálculo considerando los beneficios que por la ley le corresponde como el décimo tercero, décimo cuarto y el aporte personal al IEES. De tal manera que los fondos de reserva se pagaran después de su primer año de haber laborado consecutivamente en la microempresa de igual manera las vacaciones.

Además se considera como otros gastos administrativos a los suministros de oficina.

Tabla 64 Suministros de oficina

Suministros de Oficina		
Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Suministros de oficina	\$10,00	\$120,00
Servicios Básicos	\$75,00	\$900,00
Total	\$85,00	\$1.020,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

5.03.02. Gastos de Venta.

Según (Enciclopedia, 2013);

Son los desembolsos hechos para realizar la comercialización de un producto o servicio; abarcan varias actividades, como mercadotecnia, investigación y desarrollo, estudios, promotores, entre otros.

Tabla 65 Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	TOTAL Anual
Diseño de página web	1	\$300,00	\$300,00	
Tarjetas de presentación	500	0,03	\$15,00	\$180,00
Material P.O.P	100	0,15	\$15,00	\$180,00
TOTAL			\$330,00	\$360,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Los gastos de venta del presente proyecto mensualmente serán de \$330,00 considerando que la página web es un costo que se realizara solo una vez al iniciar sus operaciones, y con valor anual de \$360,00 sin considerar la página web.

5.03.03. Gastos financieros.

Son los intereses que se deben pagar debido a los capitales obtenidos en préstamo.

5.03.04. Costos Fijos y Variables.

(Charles T. Horngren, 2007), considera que:

Los costos fijos son aquellos que se mantienen constantes cualquiera que sea el volumen de producción como arriendos, impuestos etc., mientras que los costos variables son los que varían proporcionalmente de acuerdo al volumen de producción, estos costos variables se los consideran adaptables a los cambios de la oferta. (pág.30)

5.04 Inversiones.

(Josep., 2004), determinó que:

La inversión como el proceso por el cual un sujeto decide vincular unos recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios, también neto a lo largo de un plazo de tiempo que denominamos vida útil de la inversión. (pág.169)

Análisis: Las inversiones son los recursos con carácter reembolso las cuales se realizan al momento de la apertura del proyecto con la finalidad que estos generen una ganancia o se mantengan igual y no generen ninguna pérdida.

5.04.01 Inversión Fija.

Según (Invertir, 2012)

Es el conjunto de recursos tangible e intangible, diferenciación que va a facilitar el coste del proyecto en su fase operativa. La estimación de la inversión se basa en cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto. Las inversiones fijas tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, muebles, enseres, vehículos entre otros.

Análisis: Para la microempresa son los recursos que necesitaría la misma para poder generar sus actividades, los cuales se pueden dividir en recursos tangibles y no tangibles, considerando que los tangibles pueden ser la maquinaria, equipo de computación, entre otros, mientras que los recursos no tangibles pueden ser asesoría,

capacitación del personal, etc, necesarios para el funcionamiento de la microempresa.

5.04.01.01. Activos Fijos.

(Baca Urbina, 2006), conceptúa que:

El activo fijo es el conjunto de bienes que son propiedad de la empresa, destinados para la utilización permanente y constantemente para la misma aprovechando el máximo su vida útil. Es llamado fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasiona problemas a sus actividades productivas. (pág.90).

A continuación se detallara los activos fijos que serán necesarios para el funcionamiento de la fabricación e instalación de modulares en melamina.

Tabla 66 Activos Fijos

Activos fijos	
Infraestructura	\$6.500,00
Equipo y maquinaria	\$9385,11
Muebles y enseres	\$1.230,00
Equipo de computación	\$2.140,00
Equipo de oficina	\$106,54
Total de activos fijos	\$19.361,65

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

5.04.01.02. Activos Nominales (diferidos)

Según (Finanzas, 2012);

Comprenden todos los activos intangibles propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento. Son aquellas inversiones que son utilizadas para la documentación de los requisitos de constitución, permisos de funcionamientos es la inversión de constitución para dicho proyecto.

5.04.02 Capital de Trabajo.

(Baca Urbina, 2006), determinó que:

“El Capital de Trabajo es el monto económico con el cual las empresas cubren la brecha existente entre el arranque de las operaciones y el inicio de la captación de las ganancias que éstas generan”. (pág.98)

Tabla 67 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
Descripción	1 Mes	2 Mes	3 Mes	TOTAL
Sueldos Personal	\$3.154,96	\$3.154,96	\$3.154,96	\$9.464,89
Servicios básicos	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$225,00
Materia Prima Directa	\$610,06	\$610,06	\$610,06	\$1.830,17
Mano de Obra Directa	\$137,88	\$137,88	\$137,88	\$413,63
CIF	\$56,00	\$56,00	\$56,00	\$168,00
TOTAL				\$12.101,69

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Para el presente proyecto se considera como capital de trabajo 3 meses de producción, cuyo valor es de \$12.101,69 para cubrir los gastos al inicio de sus operaciones.

