



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES,  
INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA EL NORTE DEL DISTRITO  
METROPOLITANO DE QUITO, 2015.

Proyecto previo a la obtención del título de Tecnólogo

En Administración Bancaria y Financiera

Autor: Mecías Almeida María Angélica

TUTOR: Ing. Jacqueline Torres Bueno

Quito, Abril del 2015

## Acta de Grado

### **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

---

MARIA ANGELICA MECIAS ALMEIDA  
C.C 1307186823

## Contrato de Cesión Sobre Derechos Propiedad Intelectual

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

**PRIMERA: ANTECEDENTE.-** a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de administración que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera el estudiante participa en el proyecto de grado denominado

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA EL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015

b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla el presente Proyecto, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.

gratuita todos los derechos patrimoniales de los servicios de eventos sociales descritos en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial. El Cesionario podrá explotar el proyecto de eventos sociales por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del proyecto de eventos sociales por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del proyecto de eventos sociales; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento.

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

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

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

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la

Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 20 días del mes de Abril del dos mil quince.

f) \_\_\_\_\_

María Angélica Mecías

C.C. N°1307186823

**CEDENTE**

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

**CESIONARIO**

## **Agradecimiento**

Le agradezco a Dios por darme la vida, por Bendecirme en todo este ciclo de estudio y por ser el dador de todos mis logros.

A mi esposo, por ayudarme en esta etapa tan importante de mi vida y por brindarme la confianza y seguridad en todo momento.

A mi madre, por impulsarme siempre la dedicación en los estudios.

A mis hermanas, por ser incondicionales conmigo.

A mis hijos por apoyarme siempre.

A mi tutora, porque gracias a su entera disposición estuvo presta a ayudarme.

A mis compañeros y profesores, mi sentimiento de gratitud.

## **Dedicatoria**

El presente proyecto, se lo dedico a Dios  
por ser mi guía y mi luz día a día.

A mi esposo por apoyarme constantemente, a  
mi hermosa familia por motivarme a terminar  
esta faceta tan importante en mi vida.

A esta prestigiosa institución por haberme  
acogido como alumna.

## Índice General

Portada.....	i
Acta de Grado.....	ii
Declaratoria .....	iii
Contrato de Cesión Sobre Derechos Propiedad Intelectual .....	iv
Agradecimiento .....	vii
Dedicatoria .....	viii
Índice General .....	ix
Índice de Tablas .....	xiv
Índice de Figuras .....	xvi
Resumen Ejecutivo.....	xviii
Abstract .....	xix
Introducción .....	xx
Capítulo I.....	1
1.01. Justificación .....	1
1.02. Antecedentes .....	1
Capítulo II .....	4
Análisis Situacional.....	4
2.01. Factor Externo.....	4
2.01.01. Factor Económico .....	4
2.01.01.01. Producto Interno Bruto .....	5
2.01.01.02. Inflación.....	7
2.01.02. Factor Social.....	17
2.01.02.01. Población.....	18
2.01.02.02. Desempleo .....	19
2.01.03. Factor Legal .....	21
2.01.03.01. Servicios de rentas internas.....	21
2.01.04. Factor aspecto tecnológico.....	23
2.01.05. Factor político.....	24
2.02. Entorno local.....	25
2.02.01. Clientes. 25	



2.02.02. Proveedores.....	26
2.02.03. Competidores .....	27
2.03. Analisis Interno.....	28
2.03.01. Propuesta Estrategica.....	28
2.03.01.01. Nombre o razon social.....	29
2.03.01.02. Slogan.....	29
2.03.01.03. Mision.....	29
2.03.01.04. Vision.....	30
2.03.01.05. Objetivos .....	30
2.03.01.06. Principios y/o valores.....	32
2.03.02. Gestión Administrativa .....	32
2.03.02.01. Organigrama funcional.....	33
2.03.03. Gestión operativa .....	34
2.03.04. Gestión operacional.....	35
2.03.04.01. Marketing mix .....	36
2.03.04.02. Promoción .....	36
2.03.04.03. Producto.....	37
2.03.04.04. Precio.....	40
2.03.04.05. Plaza .....	40
2.04. Análisis FODA .....	40
2.04.01. Análisis FODA.....	43
Capitulo III.....	44
Estudio de Mercado.....	44
3.01. Análisis del consumidor.....	44
3.01.01. Determinación de la población y muestra.....	44
3.01.01.01. Población .....	44
3.01.01.02. Muestra.....	45
3.01.02. Técnicas de obtención de información.....	45
3.01.02.01. Encuesta.....	46
3.01.02.01.01. Encuesta Propuesta .....	47
3.01.03. Análisis de la información .....	50
3.01.03.01. Tabulación .....	50



3.02. Oferta .....	60
3.02.01. Oferta Actual .....	60
3.02.02. Oferta Proyectada .....	60
3.03. Demanda .....	61
3.03.01. Demanda actual .....	61
3.03.02. Demanda proyectada .....	61
3.04. Balance de la oferta y demanda .....	62
3.04.01. Balance actual .....	62
3.04.02. Balance proyectado .....	63
Capítulo IV .....	64
4.01. Estudio técnico .....	64
4.01.01. Capacidad instalada .....	64
4.01.02. Tamaño del proyecto .....	65
4.02. Localización .....	65
4.02.01. Macro localización .....	65
4.02.02. Micro localización .....	66
4.02.03. Localización óptima .....	67
4.03. Ingeniería del producto .....	68
4.03.01. Definición Bienes y Servicios .....	68
4.03.02. Distribución de la Planta .....	69
4.03.02.01. Área de producción .....	70
4.03.02.02. Servicios Higiénicos .....	71
4.03.02.03. Bodega .....	72
4.03.02.04. Área Administrativa .....	73
4.03.03. Matriz SLP .....	74
4.03.03.01. Código de Cercanía .....	74
4.03.03.02. Código de razones .....	75
4.03.03.03. Gráfico de cercanía .....	75
4.03.04. Maquinaria .....	76
4.03.04.01. Muebles y enseres .....	77
4.03.04.02. Equipos de computación .....	79
4.03.04.03. Equipos de oficina .....	80

Capítulo V .....	81
5.01. Ingresos Operacionales y No operacionales .....	81
5.01.01. Ingresos Operacionales .....	81
5.01.02. Ingresos proyectados .....	82
5.01.03. Ingresos no Operacionales .....	82
5.02. Costos.....	82
5.02.01. Costo Directo .....	83
5.02.01.01. Mano de Obra Directa .....	83
5.02.02. Costos Indirectos.....	83
5.02.03. Gastos Administrativos .....	83
5.02.04. Gastos de Ventas .....	85
5.02.05. Gastos Financieros .....	85
5.02.06. Costos Fijos y Variables .....	87
5.02.06.01. Costos Fijos .....	87
5.02.06.02. Costos Variables.....	87
5.03. Inversiones .....	89
5.03.01. Inversión Fija .....	89
5.03.01.01. Activos Fijos.....	90
5.03.01.02. Activos Nominales (diferidos) .....	91
5.03.02. Capital de Trabajo .....	92
5.03.03. Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos .....	94
5.03.04. Amortización de Financiamiento .....	95
5.03.05. Depreciaciones .....	97
5.03.06. Estado de Situación Inicial.....	98
5.03.07. Estados de resultados proyectados .....	99
5.03.08. Flujo de caja .....	100
5.04. Evaluación .....	101
5.04.01. Tasa de descuento (TMAR) .....	101
5.04.02. VAN        102	
5.04.03. TIR        103	
5.04.04. PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión).....	104
5.04.05. RCB (Relación Costo Beneficio).....	105



5.04.06. Punto de Equilibrio .....	106
5.04.07. Análisis de índices Financieros .....	109
5.04.07.01. ROE .....	109
5.04.07.02. ROA.....	110
Capítulo VI.....	111
Análisis de Impactos .....	111
6.01. Impacto ambiental.....	111
6.02. Impacto Económico .....	112
6.03. Impacto Productivo.....	113
6.04. Impacto social .....	113
Capítulo VII.....	115
Conclusiones y Recomendaciones .....	115
7.01. Conclusiones.....	115
7.02. Recomendaciones .....	116
Bibliografía.....	118
Anexos.....	122

## Índice de Tablas

Tabla 1.	<i>PIB (Producto Interno Bruto)</i> .....	6
Tabla 2.	<i>Inflación Anual</i> .....	8
Tabla 3.	<i>Tasa Activa</i> .....	12
Tabla 4.	<i>Tasa Pasiva</i> .....	15
Tabla 5.	<i>Balanza Comercial</i> .....	17
Tabla 6.	<i>Población</i> .....	18
Tabla 7.	<i>Fórmula</i> .....	19
Tabla 8.	<i>Desempleo</i> .....	20
Tabla 9.	<i>RUC (Régimen Único del Contribuyente)</i> .....	23
Tabla 10.	<i>Oportunidades</i> .....	42
Tabla 11.	<i>Amenazas</i> .....	42
Tabla 12.	<i>Técnicas de obtención de información</i> .....	46
Tabla 13.	<i>Pregunta N° 1</i> .....	50
Tabla 14.	<i>Pregunta N° 2</i> .....	51
Tabla 15.	<i>Pregunta N° 3</i> .....	52
Tabla 16.	<i>Pregunta N°4</i> .....	53
Tabla 17.	<i>Pregunta N°5</i> .....	54
Tabla 18.	<i>Pregunta N°6</i> .....	55
Tabla 19.	<i>Pregunta N°7</i> .....	56
Tabla 20.	<i>Pregunta N°8</i> .....	57
Tabla 21.	<i>Pregunta N°9</i> .....	58
Tabla 22.	<i>Pregunta N°10</i> .....	59
Tabla 23.	<i>Oferta Actual</i> .....	60
Tabla 24.	<i>Oferta Proyectada</i> .....	60
Tabla 25.	<i>Demanda Actual</i> .....	61
Tabla 26.	<i>Demanda proyectada</i> .....	62
Tabla 27.	<i>Balance actual</i> .....	63
Tabla 28.	<i>Balance proyectado</i> .....	63
Tabla 29.	<i>Macro Localización</i> .....	65
Tabla 30.	<i>Localización Óptima</i> .....	67
Tabla 31.	<i>Código de Cercanía</i> .....	74
Tabla 32.	<i>Código de razones</i> .....	75
Tabla 33.	<i>Maquinaria</i> .....	76
Tabla 34.	<i>Muebles y Enceres</i> .....	77
Tabla 35.	<i>Equipo de Computo</i> .....	79
Tabla 36.	<i>Equipos de oficina</i> .....	80
Tabla 37.	<i>Gastos administrativos</i> .....	84
Tabla 38.	<i>Gastos financieros</i> .....	86
Tabla 39.	<i>Costo del Servicio N° 1</i> .....	88
Tabla 40.	<i>Costo del Servicio N° 2</i> .....	88
Tabla 41.	<i>Costo del Servicio N° 3</i> .....	89

Tabla 42. <i>Inversión fija</i> .....	90
Tabla 43. <i>Activos Fijos</i> .....	91
Tabla 44. <i>Activos Nominales</i> .....	92
Tabla 45. <i>Capital de Trabajo</i> .....	93
Tabla 46. <i>Uso de Fondos</i> .....	94
Tabla 47. <i>Amortización de Financiamiento</i> .....	95
Tabla 48. <i>Amortización</i> .....	96
Tabla 49. <i>Depreciaciones</i> .....	97
Tabla 50. <i>Estado de Situación Inicial</i> .....	98
Tabla 51. <i>Estado de resultados</i> .....	99
Tabla 52. <i>Flujo de caja</i> .....	100
Tabla 53. <i>TMAR</i> .....	101
Tabla 54. <i>VAN</i> .....	103
Tabla 55. <i>Período de recuperación</i> .....	105
Tabla 56. <i>Costo Beneficio</i> .....	105
Tabla 57. <i>Punto de equilibrio</i> .....	106
Tabla 58. <i>Periodo de Recuperación</i> .....	108

## Índice de Figuras

Figura 1. Evolución del PIB por Trimestres.....	5
Figura 2. Inflación mensual de Quito y las ciudades más grandes del país. ....	10
Figura 3. Clientes para los diferentes eventos.....	26
Figura 4. Proveedores.....	27
Figura 5. Competidores.....	28
Figura 6. Nombre o Razón Social.....	29
Figura 7. Decoración.....	31
Figura 8. Principios y Valores.....	32
Figura 9. Organigrama Funcional.....	33
Figura 10. Manualidades.....	34
Figura 11. Gestion operativa.....	35
Figura 12. Promoción 1.....	36
Figura 13. Promoción 2.....	37
Figura 14. BABY SHOWER.....	38
Figura 15. Fiesta infantil.....	39
Figura 16. Fiestas de cumpleaños.....	39
Figura 17. FODA.....	41
Figura 18. FODA.....	43
Figura 19. Pregunta N° 1.....	50
Figura 20. Pregunta N° 2.....	51
Figura 21. Pregunta N° 3.....	52
Figura 22. Pregunta N° 4.....	53
Figura 23. Pregunta N° 5.....	54
Figura 24. Pregunta N° 6.....	55
Figura 25. Pregunta N° 7.....	56
Figura 26. Pregunta N° 8.....	57
Figura 27. Pregunta N° 9.....	58
Figura 28. Pregunta N° 10.....	59
Figura 29. Mapa de Ubicación.....	66
Figura 30. Micro Localización.....	66
Figura 31. Localización Óptima.....	68
Figura 32. Distribución de la Planta.....	69
Figura 33. Taller de manualidades.....	70
Figura 34. Taller de manualidades sección central.....	70
Figura 35. Servicios Higiénicos.....	71
Figura 36. Servicios Higiénicos Interior.....	71
Figura 37. Bodegas.....	72
Figura 38. Bodega Vista Central.....	72
Figura 39. Recepción.....	73
Figura 40. Oficina.....	73
Figura 41. Cercanía.....	75

Figura 42. Guillotina .....	76
Figura 43. Escritorio.....	77
Figura 44. Silla Ejecutiva .....	78
Figura 45. Estanterías .....	78
Figura 46. Equipo de Computo .....	79
Figura 47. Punto de Equilibrio .....	107
Figura 48. Impacto ambiental.....	112
Figura 49. Impacto económico .....	113
Figura 50. Impacto social .....	114

## Resumen Ejecutivo

El presente proyecto tiene como objetivo la implementación de una MICROEMPRESA que brinde servicios para eventos sociales ya sea para adultos y/o niños, con el fin de brindar atención más eficaz ante la problemática que se origina principalmente por los padres de familia que trabajan y no tienen el tiempo suficiente para organizar el evento infantil de su hijo. Este caso también radica en los esposos que desean organizar un evento social con sus amigos para celebrar un cumpleaños y por trabajar no tienen el tiempo que requieren para organizar un evento.