5.04.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.

Para el presente proyecto, se necesitara una inversión de \$31.463,69, de la cual el \$11.012,16, será de recursos propios mientras que el \$20.451,16 será financiado a través de un préstamo bancario.

Tabla 68 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

MONTO	\$20.451,16
INTERES	15,20%
PLAZO	2 AÑOS
PERIODOS	24

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: El financiamiento se lo realizara por la suma de \$20.451,16 a una tasa de interés del 15,20%, y la forma de cancelar será de cuotas mensuales durante dos años.

5.04.04 Amortización de Financiamiento. (Tabla de amortización)

(Gitman, 2003), determinó que:

“Se refiere al cálculo de pagos periódicos iguales de un préstamo. Estos pagos proporcionan a un prestamista un rendimiento de interés determinado y un reembolso del principal préstamo durante un periodo determinado”.

En cuanto para el presente proyecto se realizara la tabla de amortización por el método de cuotas fijas las cuales serán de \$921,22 mensualmente, a 24 cuotas como lo expresa la siguiente tabla:

Tabla 69 Amortización del Préstamo.

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO					
Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	20.451,16	0	0	0	20.451,16
1	20.451,16	129,52	921,22	791,7	19.659,46
2	19.659,46	124,51	921,22	796,71	18.862,75
3	18.862,75	119,46	921,22	801,76	18.060,99
4	18.060,99	114,39	921,22	806,84	17.254,15
5	17.254,15	109,28	921,22	811,95	16.442,20
6	16.442,20	104,13	921,22	817,09	15.625,11
7	15.625,11	98,96	921,22	822,27	14.802,85
8	14.802,85	93,75	921,22	827,47	13.975,37
9	13.975,37	88,51	921,22	832,71	13.142,66
10	13.142,66	83,24	921,22	837,99	12.304,67
11	12.304,67	77,93	921,22	843,29	11.461,38
12	11.461,38	72,59	921,22	848,64	10.612,74
13	10.612,74	67,21	921,22	854,01	9.758,73
14	9.758,73	61,81	921,22	859,42	8.899,31
15	8.899,31	56,36	921,22	864,86	8.034,45
16	8.034,45	50,88	921,22	870,34	7.164,11
17	7.164,11	45,37	921,22	875,85	6.288,26
18	6.288,26	39,83	921,22	881,4	5.406,86
19	5.406,86	34,24	921,22	886,98	4.519,88
20	4.519,88	28,63	921,22	892,6	3.627,28
21	3.627,28	22,97	921,22	898,25	2.729,03
22	2.729,03	17,28	921,22	903,94	1.825,09
23	1.825,09	11,56	921,22	909,67	915,43
24	915,43	5,8	921,22	915,43	0,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

5.04.05 Depreciaciones.

(Romero, 2006), determinó que:

Es la pérdida del valor actual de un activo físico (edificios, maquinaria, muebles, etc.) con motivo de uso, por prestar la función para los cuales fueron creados o bien causa del progreso de la tecnología que avanza a pasos agigantados. (pág.126)

Tabla 70 Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	\$9.385,11	10	\$938,51	\$938,51	\$938,51	\$938,51	\$938,51
Infraestructura	\$6.500,00	20	\$325,00	325,00	\$325,00	\$325,00	\$325,00
Muebles y Enseres	\$1.230,00	10	\$123,00	\$123,00	\$123,00	\$123,00	\$123,00
Equipos de Oficina	\$106,54	10	\$10,65	\$10,65	\$10,65	\$10,65	\$10,65
Equipos de Computación	\$2.140,00	3	\$713,33	\$713,33	\$713,33	\$0,00	\$0,00
TOTAL	\$19.361,65		\$2.110,50	\$2.110,50	\$2.110,50	\$1.397,16	\$1.397,16

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Para el cálculo de depreciación de los activos del presente estudio, se realizó mediante la vida útil del proyecto es decir 5 años.

5.04.06 Estado de Situación Inicial.

Los estados de situación inicial es la información contable al inicio del periodo fiscal la cual se presenta en un momento determinado aquel estado no presenta estimaciones.

Tabla 71 Estado de situación inicial

Estado de Situación Inicial		
ACTIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		
Bancos	\$12.101,68	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$12.101,68
ACTIVO NO CORRIENTE		
Infraestructura	\$6.500,00	
Equipo y Maquinaria	\$9.385,11	
Muebles y Enseres	\$1.230,00	
Equipos de Oficina	\$106,54	
Equipos de Computación	\$2.140,00	
TOTAL ACTIVO FIJO		\$19.361,65
TOTAL ACTIVO		\$31.463,33
PASIVOS		
PASIVO CORRIENTE		
Préstamo bancario por pagar	\$20.451,16	
TOTAL PASIVO		\$20.451,16
Patrimonio	\$11.012,16	
Capital		\$11.012,16
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$31.463,33

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

5.04.07 Estado de Resultados Proyectados.

(Lawrence, 2003), conceptúa que;

Los estados de resultados también conocido como el estado de pérdidas y ganancias, documento que detalla los diferentes ingresos y egresos que puede tener un empresa, proporciona así un resumen financiero de los resultados de las operaciones, durante un periodo determinado generalmente un año, de esa manera se puede encontrar cual será la utilidad que se obtendrá en ese periodo. (pág.109)

Tabla 72 Estado de Resultados Proyectados

Descripción	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
VENTAS	260.810,59	268.713,15	276.855,16	285.243,87	293.886,76
(-) Costo de Producción	208.648,47	214.970,52	221.484,13	228.195,10	235.109,41
(=) Utilidad Bruta en Ventas	52.162,12	53.742,63	55.371,03	57.048,77	58.777,35
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	40.990,05	41.477,83	41.971,41	42.470,87	42.976,28
Gastos de Ventas	660,00	667,85	675,80	683,84	691,98
Gastos Financieras	1.216,27	441,95	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	9.295,80	11.155,00	12.723,82	13.894,06	15.109,09
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	9.295,80	11.155,00	12.723,82	13.894,06	15.109,09
15 % Participación Laboral					
(-) Laboral	1.394,37	1.673,25	1.908,57	2.084,11	2.266,36
(=) Utilidad Antes de I.R.	7.901,43	9.481,75	10.815,24	11.809,95	12.842,73
22% Impuesto a la Renta					
(-) Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta	7.901,43	9.481,75	10.815,24	11.809,95	12.842,73
(+) Depreciaciones	2.110,50	2.110,50	2.110,50	2.110,50	2.110,50
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Excedente Operacional	10.011,93	11.592,25	12.925,74	13.920,45	14.953,23

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

5.04.08 Flujo de Caja.

(Omar, 2006), interpreta que:

El flujo de caja o flujo neto de efectivo es el resultado de un instrumento que resume las entradas y salidas de un proyecto de inversión o empresa en un determinado periodo de tiempo y tiene como objetivo ser la base del cálculo de los indicadores de rentabilidad económica. (pág.157)

5.05. Evaluación

La evaluación financiera tiene la finalidad de determinar si el proyecto de fabricación e instalación de modulares en melamina es viable o no es decir analizar todos los diferentes factores para obtener la situación real en base a los determinados indicadores financieros.

5.05.01 Tasa de descuento.

La tasa de descuento se utiliza para actualizar los flujos de ingresos y costos futuros del proyecto de inversión, con el fin de expresar el valor monetario de esos flujos en un periodo determinado. (Horngren Charles & Foster George, Contabilidad de Costos, 2007).

Para obtener la tasa de descuento se aplicó la siguiente fórmula, para interpretar la misma se tomó la inflación acumulada del mes de septiembre y el costo de

oportunidad de depósito a plazo fijo, que pagaría la entidad económica si invirtiera en ella, se considera que la mejor alternativa es invertir el presente proyecto ya que este genera mayor inversión y fuentes de trabajo.

$$\text{TMAR} = i + f + (i \times f)$$

i = Inflación

f = Costo de Oportunidad

Inflación = 1,19%

Costo de Oportunidad = 4,41%

Tabla 73 Tasa De Descuento

$$\text{TMAR} = 0,0119 + 0,0441 + (0,0119 \times 0,0441)$$

$$\text{TMAR} = 0,056 + 0,000525$$

$$\text{TMAR} = 0,05652479$$

$$\text{TMAR} = 5,65\%$$

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

5.05.02 Valor Actual Neto. (VAN)

(Jiménez, 2007), determino que:

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial obtendrá un margen de rentabilidad, Si el valor actual neto de un proyecto es positivo, la inversión deberá realizarse y si es negativo, deberá rechazarse.(pág. 81)

Para el cálculo de VAN aplicaremos la siguiente formula:

Tabla 74 Van

$$VAN = -P + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$$

Tabla 75 Flujos Netos de Efectivo

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-31.463,33			-2.140,00		10.949,16
Excedente Operacional		10.011,93	11.592,25	12.925,74	13.920,45	14.953,23
FLUJOS DE EFECTIVO	-31.463,33	10.011,93	11.592,25	10.785,74	13.920,45	25.902,39

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

$$VAN = -P + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -31.463,33 + \frac{10.011,93}{1,05652479} + \frac{11.592,25}{1,11624463} + \frac{10.785,74}{1,1793401} + \frac{13.920,45}{1,24600208} + \frac{25.902,39}{1,316432}$$

$$VAN = -31.463,33 + 9.476,28 + 10.385,04 + 9.145,57 + 11.172,09 + 19.676,20$$

$$VAN = -31.463,33 + 59.855,20$$

$$VAN = 28.391,87$$

$$VAN = \$ 28.391,87$$

Análisis: Para el presente proyecto se determinó que el Valor Actual Neto es de \$28.391,87, por lo tanto el indicador es aceptable.

5.04.03 Tasa Interna de Retorno (TIR).

Es aquella que hace que el VAN sea igual a cero, es decir, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial (Horngren Charles & Foster George, 2007)

Tabla 76 Tasa Interna de Retorno (TIR)

INVERSION	-31.463,33
AÑO 2017	10.011,93
AÑO 2018	11.592,25
AÑO 2019	10.785,74
AÑO 2020	13.920,45
AÑO 2021	25.902,39
TIR	29,80%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: La TIR tiene un valor de 29,80% lo que significa que el proyecto es viable ya que se encuentra dentro de los parámetros establecidos, además porque cumple con las condiciones en que la TIR tiene que ser igual o mayor a la tasa de descuento.

5.04.04 Período de Recuperación de la Inversión. (PRI)

(Werner, 2004), determinó que:

El PRI mide en cuanto tiempo se recuperara el total de la inversión a valor presente, Es decir, el periodo de recuperación de la inversión determina el tiempo en años, meses y días en el que el valor invertido será recuperado. (pág.52).

Tabla 77 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

PERIODO DE RECUPERACIÓN					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-31.463,33	-31.463,33	1,00	-31.463,33	-31.463,33
1	10.011,93	-21.451,40	0,95	9.476,28	-21.987,04
2	11.592,25	-9.859,15	0,90	10.385,04	-11.602,00
3	10.785,74	926,60	0,85	9.145,57	-2.456,42
4	13.920,45	14.847,04	0,80	11.172,09	8.715,67
5	25.902,39	40.749,43	0,76	19.676,20	28.391,87

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

PERIODO DE RECUPERACIÓN A VALORES CORRIENTE			PERIODO DE RECUPERACIÓN A VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	10.785,74	-9.859,15	AÑO 3	11.172,09	-2.456,42
1 mes	898,81	-8.960,34	1 mes	931,01	-1.525,42
2 mes	898,81	-8.061,52	2 mes	931,01	-594,41
3 mes	898,81	-7.162,71	3 mes	931,01	336,60
4 mes	898,81	-6.263,90	4 mes	931,01	1.267,61
5 mes	898,81	-5.365,09	5 mes	931,01	2.198,61
6 mes	898,81	-4.466,28	6 mes	931,01	3.129,62
7 mes	898,81	-3.567,46	7 mes	931,01	4.060,63
8 mes	898,81	-2.668,65	8 mes	931,01	4.991,64
9 mes	898,81	-1.769,84	9 mes	931,01	5.922,64
10 mes	898,81	-871,03	10 mes	931,01	6.853,65
11 mes	898,81	27,78	11 mes	931,01	7.784,66
12 mes	898,81	926,60	12 mes	931,01	8.715,67

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑO Y 11 MESES	PRVC
--------------------------	------------------	-------------

APORTAR AL CRECIMIENTO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO - EMPRESA QUE SE DEDICARÁ A LA FABRICACIÓN E INSTALACIÓN DE MODULARES EN MELAMINA, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016.

PERIODO DE RECUPERACIÓN: 3 AÑOS Y 3 MESES **PRVA**

Análisis: El tiempo en el que se recuperará la inversión será de 2 años con 11 meses, lo que indica que el proyecto es rentable ya que después de este periodo de tiempo se podrá obtener un margen de rentabilidad.

5.04.05 Relación Costo Beneficio. (RBC)

(Baca Urbina, 2006), define que:

Mide la relación entre los costos y los beneficios asociados a un proyecto, tomando la sumatoria de los flujos actualizados para el total que se ha invertido, de esta manera permite determinar la ganancia que el inversionista obtiene por cada dólar que ha invertido.(pág. 97)

Tabla 78 Relación Costos Beneficio

Relación Costo Beneficio RC/B	
AÑOS	SUMATORIA DE FLUJOS ACTUALIZADOS
2017	9.476,28
2018	10.385,04
2019	9.145,57
2020	11.172,09
2021	19.676,20
TOTAL	59.855,20
RC/B	1,90

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Dentro de los cálculos realizados se puede observar que por cada dólar que se invierte en el proyecto, se obtiene \$1,90 de ganancia, el cual es beneficioso para el presente proyecto.