Con este proyecto deseamos cubrir las necesidades encontradas en la sociedad, comprendiendo de esta manera las características esenciales y elementos del mismo para obtener una solución a las circunstancias presentadas.

Conjuntamente se analizará el interés de nuestros clientes, sus requerimientos y sus necesidades.

Brindaremos un servicio de calidad, con excelente atención y a un precio muy conveniente según lo requerido por cada cliente. Estamos prestos a servir con la puntualidad que nos llegara a caracterizar.

## Abstract

This project aims to implement a MICROENTERPRISE that provides services for social events either for adults and / or children, in order to provide more effective care to the problems arising mainly by parents who work and not have enough time to organize the children's event your child time. This case also lies in the couple wishing to organize a social event with friends to celebrate a birthday and work do not have the time required to organize an event.

With this project we want to meet the needs encountered in society, thus comprising the essential features and elements thereof to obtain a solution to the circumstances presented.

Along the interest of our customers, their requirements and needs are analyzed.

We will provide quality service with excellent service and a great price as required by each customer. We are ready to serve with punctuality we were to characterize.

## Introducción

Mediante la elaboración del presente proyecto de factibilidad de una microempresa ubicada en el norte del Distrito Metropolitano de Quito, que brinde servicios de eventos sociales, infantiles y baby shower, cuyo factor diferenciador es utilizar insumos decorativos de fabricación nacional, se pretende desarrollar un lugar que preste las condiciones necesarias para diferentes eventos sociales, a través de material decorativo con variedad de diseños, colores y estilos diversos para los diferentes gustos con materia prima nacional y mano de obra ecuatoriana, misma que permitirá brindar un servicio exclusivo a bajo costo y satisfaciendo las necesidades de los clientes, puesto que prestará un servicio de primera, donde su principal característica sea la organización de manera rápida y eficaz, sin dejar de lado la calidad y el buen gusto.

Este tipo de proyecto es trascendental para el desarrollo de las diversas áreas productivas del país, en base al fortalecimiento y desarrollo del sector artesanal como elemento de la economía nacional y el posicionamiento de la microempresa.

## Capítulo I

### 1.01. Justificación

En el Ecuador existen empresas de eventos ya formadas que brindan este tipo de asistencia, cuya trayectoria ha sido marcada por su buen servicio, mismo que se encuentra directamente relacionado con precios altos. Este tipo de empresas para sus procesos cuentan con material decorativo proveniente del exterior, lo que eleva los costos de operaciones y restringe la contratación de este tipo de servicios a los mercados más populares.

El presente proyecto tiene como fin ofertar asistencia de similares características, incluyendo calidad e innovación en sus servicios, a través de la utilización de material decorativo elaborado con materia prima y mano de obra ecuatoriana, buscando así fomentar la producción de estos insumos por los artesanos nacionales, bajando costos y volviendo accesible el servicio a niveles populares.

### 1.02. Antecedentes

Las actividades a las que se denomina “eventos”, tienen sus orígenes en Tyre, una antigua ciudad fenicia del Mediterráneo. Según documentos bíblicos el origen de los

“eventos” nace una ciudad de la antigua Grecia (Delfos), donde se comenzaron a celebrar las primeras ferias. (InEventos, 2014)

Según el artículo “Historia y clasificación” (2014), existen términos propios en la industria de los eventos al igual que la del turismo y la gastronomía que generan millones de dólares. Siendo uno de éstos el vocablo feria, mismo que proviene del latín *feriae*, que significa vacaciones, el cual se caracterizaba por la celebración de venta de bienes y servicios.

Otro término referencial es exposición, también del latín *expositio*, que significa exponer, el cual fue usado por primera vez en el año de 1649 con el significado de mostrar. En 1773 el diccionario de la Academia Inglesa se decidió por la palabra exhibición, puesto que se trataba de exhibir productos y servicios, pero lo distinguió del término feria, ya que en ésta no sólo se exhiben productos y servicios, sino que también se venden y es lo que permite en la actualidad diferenciar una feria de una exposición. (InEventos, 2014).

En el artículo “Historia y clasificación” (2014), el primer evento, se dio a raíz de la Revolución Industrial cuando éste hecho, ciertamente significativo, transformó por completo el mapa político europeo ya que Inglaterra necesitó entonces mostrar al mundo su potencial comercial y conquistar nuevos mercados, debido a la necesidad o ley natural de unir “la oferta” con “la demanda”: de este modo, nace la idea de organizar una feria bajo el liderazgo del Príncipe Alberto. Dicho evento fue denominado Gran exhibición de trabajos industriales de todas las Naciones, conocida como la “*Expo del Cristal Palace*”, así fue cómo surgió la primera Expo Universal

en 1851, celebrada en un pabellón formado con 900.000 piezas de cristal en el que expusieron 19.937 empresas de las cuales 7.000 provenían de USA. Uno de los aportes de esta gran exhibición fue la versatilidad de la estructura y la utilización de elementos prefabricados que originaron una rapidez en el montaje, lo que genera, a su vez, la posible recuperación posterior.

Dos años después, los mismos expositores americanos entusiasmados por los resultados de la muestra de Londres, organizaron una segunda edición de la "*Expo Universal*" en 1853 en la ciudad de Nueva York. Pero recién en el 1939 fue Waters quién dio su definición estableciendo que, "las ferias y exposiciones son las formas más perfectas de transacción comercial que jamás hayan existido". Posteriormente apareció la tercera "*Expo Universal*" en París en 1889, con un costo aproximado de U\$S 5.000.000, en la cual participaron casi 21.000 expositores.

En definitiva en este contexto, hablar de eventos es hacer referencia a las publicaciones de la Real Academia Española, donde se vio la necesidad de reconocer el fenómeno económico que estaba generando en los años 70, por lo que se estableció un nuevo significado, definiéndolo como: "*Evento es un acontecimiento previamente organizado*". (InEventos, 2014).

Desde esta percepción cabe mencionar que evento se encuentra segmentada en cuatro categorías: sociales, comerciales, culturales y deportivos.

## Capítulo II

### Análisis Situacional

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 que influirán en su futuro. (Lorette, 2013)

#### 2.01. Factor Externo

Define los elementos que pueden afectar al desarrollo eficiente de las diversas actividades tales como: Políticas, económicas, socio- culturales y tecnológicas, de la empresa. Por ello, me permito mencionar cada uno de los puntos forman parte de este ambiente:

##### 2.01.01. Factor Económico

El entorno económico más amplio de una empresa es un factor que puede afectar al entorno de negocios de la misma. Durante una recesión, los consumidores gastan menos en elementos opcionales, tales como automóviles y electrodomésticos. Por otro lado, si el entorno económico es próspero, los consumidores son más propensos a gastar dinero (eHowespañol, 2013)

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.

### 2.01.01.01. Producto Interno Bruto

Es utilizado en macroeconomía para mencionar al valor monetario que totaliza la producción de los bienes y los servicios de un país en un cierto tiempo. El PIB a frecuencia es considerado como el indicador básico para reflejar la riqueza de un país.

Todas las variables del PIB son calculadas en una unidad monetaria (dólar, euro u otra moneda). Teniendo en cuenta esta tesis, puede diferenciarse entre el PIB real, que considera el valor de acuerdo a precios constantes, calculando la inflación; y el PIB nominal que es calculado con los precios vigentes del año en cuestión. En sí, esto nos demuestra que un país puede evidenciar un gran crecimiento del PIB nominal si tiene inflación, sin que esto implique un incremento de la riqueza. (Definición.2014)



**Figura 1.** Evolución del PIB por Trimestres

**Fuente:** Banco Central Ecuador

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Tabla 1.**

*PIB (Producto Interno Bruto)*

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	17.40 %
Noviembre-30-2014	16.70 %
Octubre-31-2014	16.60 %
Septiembre-30-2014	16.50 %
Agosto-31-2014	15.20 %
Julio-31-2014	15.10 %
Junio-30-2014	15.00 %
Mayo-31-2014	13.20 %
Abril-30-2014	12.80 %
Marzo-31-2014	12.80 %
Febrero-28-2014	12.90 %
Enero-31-2014	12.80 %
Diciembre-31-2013	13.70 %

**Fuente:** Banco Central Ecuador

**Elaborado:** María Angélica Mecías

## ANALISIS

Sin duda, el Producto Interno Bruto indica la competitividad de las empresas y esto sería una amenaza en una microempresa que brinde servicios de evento sociales, debido que si la producción de las microempresas del país no crece a un ritmo mayor, significa que no se está invirtiendo en la creación de nuevas empresas, y por lo tanto, la generación de empleos tampoco crece al ritmo deseado.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.

Pero por otro lado, es una fortaleza siempre y cuando el gobierno desee obtener mayores ingresos, ya que puede fortalecer la inversión directa en este tipo de empresas; y las condiciones para que las empresas que ya existen sigan creciendo.

### ***2.01.01.02. Inflación.***

Es el alza en los precios de los bienes que se pactan en una economía debido a la abundancia de moneda circulante en relación con su cobertura; es decir, la cantidad de dólares en circulación provoca que se aumente el gasto en relación a la oferta de bienes y servicios existentes en el mercado. (Debitoor, 2015)

Mensualmente la inflación es calculada sobre los precios de una canasta básica de bienes y servicios de consumo para familias de ingresos medios y bajos.

Con esta base se calcula el índice de precios al Consumidor (IPC); es así que la inflación corresponde a la variación habitual de ese índice.

### **Inflación Quito**

La inflación en el Distrito Metropolitano de Quito sigue la misma tendencia que la inflación nacional. Al contrario, de Cuenca y Guayaquil donde la inflación tiene una tendencia opuesta.

“En 2009 y en 2013 la inflación de Quito fue superior a la inflación en todo el país. Sin embargo, la diferencia fue mínima: 0,4% y 0,3% respectivamente. En el 2010, la inflación a nivel nacional se mantuvo en un 3,3%, mientras que Quito tuvo

la tasa más alta de las tres ciudades más grandes del país con un 2,6%". (Instituto de la ciudad, 2014).

Durante el 2009 –2013, se puede observar un pico en 2011. Donde Quito en ese período, la inflación alcanzó su máximo en 5,3% y en el 2013 este valor descendió a 3%. Pero cabe mencionar que Quito es la ciudad con la inflación mensual más alta en Agosto 2014 con el 0,58%, seguida de Guayaquil con el 0,51%.

**Tabla 2.**

*Inflación Anual*

FECHA	VALOR
Febrero-28-2015	0.61 %
Enero-31-2015	0.59 %
Diciembre-31-2014	0.11 %
Noviembre-30-2014	0.18 %
Octubre-31-2014	0.20 %
Septiembre-30-2014	0.61 %
Agosto-31-2014	0.21 %
Julio-31-2014	0.40 %
Junio-30-2014	0.10 %
Mayo-31-2014	-0.04 %
Abril-30-2014	0.30 %
Marzo-31-2014	0.70 %
Febrero-28-2014	0.11 %

Elaborado por: María Angélica Mecías  
Fuente: Banco Central del Ecuador

## **Inflación Acumulada**

Hasta marzo de 2014 la inflación acumulada del DMQ alcanzó 1,4%, una tasa menor en 0,1% a la inflación nacional. La inflación en Quito se mantiene en el segundo puesto de las 3 ciudades más grandes, por sobre Cuenca y bajo Guayaquil, que presenta los niveles más altos.

En efecto, en el primer trimestre de 2014, los niveles de inflación acumulada fueron superiores en relación al primer trimestre del 2013. Es fundamental considerar los productos cuyos precios son más inestables al momento de evaluar los cambios inflacionarios.