5.04.06 Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio es la igualdad entre los ingresos y los costos, nos ayuda determinar cuál es la cantidad que debemos producir para poder obtener utilidad

Determina el momento exacto donde las ventas cubren exactamente los costos

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

Tabla 79 Punto de Equilibrio

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	40.990,05
Gastos de Ventas	660,00
Gastos Financieros	1.216,27
TOTAL COSTOS FIJOS	42.866,32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

Tabla 80 Punto de Equilibrio

Producto	Precio	Cvu	MC	% Mercado	MC Promedio
Modular de cocina	181,54	145,23	36,31	30%	10,89
Modular de cocina	112,36	89,89	22,47	30%	6,74
Baño	105,88	84,70	21,18	10%	2,12
Dormitorio	187,48	149,98	37,50	20%	7,50
Cuarto de estudio	325,22	260,18	65,04	8%	5,20
Otros modulo TV	92,45	73,96	18,49	2%	0,37
					32,82

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

$$PE = \frac{CF}{MC}$$

$$PE = \frac{42.866,32}{32,82}$$

$$PE = 1.305,97 \text{ Unidades}$$

Tabla 81 Punto de Equilibrio en unidades

Producto	Cantidad	% Mercado	Producción	Costo	COSTO
Modular de cocina	1305,97	30%	391,79	145,23	56.899,69
Modular de cocina	1305,97	30%	391,79	89,89	35.216,06
Baño	1305,97	10%	130,60	84,70	11.061,54
Dormitorio	1305,97	20%	261,19	149,98	39.173,79
Cuarto de estudio	1305,97	8%	104,48	260,18	27.182,40
Otros modulo TV	1305,97	2%	26,12	73,96	1.931,79
					<u>171.465,27</u>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

Tabla 82 Punto de Equilibrio en unidades

Producto	Cantidad	% Mercado	Producción	PVP	PE INGRESO
Modular de cocina	1305,97	30%	391,79	181,54	71.124,61
Modular de cocina	1305,97	30%	391,79	112,36	44.020,07
Baño	1305,97	10%	130,60	105,88	13.826,93
Dormitorio	1305,97	20%	261,19	187,48	48.967,24
Cuarto de estudio	1305,97	8%	104,48	325,22	33.978,00
Otros modulo TV	1305,97	2%	26,12	92,45	2.414,73
					<u>214.331,59</u>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

Tabla 83 Demostración del Punto de Equilibrio

DEMOSTRACIÓN	
Ventas	214.331,59
(-) Costo Variable	171.465,27
(=) Margen Contribución	42.866,32
(-) Gastos Fijos	42.866,32
(=) Utilidad/Perdida	-