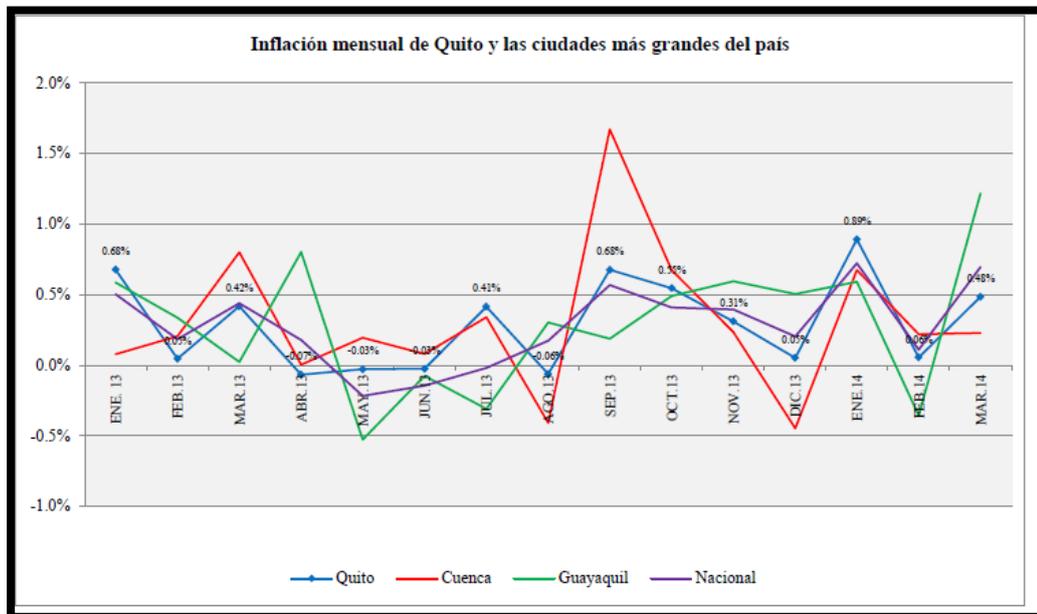
A nivel nacional, “restaurantes y hoteles” consecuentemente “alimentos y bebidas no alcohólicas” y “bienes y servicios diversos” obtuvieron una diferenciación de precios mayor. Sin embargo, en Quito, los bienes que tuvieron mayor incremento fueron “salud” y “recreación y cultura”.

## **Inflación mensual**

“En el período enero 2013 –marzo 2014, se observaron niveles bajos de inflación mensual en Quito, que varían entre el 0% y 1%. En septiembre del 2013, la inflación en la ciudad llegó a un pico de 0,68% que fue decreciendo hasta llegar a 0,05% en diciembre, sin embargo para enero del 2014 llegó a su punto más alto con un 0,89%, superando al valor de la inflación del mismo mes en el año pasado”. (Instituto de la ciudad, 2014)

La variabilidad de la inflación en Quito en comparación al resto de ciudades, tuvo una directriz más constante, ya que, como se muestra en el gráfico, sus valores oscilan en torno a un valor medio, mientras que en el resto de ciudades existen cambios más abruptos entre picos y valles.

Es importante recalcar que la región costa tiene un ciclo económico diferente a la Sierra por ello, el comportamiento de la inflación de Guayaquil es completamente contrario a Quito y Cuenca.



**Figura 2.** Inflación mensual de Quito y las ciudades más grandes del país.

**Fuente:** INEC, 2014

**Elaborado por:** María Angélica Mecías

## ANÁLISIS

La inflación es un indicador, que representa una amenaza para mi implementación de una microempresa que brinde servicios de evento sociales porque si los precios de mis servicios suben, la población del sector Norte de Quito dejará de requerir mis servicios. Este análisis forma parte del PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.

servicios ya que la clase económica es media, pero a la vez representa una oportunidad ya que si el precio baja abra mayor demanda del servicio lo que me beneficiará a la Microempresa.

### **Tasa de interés.**

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

Como en cualquier producto, se cumple la ley de la oferta y la demanda: mientras sea más fácil conseguir dinero (mayor oferta, mayor liquidez), la tasa de interés será más baja. Por el contrario, si no hay suficiente dinero para prestar, la tasa será más alta. Los bancos centrales de cada país utilizan las tasas de interés principalmente para frenar la inflación, aumentando la tasa para frenar el consumo, o disminuyéndola ante una posible recesión”. (Economía, 2015)

### **Tasa Activa.**

Es aquella donde la empresa se provee de fondos ajenos. Este tipo de tasa es la que a menudo nos cobra el Banco cuando pedimos un préstamo. Normalmente la tasa activa es más alta que la tasa pasiva y además se expresa en Porcentajes. Por ejemplo 12% de tasa activa. Sin duda, el margen de intermediación es la diferencia entre la tasa activa y la pasiva.

**Tabla 3.**

*Tasa Activa*

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

**Fuente:** Banco Central Ecuador

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Banco Nacional de Fomento.**



Crédito dirigido a PYMES, y Empresas.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.

## DATOS PARA EL PRESTAMO CON EL BANCO

- **Monto**

Mínimo \$500 Máximo: \$300.000

- **Tasa de interés**

10% reajutable,

Producción Ciclo corto: 11,20% reajutable

- **Garantía**

Quirografaria, Prendaria o Hipotecaria.

- **Destino**

Capital de trabajo, Activos fijos: Lotes de terrenos en el sector urbano, locales comerciales, maquinaria nueva y usada.

## Beneficios

Plazo en función del destino de la inversión hasta 15 años.

Forma de pago: mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual.

Periodo de gracia: en función del destino de la inversión.

## Requisitos

1. Copia legible en blanco y negro o a color de Cédula de Identidad de cliente y garante.
2. Copia legible en blanco y negro o a color de la papeleta de votación vigente del cliente y garante.

3. Para el caso de personas con capacidades especiales y mayores de 65 años la presentación del certificado de votación es opcional.
4. Original o copia de la planilla de servicio básico (con una validez de hasta 60 días), tanto para el cliente como para el garante.
5. Copia de RUC o RISE del solicitante para montos mayores a \$3.000
6. Plan de Inversión (formato entregado por el BNF para préstamos desde \$20.000 hasta \$100.000).
7. Proyecto de factibilidad de la actividad productiva desarrollar para préstamos superiores a \$100.000

### **Tasa Pasiva.**

Es el premio que recibe por sus depósitos en una institución financiera. Es el interés pagado por un monto adeudado mediante un crédito y además es cuando pagas intereses por concepto de ahorros.

**Tabla 4.**

*Tasa Pasiva*

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

**Fuente:** Banco Central

**Elaborado:** María Angélica Mecías

En base a las tasas de interés de ambas entidades financieras una pública y una privada como es el Banco Nacional de Fomento y el Banco de Pichincha, considero pertinente realizar un microcrédito para la implementación de la microempresa que brinde servicios de evento sociales en el Banco Nacional de Fomento ya que cuenta con una tasa de interés del 15%, es decir una tasa baja frente al Banco de Pichincha que posee una tasa de interés de

En efecto, las tasas de interés bajas ayudan al crecimiento de la economía, ya que facilitan el consumo y por tanto la demanda de productos.

## Balanza Comercial

Esta balanza forma parte de la balanza de pagos de un país y esta balanza estrictamente incluye las importaciones y exportaciones de mercancías. Por ende, mide el saldo neto de las exportaciones de un país al resto del mundo menos sus importaciones del resto del mundo. (GestioPolis, 2010)

“Las importaciones se refieren a los gastos que las personas, las empresas o el gobierno de un país hacen en bienes y servicios que se producen en otros países y que se traen desde esos otros países a él. Las exportaciones son los bienes y servicios que se producen en el país y que se venden y envían a clientes de otros países”. (Diccionario de Debitoor, 2015)

El saldo de la balanza comercial resulta de la resta de las importaciones a las exportaciones realizadas dentro del país y asimismo detalla el equilibrio de este tipo de transacciones.

Está representada en gráficos estadísticos que detallan varios ítems como: Exportaciones (totales y no petroleras), importaciones (totales y no petroleras) y balanzas comerciales (totales y no petroleras) del Ecuador con cada uno de los países con los que comercia, agrupados por bloque o región.

Es decir, se calcula el saldo comercial para el período determinado (2012-2013) donde se tome en cuenta el año completo y el periodo mensual disponible para el

siguiente año (2014), con su respectiva comparación con el año 2013. (Ministerio de Comercio Exterior, 2015)

**Tabla 5.**  
*Balanza Comercial*

<b>BALANZA COMERCIAL (1)</b>										
<i>Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones</i>										
	Ene 2012		Ene 2013		Ene 2014		Ene 2015		Variación 2015 / 2014	
	Valor USD TM	Valor USD FOB	Absoluta	Relativa						
<b>Exportaciones totales</b>	<b>2,677</b>	<b>2,121.6</b>	<b>2,260</b>	<b>1,929.0</b>	<b>2,421</b>	<b>2,016.4</b>	<b>2,861</b>	<b>1,609.6</b>	<b>-407</b>	<b>-20.2%</b>
<i>Petroleras</i>	1,942.7	1,379.5	1,526.8	1,086.1	1,644.3	1,076.0	2,080.9	619.1	-457	-42.5%
<i>No petroleras</i>	734.1	742.1	733.3	842.8	776.8	940.4	780.2	990.5	50	5.3%
<b>Importaciones totales</b>	<b>1,248</b>	<b>2,025.4</b>	<b>1,279</b>	<b>2,182.9</b>	<b>1,393</b>	<b>2,229.5</b>	<b>1,390</b>	<b>2,090.3</b>	<b>-139</b>	<b>-6.2%</b>
<i>Bienes de consumo</i>	81	382.8	77	404.8	77	348.0	83	409.7	62	17.7%
<i>Tráfico Postal Internacional y Correo Rápido (2)</i>	n.d.	14.0	0.4	17.9	0.4	21.2	0.2	9.5	-12	-55.2%
<i>Materias primas</i>	674	638.1	744	738.0	581	639.0	638	665.1	26	4.1%
<i>Bienes de capital</i>	47	549.5	53	595.9	52	583.9	61	578.1	-6	-1.0%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	446	436.1	405	402.6	683	633.5	607	423.9	-210	-33.1%
<i>Diversos</i>	0.4	4.9	0.6	3.5	0.5	3.9	0.7	4.0	0.1	1.8%
<i>Ajustes (3)</i>	-	-	-	20.2	-	-	-	-	-	-
<b>Balanza Comercial - Total</b>		<b>96.1</b>		<b>-254.0</b>		<b>-213.1</b>		<b>-480.7</b>	<b>-267.6</b>	<b>-125.6%</b>
<i>Bal. Comercial - Petrolera</i>		943.4		683.5		442.4		195.2	-247.2	-55.9%
<i>Bal. Comercial - No petrolera</i>		-847.3		-937.5		-655.5		-675.9	-20.4	-3.1%

**Fuente:** Banco Central

**Elaborado:** María Angélica Mecías

### 2.01.02. Factor Social.

El presente proyecto se enfocará en conseguir posibles clientes y estará dirigido al target de clase media.

Sin duda, este factor es importante ya que, entorno a él se deben tomar varias decisiones acertadamente para la empresa, como son los objetivos u otras acciones para el bien de la misma.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.

### 2.01.02.01. Población.

En su uso más habitual, la palabra hace referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general.

**Tabla 6.**

*Población*

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	3.829	0,2%	1.619	0,1%
De 90 a 94 años	6.294	0,3%	4.639	0,2%
De 85 a 89 años	11.092	0,5%	10.760	0,4%
De 80 a 84 años	17.445	0,7%	20.187	0,8%
De 75 a 79 años	25.513	1,1%	27.990	1,1%
De 70 a 74 años	35.569	1,5%	40.040	1,6%
De 65 a 69 años	43.818	1,8%	57.014	2,2%
De 60 a 64 años	54.407	2,3%	72.702	2,8%
De 55 a 59 años	66.296	2,8%	94.397	3,7%
De 50 a 54 años	92.256	3,9%	114.630	4,4%
De 45 a 49 años	247.627	10,4%	142.926	5,5%
De 40 a 44 años	110.756	4,6%	154.206	6,0%
De 35 a 39 años	141.919	5,9%	180.504	7,0%
De 30 a 34 años	163.413	6,8%	208.179	8,1%
De 25 a 29 años	182.114	7,6%	238.668	9,3%
De 20 a 24 años	204.363	8,6%	246.050	9,6%
De 15 a 19 años	249.075	10,4%	238.705	9,3%
De 10 a 14 años	246.651	10,3%	241.334	9,4%
De 5 a 9 años	243.651	10,2%	244.844	9,5%
De 0 a 4 años	242.729	10,2%	236.893	9,2%
<b>Total</b>	<b>2.388.817</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.576.287</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** INEC

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Tabla 7.**

*Fórmula*

<b>N</b>	<b>55301</b>
<b>P</b>	<b>50%</b>
<b>Q</b>	<b>50%</b>
<b>Z</b>	<b>1.96</b>
<b>e</b>	<b>5%</b>

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{(N-1)E^2+1} \\
 &= \frac{55301}{(55301-1)(0,05)^2+1} \\
 &= \frac{55301}{560.79}
 \end{aligned}$$

$$n = 397.13$$

Al realizar la formula se determina la cantidad de 397 encuestas.

### **2.01.02.02. Desempleo**

Es la situación de quienes pudiendo y queriendo trabajar, pierden su empleo o ven reducida temporalmente su jornada ordinaria de trabajo, al menos en una tercera parte, siempre que el salario sea objeto de análoga reducción.

Todos los trabajadores por cuenta ajena, tanto los retribuidos a salario, como los retribuidos "a la parte", que tengan previsto cotizar por la contingencia de Desempleo (ministerio de empleo).

**Tabla 8.**

*Desempleo*

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	4.54 %
Septiembre-30-2014	4.65 %
Junio-30-2014	5.71 %
Marzo-31-2014	5.60 %
Diciembre-31-2013	4.86 %
Septiembre-30-2013	4.55 %
Junio-30-2013	4.89 %
Marzo-31-2013	4.64 %
Diciembre-31-2012	5.00 %
Septiembre-30-2012	4.60 %
Junio-30-2012	5.19 %
Marzo-31-2012	4.88 %
Diciembre-31-2011	5.07 %

**Fuente:** INEC

**Elaborado:** María Angélica Mecías

### 2.01.03. Factor Legal

#### 2.01.03.01. Servicios de rentas internas.

“Es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.” (Servicios de Rentas Interna, 2014)

Por lo tanto, el presente proyecto estará conformado por una persona natural:

- **Persona natural.-** son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.

Al momento de realizar cualquier actividad económica este tipo de personas tienen la obligación de inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y demostrar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Se clasifican en obligadas y en no obligadas a llevar contabilidad. Las personas obligadas son todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un

capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000.

Además deben tener un contador público para que firme, el mismo que debe estar legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Las personas que no estén con las indicaciones anteriores, tales como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores sin título de tercer nivel y los no empresarios, no están obligados a llevar contabilidad. Pero es indispensable que lleven un registro de sus ingresos y egresos.

**Tabla 9.**

*RUC (Régimen Único del Contribuyente)*

NOVENO DÍGITO DEL RUC	IVA			IMPUESTO A LA RENTA
	MENSUAL	SEMESTRAL		
		Primer Semestre	Segundo Semestre	
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero	10 de marzo
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero	12 de marzo
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero	14 de marzo
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero	16 de marzo
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero	18 de marzo
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero	20 de marzo
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero	22 de marzo
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero	24 de marzo
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero	26 de marzo
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero	28 de marzo

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas

**Elaborado:** María Angélica Mecías

El incumplimiento de las normas vigentes establecidas podrá ser sancionado de conformidad a lo establecido en el Código Tributario (Servicio de Rentas Interna, 2015)

#### **2.01.04. Factor aspecto tecnológico.**

Los factores tecnológicos están implícitos en las funciones de producción de la empresa, depende típicamente de dos factores: capital y trabajo. La productividad

del capital humano, es decir, trabajo puede ser repotenciada con factores tecnológicos al igual que la productividad del capital físico.

“Los factores tecnológicos podrían ser automatización, mecanización de procesos productivos; uso de tecnologías de la información para operaciones administrativas y productivas; uso de medios informativos (publicidad), y demás”. (Factores económicos y tecnológicos, 2014)

#### **2.01.05. Factor político.**

Cada vez son más las empresas nacionales que se suman a la transformación del patrón productivo que impulsa el MIPRO, con el objetivo de constatar el incremento en la producción y las estrategias de industrialización nacional, en el corto y mediano plazo, por sustitución selectiva y planificada de importaciones. La apertura del Ministerio de Industrias fortalece e incentiva el crecimiento de emprendimientos empresariales.

Además de garantizar la calidad de los productos que adquirimos, tal como lo señala la Constitución, se busca promover la producción local cuya industria nacional oferta excelentes productos, muchos de ellos incluso con calidad superior a los importados, esperamos que en el mediano plazo esta política nos ayude a equilibrar la balanza comercial.

Dentro del Plan Nacional del Buen Vivir tengo varios objetivos a los cuales me oriento en mi proyecto, como por ejemplo:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.

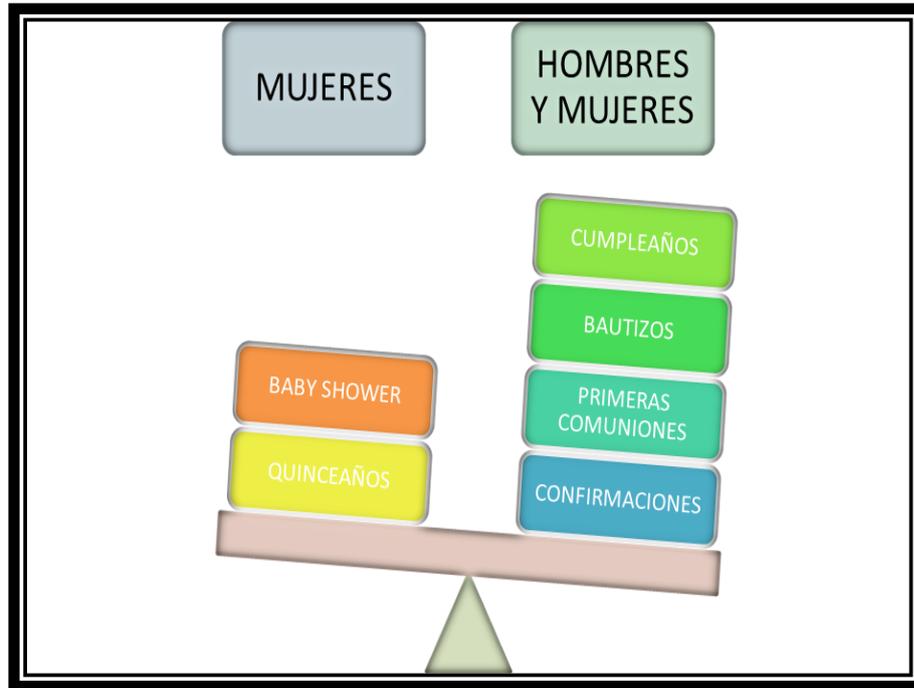
- Mejorar la calidad de vida de la población.
- Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.
- Impulsar la transformación de la Matriz Productiva.
- Consolidar el sistema económico social y solidario de forma sostenible.

## **2.02. Entorno local**

### **2.02.01. Clientes.**

El proyecto orienta su comercialización a los consumidores del Norte del Distrito Metropolitano de Quito. La segmentación alcanza a todos los niveles socio económico y cultural de dicho sector, alcanza a los consumidores de todas las edades y género; en razón de que los eventos sociales siempre han existido y son para todas las personas y está al alcance de todos. Los mayores demandantes de estos eventos son:

- a. Hogares-padres de familia
- b. Mujeres embarazadas por primera vez.



**Figura 3.** Clientes para los diferentes eventos

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado:** María Angélica Mecías

### 2.02.02. Proveedores.

Para este proyecto se considera como agentes proveedores varias compañías que vendan madera, paja toquilla, plástico, espuma flex, foami, cartulina, cartón y demás materiales que sean necesarios para la elaboración de invitaciones, centro de mesas y adornos en general.



**Figura 4.** Proveedores

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** María Angélica Mecías

### 2.02.03. Competidores

Para analizar la competencia en la realización de eventos sociales, se decidió categorizar a los diferentes competidores desde el punto de vista del volumen de su oferta al mercado, y evaluar las principales variables o características. Al Norte del Distrito Metropolitano de Quito se han diferenciado aquellos que desarrollan la actividad en forma independiente y otros de manera dependiente.

Los factores para establecer el perfil competitivo de este proyecto son: excelente calidad del servicio, Precios, Atención al cliente, Promociones , Publicidad, Tecnología, Políticas de Crédito, Imagen Corporativa, Innovación, Creatividad, Servicio a domicilio, Relación con los Proveedores, Capacidad Financiera, Investigación y Desarrollo.



**Figura 5.** Competidores

**Fuente:** Investigación de campo

### 2.03. Analisis Interno

#### 2.03.01. Propuesta Estrategica.

Identificar cualidades, calidad y capacidad de los recursos que utilizará la empresa, y por último la manera de construir habilidades únicas y específicas que diferencien de los demás competidores en el mercado.

**2.03.01.01. Nombre o razón social.**



**Figura 6.** Nombre o Razón Social

**Elaborado por:** María Angélica Mecías

**2.03.01.02. Slogan**

**NUESTROS MEJORES MOMENTOS**

**2.03.01.03. Mision.**

Contribuir a las necesidades de los clientes, propiciando un ambiente adecuado para la prestación del servicio de eventos, exaltando los valores éticos de la empresa y del personal que la compone; para de esta manera, incrementar y mejorar cada día, la competitividad y excelencia de la organización.

#### **2.03.01.04. Vision.**

Ser la microempresa más reconocidas en organización de eventos sociales, en el Distrito Metropolitano de Quito.

#### **2.03.01.05. Objetivos**

Los objetivos son los resultados específicos que pretende alcanzar una organización por medio del cumplimiento de su misión básica; establece un curso, ayudan a la evaluación, producen sinergia, revelan prioridades, permiten la coordinación y sientan las bases para planificar, organizar, motivar y controlar con eficacia. Los objetivos son desafiantes, mensurables, consistentes, razonables y claros.

#### **Objetivo general.**

Cubrir la demanda insatisfecha existente dentro del país, para obtener una gran aceptación y crecer cada día más como empresa.

#### **Objetivos específicos.**

- Brindar un excelente servicio al cliente.
- Innovar el servicio en base a la tendencia que se presente.

- Comparar siempre los diversos eventos realizados en un plazo específico a fin de reconocer algún inconveniente que se pueda presentar en algún evento, con el objeto de analizar esos aspectos para que en un corto tiempo sean reconsiderados previo a la organización de un evento similar para que de esta manera se cumpla con las necesidades del cliente.
- Asesorar a los clientes para que tomen una mejor decisión en cuanto a la organización de su evento donde se le garantice un servicio dinámico.



**Figura 7.** Decoración

**Fuente:** Investigación de campo

### 2.03.01.06. Principios y/o valores.

Esta empresa basa todas sus funciones en pilares fundamentales de ética, de principios y valores como:



**Figura 8.** Principios y Valores

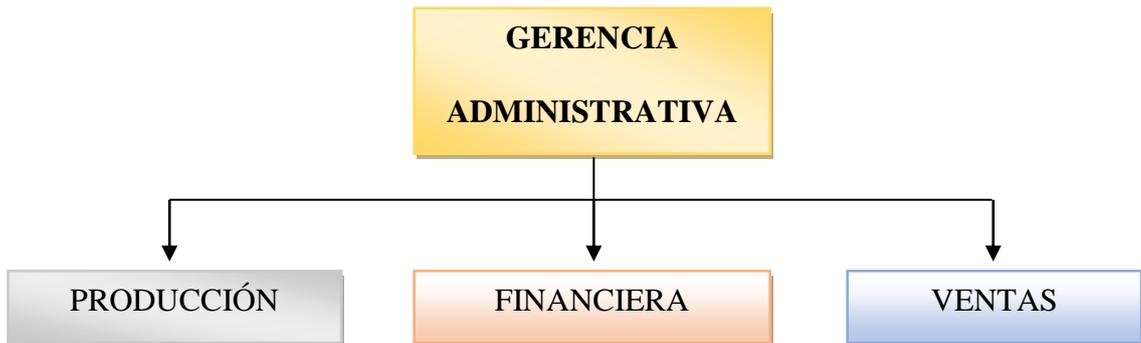
**Fuente:** Investigación de campo

### 2.03.02. Gestión Administrativa

La administración es un proceso distintivo que consiste en investigar, planear, organizar, ejecutar y controlar, periódicamente para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos.

La gestión administrativa es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.

**2.03.02.01. Organigrama funcional**



**Figura 9.** Organigrama Funcional

**Producción** Personal que elabore las manualidades para diferentes eventos





**Figura 10.** Manualidades

**Fuente:** Investigación de campo

### 2.03.03. Gestión operativa

La gestión operativa en el ámbito empresarial se refiere al día a día, esto quiere decir que son acciones realizadas para que la empresa sobreviva, es decir solucionar las cosas cuando existen algunos inconvenientes o problemas dentro de la misma que nos pueda afectar. Por ejemplo, nos dejan de pagar una cantidad importante de dinero y eso produce un gran desequilibrio económico, o cuando los empleados de un área determinada se enferma y esta área no pueden realizar sus objetivos, o cuando una maquina se daña seriamente y no podemos producir unas unidades o prestar un servicio determinado.



**Figura 11.** Gestion operativa

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** María Angélica Mecías

#### 2.03.04. Gestión operacional

Es el proceso, de planeación, organización, liderando y controlando el trabajo de los miembros de una determinada organización, utilizando los recursos disponibles de la empresa, para así alcanzar los objetivos organizacionales establecidos, de esta manera se puede señalar que para hacer una buena gestión comercial y de servicios, se necesita gestionar, direccionar y administrar.

En definitiva, esto aplicado a lo práctico, da como resultado una eficiencia empresarial, buscando así la obtención de beneficios económicos; esto de la mano de las estrategias comerciales las cuales cubren productos, objeto de estudio del marketing y los beneficios de la satisfacción mutua.

### 2.03.04.01. Marketing mix

Es un conjunto de elementos claves con las que una empresa o producto lograrán influenciar en la decisión de compra del cliente.