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

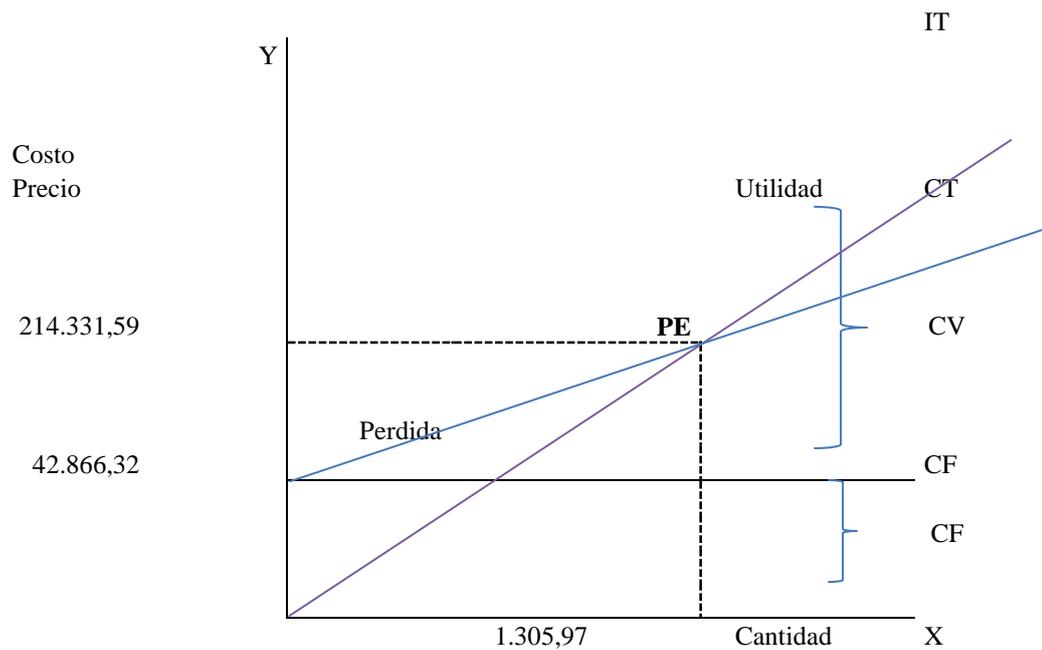


Figura 28 Punto de equilibrio

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mirtha Herrera

Análisis: Según el gráfico podemos analizar que la microempresa deberá producir y vender un total de 1.305,97 unidades para de esta manera obtener un punto de equilibrio, es decir no obtener una ganancia y ni tenga perdida

5.05 Análisis de Índices Financieros.

(Baca Urbina, 2006), dice que:

Este tipo de análisis no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no están relacionados en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa. (pág.232)

5.05.01. Rentabilidad del patrimonio. (ROE)

Mide la rentabilidad que obtienen sobre el patrimonio de la empresa

Rentabilidad del patrimonio = $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$

Rentabilidad del patrimonio = $\frac{7.901,43}{11.012,16}$

Rentabilidad del patrimonio = 0,72

Análisis. Podemos observar que el ROE por cada dólar invertido será del 0,72 sobre la utilidad lo que quiere decir que el capital crecerá.

5.05.02. Rentabilidad del Activo. (ROA)

El presente indicador mide el rendimiento que se obtiene sobre la inversión.

Rentabilidad del activo = $\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$

Rentabilidad del activo = $\frac{7.901,43}{31.463,33}$

Rentabilidad del activo = 0,25

Análisis: El grado de rentabilidad sobre el activo es del 0,25 lo que significa que el total de activo genera una buena rentabilidad para el presente proyecto.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impacto

6.01 Impacto Ambiental.

Los principales impactos ambientales negativos que este tipo de servicio genera se dan en los distintos procesos de fabricación de los modulares en melamina debido a los residuos y pedazos de melamina, que no pueden ser reutilizados ya que los cortes que se realizan son precisos y originales según el gusto del consumidor generando que los retazos que sobran no se puedan reutilizar.

Sin embargo los tableros de melamina están fabricados principalmente de madera de pino de la cual se extrae la viruta para luego ser triturada, haciendo que no exista tanta tala de árboles de varias especies, ya que la madera convencional es extraída de diferente clases de árboles que suelen tener diversos factores tales como la durabilidad, el costo, el peso, el color, la estabilidad, etc.

Pero uno de los factores más importantes es que la mayoría de estos árboles tardan muchos años en volver crecer, significando un mayor impacto ambiental es por eso

que las maderas tradicionales están siendo remplazadas poco a poco por los nuevos tipos de maderas que están incursionando en el mercado actual.

Los tableros de melamina serían una alternativa para tratar de disminuir la tala indiscriminada de bosques y así ya no destruir más el medio ambiente y cuidar nuestra naturaleza ya que es uno de los mayores factores ambientales más explotados por el hombre.

6.02 Impacto Económico.

El presente proyecto tiene un impacto económico positivo debido a que a través de este se podrá generar fuente de trabajo, además que estará ubicado en la Parroquia de Calderón en donde existe una gran demanda debido al crecimiento de la población y al desarrollo en cuanto a la construcción fortaleciendo la economía de sus habitantes que se verá involucrados en el desarrollo de actividades productivas de este tipo de negocio.

6.03 Impacto Productivo.

En cuanto al impacto productivo tiene un gran significado ya que este servicio requiere de otros sectores de la producción para su ejecución, aportando así de forma directa a la producción nacional y fomentada el desarrollo de la industria nacional.

6.04 Impacto Social.

Para evitar inconvenientes la microempresa considera preciso trabajar con proveedores registrados y legalmente constituidos que estén realizando sus actividades económicas apegados a las normas y políticas de nuestro país.

De acuerdo a esto apoyar a la industria ecuatoriana con nuevas empresas que aporten a la economía del país, que se orientan a generar ingresos para el mismo a través de los impuestos, además de esta manera evitando reducir los índices de desempleo, ofreciendo una mejora en la economía de las familias ecuatorianas y fortaleciendo la calidad de vida.