### 2.03.04.02. Promoción

Lo que se ofrece al cliente por contratar nuestros servicios y confiar en la organización de sus eventos:

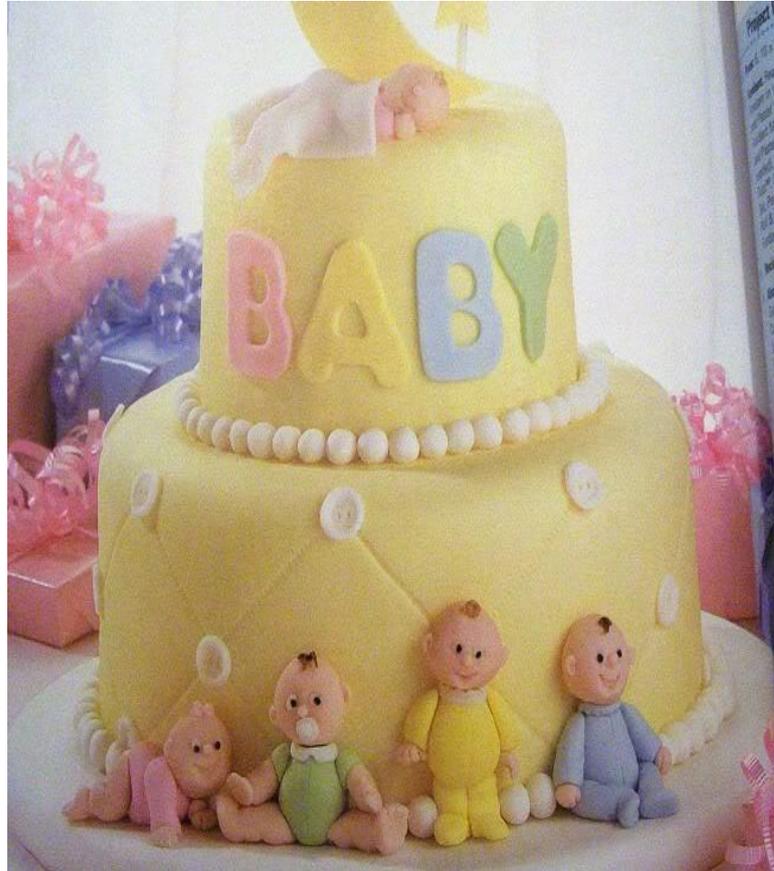
- Ofrecer a nuestros clientes por la contratación de más 100 personas en un cumpleaños le regalamos la piñata
- 



**Figura 12.** Promoción 1

**Fuente:** Investigación de campo

- También paquetes baby shower por más de 50 personas se les regala el pastel



**Figura 13.** Promoción 2

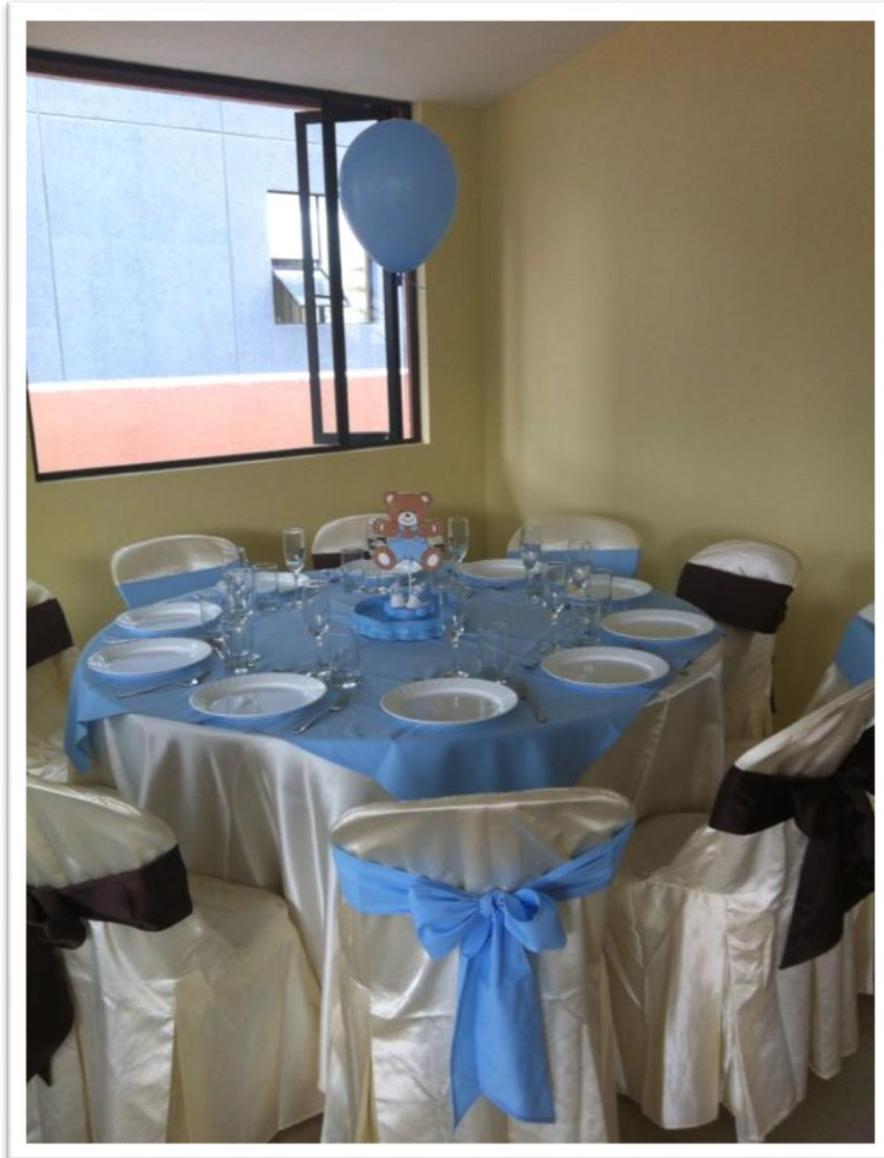
**Fuente:** Investigación de campo

### ***2.03.04.03. Producto***

Será todo lo tangible, es decir, bienes muebles u objetos, y además lo intangible como los servicios que se ofrece en el mercado para satisfacer necesidades del cliente.

El producto es un paquete de características bien establecidas como son colores, tamaño, duración del producto o servicio y además posee una serie de beneficios.

(Pixel Creativo S.A.C, 2013)



**Figura 14.** BABY SHOWER

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 15.** Fiesta infantil

**Elaborado por:** María Angélica Mecías



**Figura 16.** Fiestas de cumpleaños

**Elaborado por:** María Angélica Mecías

#### ***2.03.04.04. Precio***

Para definir el precio es indispensable estipular el costo total que el producto representa para el cliente incluido la distribución, descuentos, garantías y rebajas ya que este refleja el valor del producto para el consumidor. Puesto que definir el precio nos permitirá realizar las estrategias adecuadas, y además podremos definir a que públicos del mercado nos dirigimos.

#### ***2.03.04.05. Plaza***

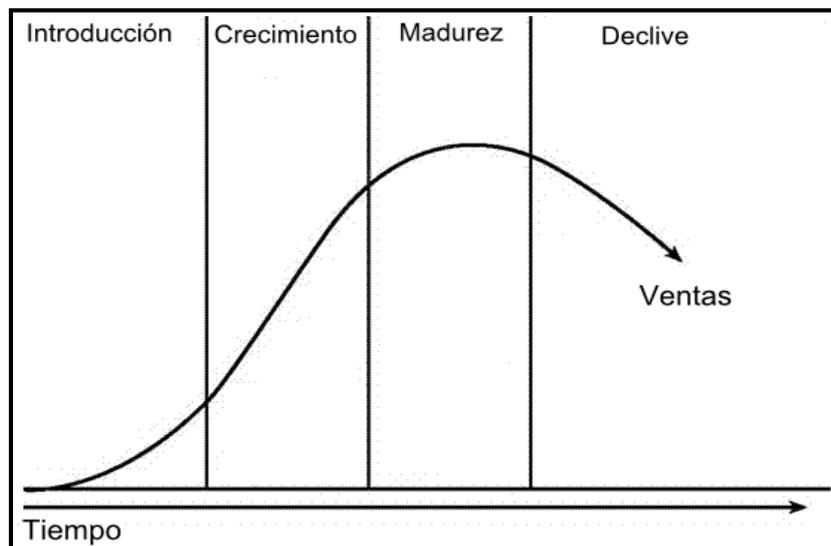
Es cómo llega el producto hasta el cliente. Tomando en cuenta punto por punto varios detalles como saber ¿Dónde se comercializará el producto o el servicio que se está ofreciendo?, ya que al definir la plaza, determinaremos que tan fácil es adquirir el producto o el servicio para el cliente.

Para la venta de un producto, es importante la distribución ya que nos hablará del momento y las circunstancias o contextos en las que llegará el producto a manos del cliente.

### **2.04. Análisis FODA**

La sigla FODA, es un acróstico de:

- **Fortalezas:** factores críticos positivos con los que se cuenta
- **Oportunidades:** aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas
- **Debilidades:** factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir
- **Amenazas:** aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos



**Figura 17.** FODA

**Fuente:** Pixel Creativo S.A.C.

**Elaborado:** María Angélica Mecías

La Matriz FODA ilustra como las oportunidades y amenazas externas se pueden relacionar con las fortalezas y debilidades alternativas estratégicas. (Hunger, 2007)

**Tabla 10.**

*Oportunidades*

VARIABLE	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
PIB		X	
TASA ACTIVA		X	
PEA		X	
CLIENTES	X		
FACTOR TECNOLÓGICO	X	X	
FACTOR LEGAL			X

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** María Angélica Mecías

**Tabla 11.**

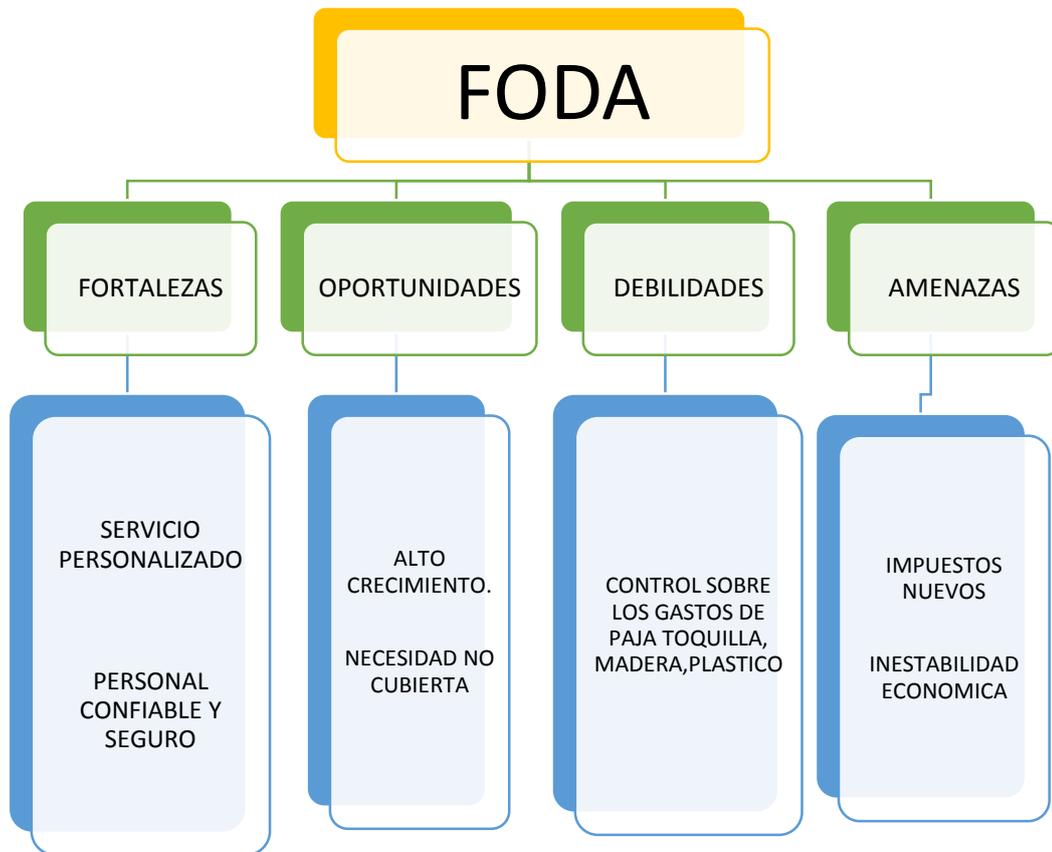
*Amenazas*

VARIABLE	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
COMPETIDORES		X	
PROVEEDORES		X	
INFLACION	X		

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** María Angélica Mecías

### 2.04.01. Análisis FODA



**Figura 18.** FODA

**Elaborado por:** María Angélica Mecías

## Capítulo III

### Estudio de Mercado

#### 3.01. Análisis del consumidor

El análisis del consumidor fundamenta en el análisis de los gustos, preferencias, deseos, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo.

Comprende a todos los individuos y familias que adquieren bienes y servicios para consumo personal o familiar. Los consumidores varían mucho en cuanto a edades, ingresos, nivel educativo, patrones de movilidad y gustos. Para distinguir grupos homogéneos, se aplica la segmentación de mercados, con el fin de crear productos y servicios diseñados para sus necesidades particulares. (Carreto, 2013)

Alegría hará conocer en los distintos tipos de mercado de la clase alta a la media- baja estaremos ubicado en la parroquia de Carcelén para mayor facilidad de nuestros clientes, presentar mediante una revista donde se apreciaran los diferentes diseños de presentación de los eventos de nuestra microempresa

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

###### ***3.01.01.01. Población***

Población o universo es todo un grupo de elementos, objetos o personas que poseen una característica común constituye el grupo de personas hacia las que van

encaminadas fundamentalmente las acciones de marketing y producción de las empresas.

Se habla de población como el número de habitantes que integran un estado ya sea el mundo en su totalidad, o cada uno de los continentes, países, provincias o municipios que lo conforman. (Anonimo, 2015)

### **3.01.01.02. Muestra**

La muestra es una representación significativa de las características de una población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no superior al 5%) estudiamos las características de un conjunto poblacional mucho menor que la población global.

*"Una muestra debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia". (Cadenas, 1974)*

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

Para lograr esta información podemos utilizar cualquiera de las diferentes técnicas de recolección de información que existen, siendo las más utilizadas al momento de realizar el análisis del consumidor las siguientes:

**Tabla 12.**

*Técnicas de obtención de información*

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Observación	Guía de observación
Encuesta	Hoja de encuesta
Entrevista	Cuestionario
Análisis de documentos	Guía de análisis de documentos

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** María Angélica

### ***3.01.02.01. Encuesta***

La encuesta puede comprender desde una elaborada encuesta que realicemos a una muestra de los consumidores, hasta pequeñas encuestas que les realicemos a nuestros clientes al momento de visitarnos.