CAPÍTULO VII

7.01 Conclusiones

- Se concluyó que el presente estudio de factibilidad incentivara a la producción nacional, logrando conseguir un impacto social beneficioso para la cadena de producción y comercialización de nuestro país.
- Mediante la presente investigación se pudo determinar gustos y preferencia del consumidor que influyen al momento adquirir los modulares en melamina.
- El estudio de mercado reflejo la demanda y la oferta del producto a fabricar a fin de conocer la participación que el presente proyecto tendrá en el mercado actual, el cual fue favorable ya que se observó a través del análisis de las encuestas que si existe demanda insatisfecha.
- En el estudio financiero determinó la TIR del 29, 80%, lo cual es positivo para el desarrollo de la microempresa ya que la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento significando un indicador favorable para el desarrollo de la misma.
- Determinando todos los principales aspecto de la presente investigación se pudo notar que el proyecto es favorable así lo demostró el estudio de

mercado, estudio técnico y el estudio financiero permitiendo promover el producto en el mercado.

7.02 Recomendaciones

- Tener presente la misión, la visión, los objetivos, metas con la finalidad de unificar esfuerzos encaminados a lograr el objetivo general de la microempresa.
- Mantener una actualización en cuanto a las tendencias que existen en mercado en relación a diseño y estilo de los modulares en melamina con el fin de ser pioneros en el mercado local.
- Cumplir a cabalidad con todos los procesos legales que requiere el proyecto para mantener una adecuada función sin inconvenientes futuros.
- Fomentar la ejecución del presente proyecto ya que el desarrollo del mismo permitirá ofrecer fuentes de trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Horngren Charles & Foster George. (2007). *Contabilidad de Costos*. México: Ediciones Pearson Educación.
- Arístides. (01 de 03 de 2010). *www.eumed.net*. Recuperado el 30 de 06 de 2015, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/250/14.htm>
- Arnoletto, E., & Díaz, A. (2009). *Un Aporte a la gestión Pública*. Córdoba, Argentina : Electrónica gratuita.
- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.
- Baca, G. U. (2001). *Evaluación de proyectos*. México: México.
- Billene, R. (2006). *Análisis de costos II*. Buenos Aires, Argentina: Jurídicas Cuyo.
- Camino, J. R. (2007). *Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones*. Madrid, España: ESIC Editorial, 2007.
- Canovas, R. (2004). *Matemáticas financiera*. Mexico, Mexico: Trillas.
- Canovas, R. (2004). *Matemáticas financieras*. México: trillas.
- Charles T. Horngren, G. F. (2007). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial*. Monterrey: Pearson Educación.
- conceptos. (24 de 07 de 2015). *concepto.de*. Recuperado el 12 de 02 de 2013, de <http://concepto.de/oferta/>
- David, F. R. (1 de 09 de 2014). *www.crecenegocios.com*. Recuperado el 10 de 07 de 2015, de <http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/>
- debitoor. (02 de 05 de 2012). *debitoor*. Recuperado el 26 de 07 de 2016, de <https://debitoor.es/glosario/definicion-proveedor>
- Domínguez, P. R. (2006). *INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN EMPRESARIAL. FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y APLICACIONES PRÁCTICAS*. Barcelona: Euro Longviem.
- efxto. (09 de 04 de 2014). *www.efxto.com/diccionario*. Recuperado el 30 de 06 de 2015, de <https://www.efxto.com/diccionario/b/3363-balanza-comercial>
- Enciclopedia. (09 de 05 de 2013). *enciclopediafinanciera*. Recuperado el 11 de 10 de 2016, de <http://www.enciclopediafinanciera.com/definicion-costo-de-ventas.html>