Formulara preguntas que permitan obtener la información que se requiera por los consumidores para conocer sus preferencias con respecto a las fiestas infantiles y baby shower.

Así tendré en cuenta al momento de poner en marcha la microempresa para brindar servicios de eventos sociales infantiles y baby shower

3.01.02.01.01. Encuesta Propuesta

OBJETIVO: Medir el nivel de aceptación en el mercado para la creación de una microempresa que brinde servicios en eventos sociales, fiestas infantiles y baby shower.

INDICACIONES: Por favor conteste el siguiente cuestionario de la manera más sincera, escoja solo una alternativa según corresponda la pregunta en la respuesta que mejor le parezca.

1. ¿Alguna vez ha participado en la planificación de un evento?

SI

NO

2. ¿Usted contrata servicios para organizar eventos sociales familiares como bautizo, matrimonio, cumpleaños?

SI

NO

3. ¿Cada que tiempo contrata usted servicios de eventos infantiles?

SEMANAL

MESUAL

ANUAL

4. ¿Cuántos eventos contrata usted Anualmente?

UNO a DOS

TRES a CUATRO

CINCO a MÁS

5. ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por cada evento?

FIESTAS INFANTILES o BABY SHOWER

Precio \$ 200

Precio \$ 350

Precio \$ 500

6. ¿A cuál de las siguientes empresas usted contrataría para que organicen sus eventos sociales?

RECEPCIONES D'FIESTA

CATERING Y EVENTOS MONYOR

OTROS

7. ¿En qué medios de información le gustaría recibir nuestra cartera de promociones para sus eventos?

RADIO

PRENSA ESCRITA

INTERNET

8. ¿Qué materiales preferiría usar en las decoraciones de su evento?

RECICLADO

FOMIX

OTROS

9. ¿Qué características diferenciadoras busca usted en los servicios de esta clase?

ORIGINALIDAD

PUNTUALIDAD

PRECIO

10. ¿Le gustaría que se diseñe paquetes especiales que le permitan escoger los servicios de acuerdo a sus necesidades económicas?

SI

NO

GRACIAS POR SU COLABORACION

### 3.01.03. Análisis de la información

Preguntas y sus análisis

#### 3.01.03.01. Tabulación

**Tabla 13.**

*Pregunta N° 1*

¿Alguna vez ha participado en la planificación de un evento?	
SI	300
NO	97
TOTAL	397



**Figura 19.** Pregunta N° 1

**Elaborado por:** María Angélica

De los 397 encuestados el 76% ha realizado algún evento con la planificación de un servicio profesional para dicha ocasión.

**Tabla 14.**

*Pregunta N° 2*

**¿Usted contrata servicios para organizar eventos sociales?**

<b>SI</b>	297
<b>NO</b>	100
<b>TOTAL</b>	397



**Figura 20.** Pregunta N° 2

**Elaborado por:** María Angélica

De las encuestas realizadas se determina que el 75% contrata servicios profesionales para sus eventos, esto determina que EVENTOS ALEGRIA tendría aceptación en el mercado.

**Tabla 15.**

*Pregunta N° 3*

**¿Cada qué tiempo contrata usted servicios de eventos infantiles?**

<b>Semanal</b>	65
<b>Mensual</b>	132
<b>Anual</b>	200
<b>TOTAL</b>	397



**Figura 21.** Pregunta N° 3

**Elaborado por:** María Angélica

El 51% de encuestados contrata servicios anualmente para las fiestas infantiles de sus hijos, porque así pueden disfrutar del evento como un invitado más a la fiesta.

**Tabla 16.**

*Pregunta N°4*

**¿Cuántos eventos contrata usted anualmente?**

<b>Uno a dos</b>	210
<b>Tres a cuatro</b>	110
<b>Cinco a mas</b>	77
<b>TOTAL</b>	397



**Figura 22.** Pregunta N° 4

**Elaborado por:** María Angélica

De 397 encuestas se contrata de uno a dos veces anuales un servicio para realizar un evento social. Teniendo como aceptación el 53%

**Tabla 17.**

*Pregunta N°5*

**¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por cada evento?**

PRECIO	Fiestas infantiles y Baby shower
\$200	225
\$350	121
\$500	51
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>



**Figura 23.** Pregunta N° 5

**Elaborado por:** María Angélica

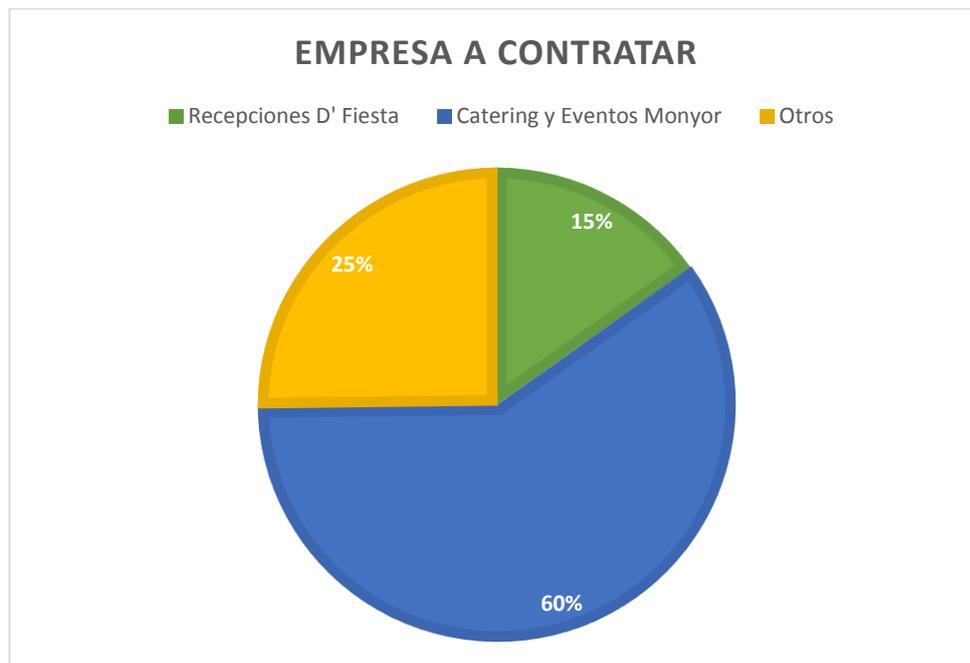
En las 397 encuestas realizadas tuvimos la aceptación del 57% en el paquete de fiesta de \$200, dándonos a conocer que era un precio asequible para los padres de familia. Con el 30% se obtuvo la aceptación para el paquete de fiesta de \$350, reconociéndose como un precio medio, y con el 13% tenemos el paquete fiesta de \$500 que sería el de menor contratación.

**Tabla 18.**

*Pregunta N°6*

**¿A qué empresa usted contrata para que organicen sus eventos sociales?**

<b>Recepciones D' Fiesta</b>	60
<b>Catering y eventos Monyor</b>	237
<b>Otros</b>	100
<b>TOTAL</b>	397



**Figura 24.** Pregunta N° 6

**Elaborado por:** María Angélica

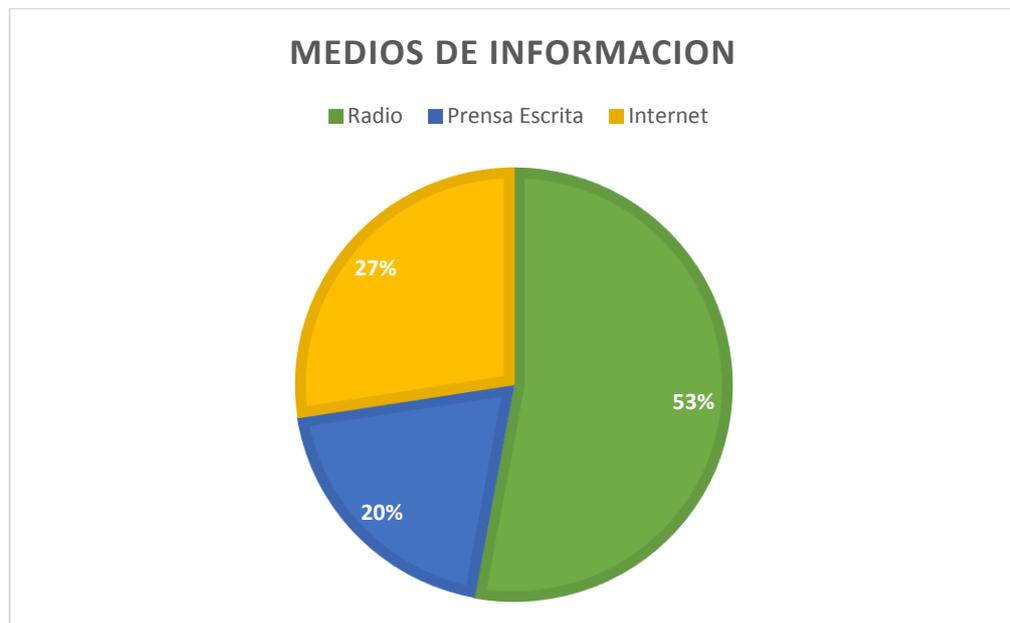
De 397 encuestados consideran un 60% como elección a contratar a Catering y Eventos Monyor como primera opción para el servicio de realización de sus eventos sociales. En segunda opción con el 25% de aceptación eligieron a Otros y por ultimo con un 15% escogieron a Recepciones D' Fiesta.

**Tabla 19.**

*Pregunta N°7*

**¿En qué medios de información le gustaría recibir nuestra cartera de promociones?**

<b>Radio</b>	210
<b>Prensa Escrita</b>	78
<b>Internet</b>	109
<b>TOTAL</b>	397



**Figura 25.** Pregunta N° 7

**Elaborado por:** María Angélica

Los encuestados determinan con un 53% de aceptación que les gustaría recibir nuestras promociones por radio, el 27% quieren recibirla por internet y el 20% a través del periódico.

**Tabla 20.**

*Pregunta N°8*

¿Qué materiales preferiría usar en las decoraciones de su evento?	
<b>Reciclado</b>	137
<b>Fomix</b>	155
<b>Otros</b>	105
<b>TOTAL</b>	397



**Figura 26.** Pregunta N° 8

**Elaborado por:** María Angélica

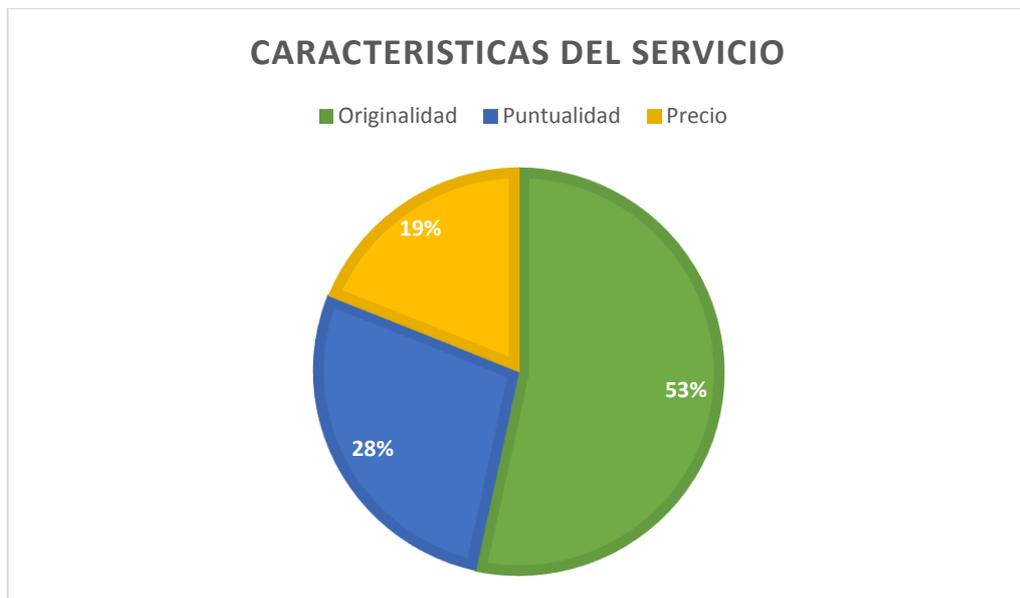
Eventos Alegría estará dispuesta a contribuir con el medio ambiente al usar materiales reciclados, lo reflejan las encuestas con el 35% de aceptación para materiales reciclados, y con un porcentaje más alto del 39% de nuestros clientes desearían usar sus decoraciones en Fomix.

**Tabla 21.**

*Pregunta N°9*

**¿Qué características diferenciadoras busca usted en los servicios de esta clase?**

<b>Originalidad</b>	212
<b>Puntualidad</b>	110
<b>Precio</b>	75
<b>TOTAL</b>	397



**Figura 27.** Pregunta N° 9

**Elaborado por:** María Angélica

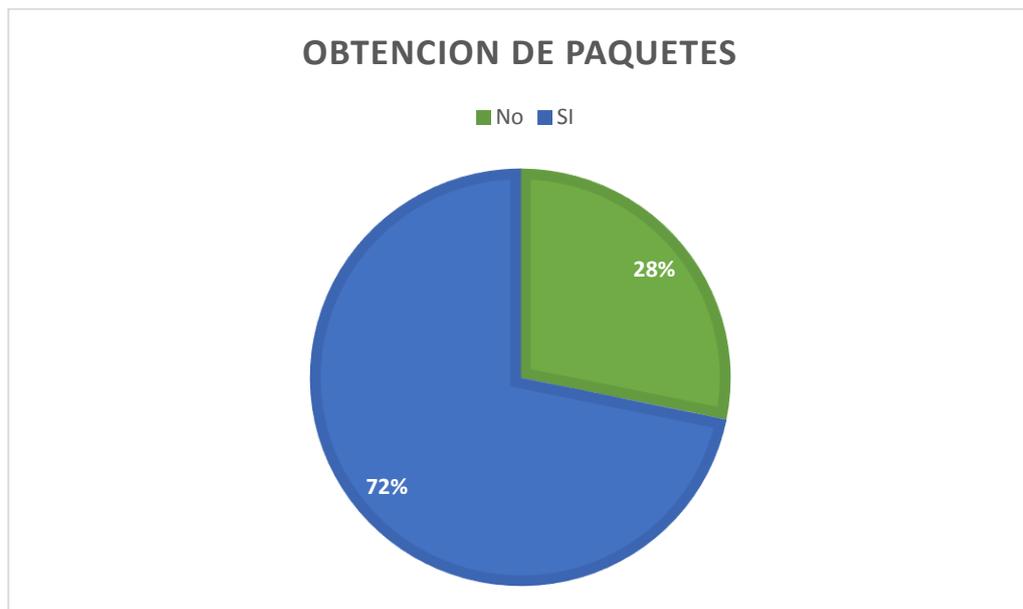
De 397 Encuestados el 53% de ellos desean que se destaque la originalidad en el servicio, acompañado de lo innovador dejando atrás lo tradicional y obtener un servicio eficiente y eficaz.

**Tabla 22.**

*Pregunta N°10*

**¿Le gustaría obtener paquetes especiales que le permitan escoger los servicios de acuerdo a su economía?**

<b>SI</b>	285
<b>NO</b>	112
<b>TOTAL</b>	397



**Figura 28.** Pregunta N° 10

**Elaborado por:** María Angélica

Los encuestados determinan en su mayoría con un 72% que se realicen paquetes de acuerdo a la posición económica de cada cliente, y así poder satisfacer las necesidades y gustos de todos.

### 3.02. Oferta

Cantidad de bienes y servicios que un producto ofrece en el mercado en un momento determinado y a un precio justo.

#### 3.02.01. Oferta Actual

**Tabla 23.**

*Oferta Actual*

AÑO	OFERTA ACTUAL
2015	2377

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** María Angélica

#### 3.02.02. Oferta Proyectada

La oferta se calcula con el porcentaje obtenido de las encuestas, la aceptación de la competencia según el método cualitativo de DELPHI.

**Tabla 24.**

*Oferta Proyectada*

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2015	2377
2016	2429
2017	2482
2018	2536
2019	2591

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** María Angélica Mecias

### 3.03. Demanda

Cantidad de bienes y servicios que los consumidores o demandantes están dispuestos adquirir en un momento determinado y a un precio.

#### 3.03.01. Demanda actual

En el Ecuador la demanda de Perfumes está en constante crecimiento, al ser un producto altamente solicitado por la tendencia de moda y estilo.

**Tabla 25.**

*Demanda Actual*

N	55301	
<b>CONSUMO</b>	72%	39817
<b>FREC. CONS</b>	53% mensual	18714
<b>PRECIO</b>	53% - \$200	19650
<b>ACEPTACION</b>	72%	14148

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** María Angélica

#### 3.03.02. Demanda proyectada

La demanda se proyectará con la tasa de crecimiento poblacional actual de 2.8% para cinco años.

**Tabla 26.**

*Demanda proyectada*

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	CRECIMIENTO POBLACIONAL
2015	29.586,04	2,18
2016	64.497,56	2,18
2017	140.604,67	2,18
2018	306.518,19	2,18
2019	668.209,65	2,18

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** María Angélica Mecías

### 3.04. Balance de la oferta y demanda

Aquella parte de la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho por diversas razones, como problemas de precio disponibilidad del espacio suficiente para cubrir necesidades, localización no adecuada.

#### 3.04.01. Balance actual

Para determinar la demanda insatisfecha se resta de la demanda actual con la oferta actual

**Tabla 27.**

*Balance actual*

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	PIB SECTORIAL	OFERTA ACTUAL
2014	29.586,04	5,80%	1.715,99

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** María Angélica Mecías

### 3.04.02. Balance proyectado

La proyección será calculada en relación a la tasa de crecimiento de la población.

**Tabla 28.**

*Balance proyectado*

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	BALANCE O DEMANDA INSATISFECHA
2015	29.586,04	1.715,99	27.870,04
2016	64.497,56	1.815,52	62.682,04
2017	140.604,67	1.920,82	138.683,86
2018	306.518,19	2.032,22	304.485,96
2019	668.209,65	2.150,09	666.059,55

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** María Angélica Mecías

## Capítulo IV

### 4.01. Estudio técnico

El estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión.

(Portales, 2013)

Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas

- ¿Cómo producir lo que el mercado demanda?
- ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos?
- ¿Dónde producir?
- ¿Qué materias primas e insumos se requieren?
- ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir?
- 

#### 4.01.01. Capacidad instalada

Su objetivo general persigue la determinación de las capacidades instalada y utilizada de la empresa, así como la de todos los costos involucrados en el proceso de producción.

#### 4.01.02. Tamaño del proyecto

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción. (Aula Facil, 2012)

#### 4.02. Localización

##### 4.02.01. Macro localización

La macro localización es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia. (Marin, 2012)

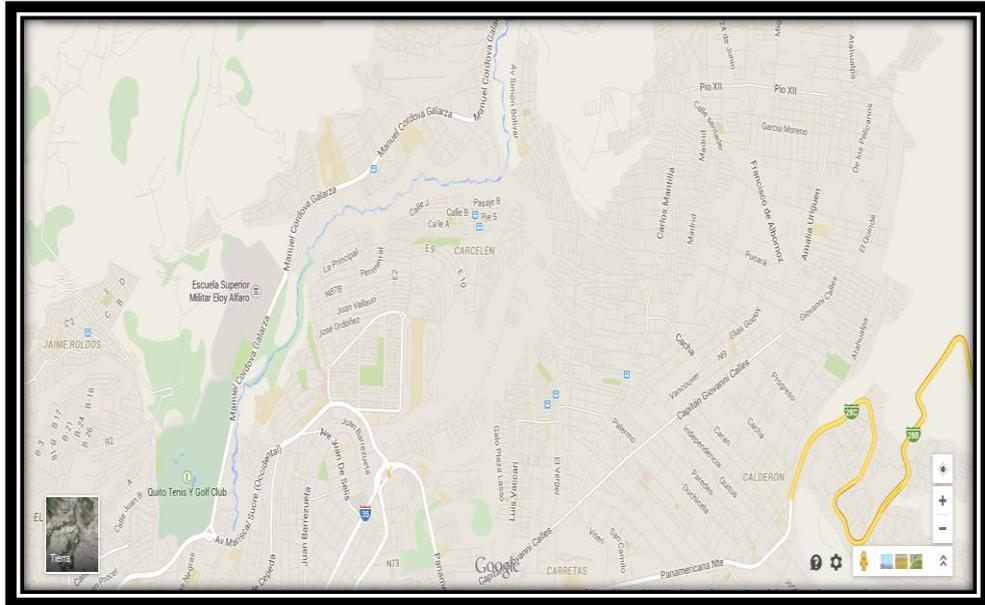
**Tabla 29.**

*Macro Localización*

PAIS	ECUADOR
CIUDAD	QUITO
SECTOR	NORTE
PARROQUIA	CARCELEN
ANALISIS DE LA ESTRUCTURA URBANA	En la localidad destinada tiene una acogida muy número de futuros clientes ya que este lugar es muy concurrido por los diferentes tipo de negocios
PRECIO DEL TERRENO	PROPIEDAD DEL INVERSOR

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** María Angélica Mecías

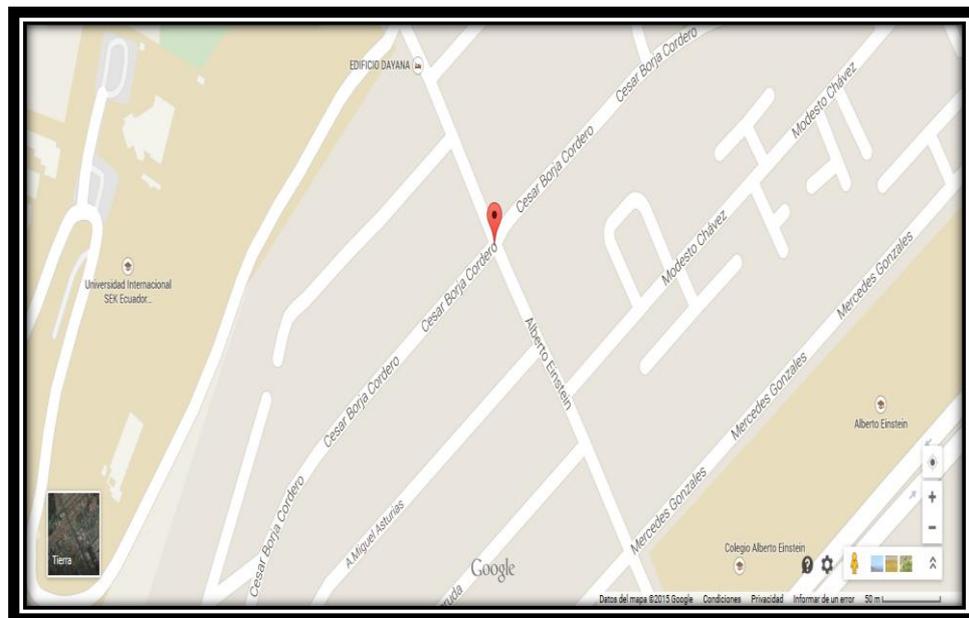


**Figura 29.** Mapa de Ubicación

**Fuente:** Investigación de campo

#### 4.02.02. Micro localización

Una vez definida a la zona o población de localización se determina el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente el proyecto.



**Figura 30.** Micro Localización

**Fuente:** Investigación de campo

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.

#### 4.02.03. Localización óptima

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de Rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo.

El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. (Reposicion UCI, 2010)

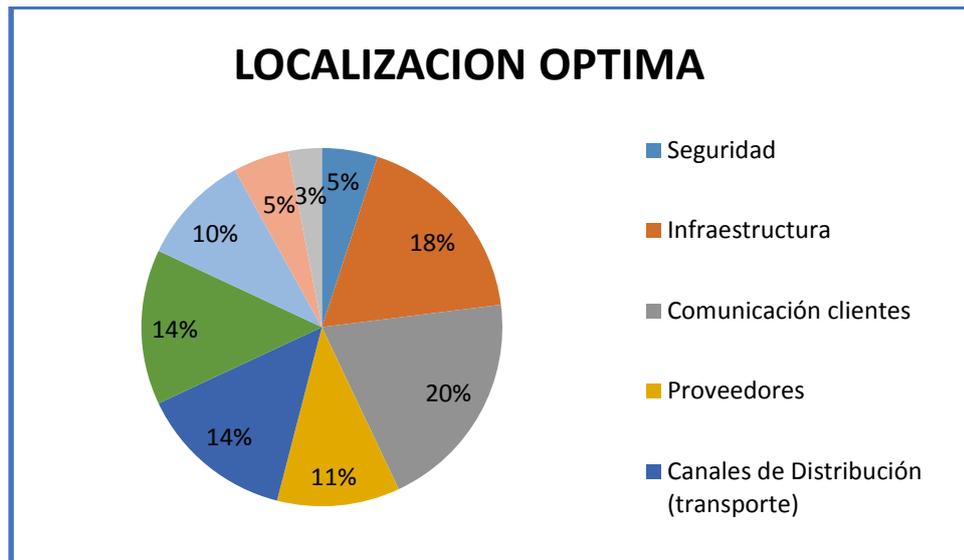
**Tabla 30.**

*Localización Óptima*

CARACTERÍSTICAS	PORCENTAJE
Seguridad	5%
Infraestructura	18%
Comunicación clientes	20%
Proveedores	11%
Canales de Distribución (transporte)	14%
Apoyo al medio ambiente	14%
Servicios básicos	10%
Permisos legales	5%
Vías de acceso	3%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** María Angélica Mecías



**Figura 31.** Localización Óptima

**Elaborado por:** María Angélica Mecías

#### 4.03. Ingeniería del producto

Comprende actividades relacionadas con optimizar el costo de producción, su facilidad de fabricación, su calidad, funcionalidad, confiabilidad y otras características importantes. Por lo general se busca obtener un producto con estas características de manera que el producto resulte más atractivo y competitivo en el segmento del mercado que tiene por objetivo; de esta forma se aumentan las posibilidades de éxito del negocio.