- Finanzas, d. (05 de 02 de 2012). *www.eco-finanzas.com*. Recuperado el 14 de 09 de 2016, de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/A/ACTIVO_DIFERIDO.htm
- Galindo, C. (2008). *Manual para la Creación de Empresas*. Bogotá: Kimpres. Ltda.
- Galindo, C. (2008). *Manual para la Creación de Empresas*. Bogotá, Colombia: Kimpres Ltda.
- Giménez, T. V. (2007). *Los derechos y responsabilidad de todos* (1° Edición ed., Vol. I). México, México: EDITUM, 2007.
- Gitman, L. (2003). *Principios de administración financiera*. México: Pearson Educación, 2003.
- Grande, L. S. (2004). *Gestión por competencias: el reto compartido del crecimiento personal y de la organización*. ESIC Editorial, 2004.
- Gutiérrez, T. A. (2005). *Estructura Presupuestal de un Proyecto Económico*. Bogotá, Colombia: Universidad Santo Tomas, 2005.
- Horngren Charles & Foster George. (2007). *Contabilidad de Costos*. México: Ediciones Pearson Educación.
- Invertir. (31 de 07 de 2012). *Invertir.c.c*. Recuperado el 14 de 09 de 2016, de <http://www.invertir.cc/concepto-de-inversion-fija-y-diferida/>
- Jiménez, F. (2007). *Ingeniería Económica*. Bogotá: Ediciones Editorial Tecnológica de CR.
- José, P. O. (2009). *Manual de contabilidad de costes* (4ª. edición ed.). Madrid, España: Editorial Delta Publicaciones.
- Josep., G. P. (2004). *Dirección financiera*. Barcelona: Ediciones Univ. Politèc. De Catalunya.
- Lawrence, G. (2003). *Principios de administración financiera*. México: Pearson Educación, 2003.
- LCE, U. (08 de 05 de 2011). *Iceunikino.blogspot.com*. Recuperado el 26 de 07 de 2016, de <http://lceunikino.blogspot.com/2011/02/que-es-un-analisis-foda.html>
- Lorette, K. (24 de 08 de 2014). *www.pyme.lavoz.com*. Recuperado el 26 de 06 de 2015, de <http://pyme.lavoztx.com/un-analisis-situacional-de-un-plan-estrategico-de-marketing-4354.html>
- M.H.Spencer. (1993). Economía contemporánea. En M.H.Spencer, *Economía contemporánea* (pág. 35). San Joan Despí (Barcelona): REBERTE.
- Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica*. (5ta edición ed.). Bogotá, Colombia: MM editores.

- Nunes, P. (30 de 12 de 2015). *knoow.net*. Recuperado el 08 de 08 de 2016, de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>
- Oceano, G. (2010). *Contabilidad de Gestión, Presupuestaria y de Costos* (Vol. I). Barcelona, España: McGraw-Hill Oceano.
- Omar, D. (2006). *Asistencia microempresarial a través del servicio social universitario*. México: Ediciones Anuies.
- Ortíz, O. (2001). *El dinero: La teoría, la política y las instituciones*. Mexico: Facultad de Economía.
- Rodríguez, H. M. (2005). *Metodología de la Investigación*. México, México: Univ. J. Autónoma de Tabasco, 2005.
- Romero, H. P. (2006). *Fundamentos técnicos de la matemática financiera*. Lima, Perú: Fondo Editorial PUCP, 2006.
- Salgado, J. A. (2016). *El marketing mix: Aumente sus ventas con los elementos clave del marketing* (1ª Edición ed., Vol. I). Bogotá, Colombia: 50Minutos.es, 2016.
- Simón, A. (2005). *Diccionario de Economía* (Tercera edición ed.). Mexico: Andrade.
- Simón, A. (2005). *Diccionario de Economía* (Tercera edición ed.). Mexico: Andrade.
- Solis, J. (04 de 04 de 2014). Recuperado el 11 de 08 de 2016, de <http://es.slideshare.net/JoselynSolis/material-costos-indirectos-de-fabricacin-cif>
- Torres, V. C. (2010). *Calidad Total en la Atención Al Cliente* (Vol. I). Barcelona, España: Editorial S.L., 2010.
- Urbina, G. B. (2001). *Evaluación de Proyectos* (Tercera edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- Uribe, J. I. (2006). *Ensayos de economía aplicada al mercado laboral* (ilustrada ed.). Colombia, Medellín: Universidad del Valle, 2006.
- Vanu. (12 de 12 de 2010). *vanu-tenesderechoasaber-esi.blogspot.com*. Recuperado el 02 de 07 de 2015, de <http://vanu-tenesderechoasaber-esi.blogspot.com/2010/12/los-valores-concepto-clasificacion-e.html>
- Villevas, C. F. (2001). *Contabilidad de costos* (II ed.). Bogotá, Colombia: Pearson Educación.
- Werner, K. (2004). *Inversiones*. Bogotá: Ediciones Editorial .

ANEXOS

Procesos de la fabricación de los modulares en melamina:

Anexos 1



Anexos 2



APORTAR AL CRECIMIENTO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO - EMPRESA QUE SE DEDICARÁ A LA FABRICACIÓN E INSTALACIÓN DE MODULARES EN MELAMINA, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016.

Anexos 3



Anexos 4



APORTAR AL CRECIMIENTO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO - EMPRESA QUE SE DEDICARÁ A LA FABRICACIÓN E INSTALACIÓN DE MODULARES EN MELAMINA, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016.

Anexos 5



Anexos 6



APORTAR AL CRECIMIENTO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO - EMPRESA QUE SE DEDICARÁ A LA FABRICACIÓN E INSTALACIÓN DE MODULARES EN MELAMINA, UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016.