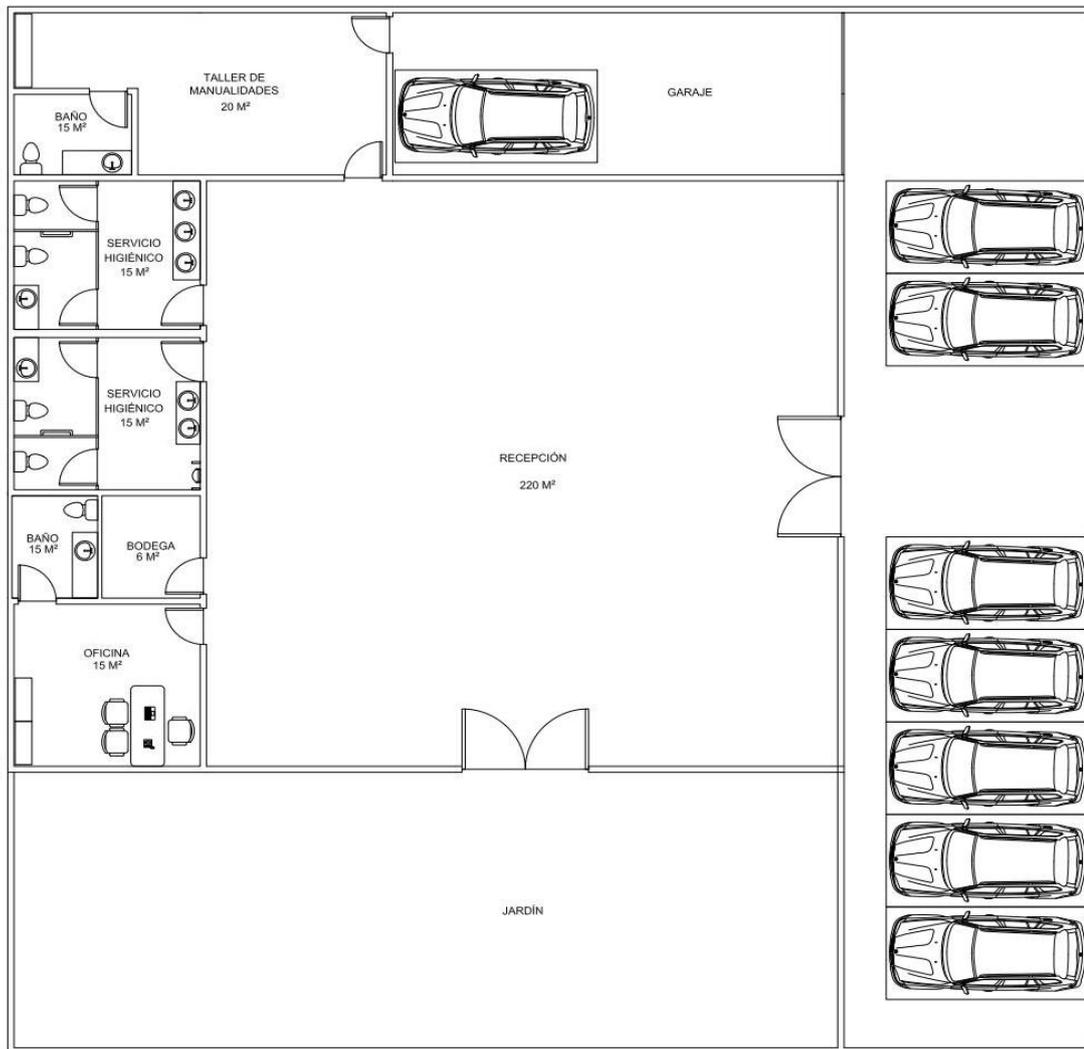
##### 4.03.01. Definición Bienes y Servicios

Un servicio es la realización de una actividad por parte de un prestador (de servicios). Los servicios son intangibles.

Bienes Son mercancías u objetos tangibles que se pueden tocar y mover de un lugar a otro como las maquinas, equipos de laboratorio entre otros (O'Leary, 2014)

#### 4.03.02. Distribución de la Planta

La distribución de planta *es un concepto relacionado con la disposición de las máquinas, las estaciones de trabajo, las áreas de almacenamiento, los pasillos y los espacios comunes dentro de una instalación productiva propuesta o ya existente.* (Rodriguez, 2014)



**Figura 32.** Distribución de la Planta

**Elaborado por:** María Angélica Mecías

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.

4.03.02.01. Área de producción



Figura 33. Taller de manualidades

Fuente: Investigación de Campo



Figura 34. Taller de manualidades sección central

Fuente: Investigación de Campo

4.03.02.02. Servicios Higiénicos



Figura 35. Servicios Higiénicos

Fuente: Investigación de Campo



Figura 36. Servicios Higiénicos Interior

Fuente: Investigación de Campo

### 4.03.02.03. Bodega



**Figura 37.** Bodegas

**Fuente:** Investigación de Campo



**Figura 38.** Bodega Vista Central

**Fuente:** Investigación de Campo

#### 4.03.02.04. Área Administrativa



**Figura 39.** Recepción

**Fuente:** Investigación de Campo



**Figura 40.** Oficina

**Fuente:** Investigación de Campo

### 4.03.03. Matriz SLP

“Es la Planeación Sistemática de la Distribución de Instalaciones.

Sus primeros datos en siglas en ingles P, Q, R, S y T

- P de producto
- Q de cantidad
- R secuencia que sigue la materia prima dentro del proceso de producción
- S insumos necesarios para llevar a cabo el proceso productivo
- T tiempo que es la programación de la producción” (Urbina G. B., proyectos, 2006)

#### 4.03.03.01. Código de Cercanía

**Tabla 31.**

*Código de Cercanía*

LETRA	ORDEN DE PROXIMIDAD
A	Absolutamente necesario
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Ordinaria o normal
U	Sin importancia
X	Indeseable

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Urbina Baca

4.03.03.02. Código de razones

Tabla 32.

Código de razones

NUMERO	RAZON
1	Por control
2	Por higiene
3	Por proceso
4	Por conveniencia
5	Por seguridad

Elaborado: María Angélica Mecías  
Fuente: Urbina Baca

4.03.03.03. Gráfico de cercanía

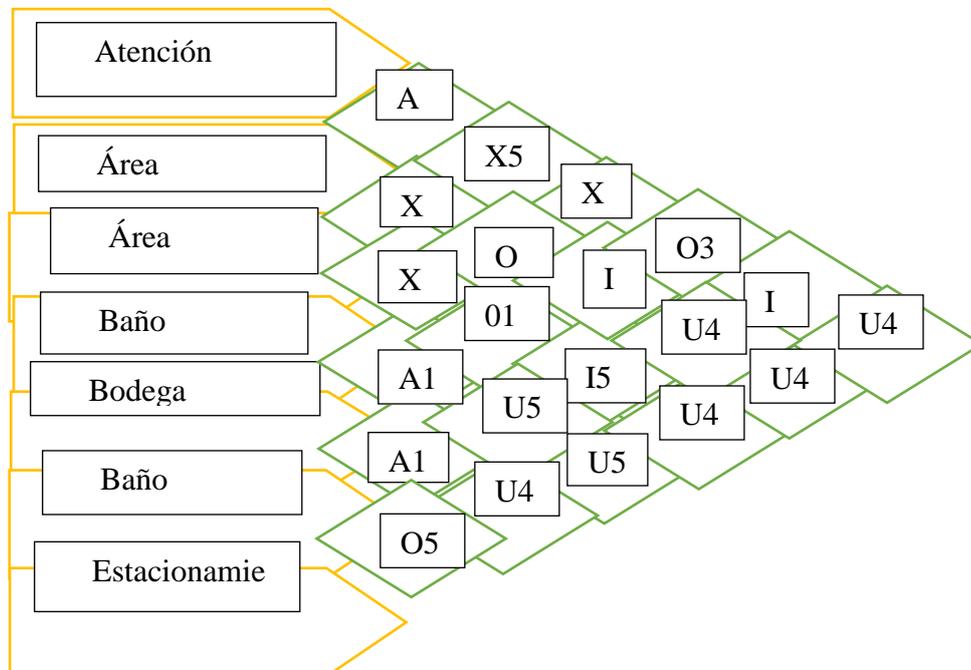


Figura 41. Cercanía

Elaborado: María Angélica Mecías

#### 4.03.04. Maquinaria

Se lo reconoce como un conjunto de máquinas o bienes de equipo mediante las cuales se realizan la extracción o elaboración de los productos. (Plan General Contable, 2014)

**Tabla 33.**

*Maquinaria*

Maquinaria			
Troqueladora	1	600,00	600,00
Guillotina	1	90,00	90,00
<b>Total</b>			<b>690,00</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Urbina Baca



**Figura 42.** Guillotina

**Fuente:** Investigación de Campo

4.03.04.01. Muebles y enseres

**Tabla 34.**

*Muebles y Enseres*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	1	165,00	165,00
Silla giratorio	1	39,99	39,99
Sillas	4	24,00	96,00
Archivadores	1	91,00	91,00
Estantería	2	115,00	230,00
Mesa de trabajo	1	60,00	60,00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>681,99</b>

**Elaborado por:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Urbina Baca



**Figura 43.** Escritorio

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 44.** Silla Ejecutiva

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 45.** Estanterías

**Fuente:** Investigación de campo

4.03.04.02. Equipos de computación

**Tabla 35.**

*Equipo de Computo*

Equipo de computo			
Laptop Sony		450,00	450,00
Impresora Canon		101,00	101,00
Impresora laser		499,99	499,00
<b>Total</b>			<b>1050,00</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Investigación de campo



**Figura 46.** Equipo de Computo

**Fuente:** Investigación de campo

4.03.04.03. *Equipos de oficina*

**Tabla 36.**

*Equipos de oficina*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Calculadora	1	160,00	160,00
Teléfono	1	50,00	50,00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>210,00</b>	<b>210,00</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Investigación de campo

## Capítulo V

### 5.01. Ingresos Operacionales y No operacionales

"Ingreso son todos los incrementos de los beneficios económicos durante el período contable en forma de entradas o aumentos de activos, o decrementos de pasivos que resultan en incrementos de capital, diferentes a aquellos relativos con contribuciones por parte de los socios." (Normas internacionales de Contabilidad, 2014)

#### 5.01.01. Ingresos Operacionales

Son todos los aumentos brutos del *patrimonio* originados directamente en el desarrollo del objeto social del ente, distintos de los aumentos en los aportes de los propietarios. Un ingreso operacional tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa. Todo ingreso operacional representa una fuente bruta interna de recursos y resulta del giro ordinario del negocio.

### 5.01.02. Ingresos proyectados

Son las recaudaciones esperadas por concepto de ventas a contado y crédito. No se incluyen las posibles cuentas incobrables por ventas a crédito.

La información necesaria para determinar los ingresos proyectados por ventas es la siguiente:

- Saldo por cobrar por ventas a crédito del anterior período y su vencimiento.
- Ventas proyectadas ha contado.
- Ventas proyectadas a crédito con probabilidad de cobro.
- Ventas proyectadas a crédito con probabilidad de incobrable. (Solo Contabilidad, 2014)

### 5.01.03. Ingresos no Operacionales

El presente proyecto no contara con otros ingresos ya que es un proyecto que recién empieza en el mercado.

## 5.02. Costos

Son los desembolsos que realiza la empresa para la fabricación o elaboración de un producto o la prestación de un servicio, este constituye una inversión, es recuperable, trae consigo ganancia. (Ubidia M. B., 2007).

### **5.02.01. Costo Directo**

Son aquellos que se identifican o cuantifican en forma directa en la elaboración del producto terminado tales como materia prima directa mano de obra directa. (Ubidia M. B., 2007)

#### ***5.02.01.01. Mano de Obra Directa***

La mano de obra directa es el costo de mano de obra directamente atribuible a las unidades de los productos elaborados por la organización. En otras palabras, es el costo de los jornales para los trabajadores responsables de fabricar los productos acabados a partir de materias primas. (Vivas, 2014)

### **5.02.02. Costos Indirectos**

Son aquellos que no se pueden identificar o cuantificar fácilmente con el producto terminado tales como materiales indirectos mano de obra indirecta depreciaciones, sin embargo constituyen un costo aplicable al proceso de producción. (Carmita, 2007)

### **5.02.03. Gastos Administrativos**

Los gastos de administración son los que se generan del manejo y dirección de la empresa, es decir todos los gastos que se generan en el desenvolvimiento

administrativo en las oficinas y en el personal. Comprende los gastos del personal, servicios contratados a terceros, seguros depreciaciones. (Ubidia M. B., 2007)

**Tabla 37.**

*Gastos administrativos*

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
		<b>Unitario</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Sueldo Personal Administración	1	974,20	974,20	11.690,40
Gasto Útiles de Oficina	1	20,00	20,00	240,00
Gasto Material de aseo	1	31,50	31,50	378,00
Gasto Servicios Básicos	1	55,00	55,00	378,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.080,70</b>	<b>12.686,40</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

### **Análisis**

Esta es la parte medular de todo presupuesto porque se destina la mayor parte del mismo; aquí encontramos estimados que cubren la necesidad inmediata de contar con todo tipo de personal para sus distintas unidades, buscando darle operatividad al sistema.

El objetivo principal es determinar en forma anticipada para el período de la proyección todos los gastos del período que no correspondan directamente a la financiación o la gestión de ventas.

#### **5.02.04. Gastos de Ventas**

Los Gastos de Venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos (GARCIA COLIN).

#### **5.02.05. Gastos Financieros**

La Contabilidad Financiera se interesa principalmente en los Estados Financieros para uso externo por parte de los inversionistas, acreedores, analistas financieros, agencias gubernamentales y otros grupos interesados. (Monografías, 2014)

**Tabla 38.**

*Gastos financieros*

Periodo	Saldo	Interés
0	3.242,10	0,00
1	3.242,10	25,67
2	3.118,91	24,69
3	2.994,74	23,71
4	2.869,59	22,72
5	2.743,45	21,72
6	2.616,31	20,71
7	2.488,16	19,70
8	2.359,00	18,68
9	2.228,81	17,64
10	2.097,60	16,61
11	1.965,35	15,56
12	1.832,05	14,50
13	1.697,69	13,44
14	1.562,27	12,37
15	1.425,78	11,29
16	1.288,21	10,20
17	1.149,55	9,10
18	1.009,79	7,99
19	868,92	6,88
20	726,94	5,75
21	583,84	4,62
22	439,60	3,48
23	294,22	2,33
24	147,69	1,17

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

### Análisis

Los gastos financieros son una variable fundamental del análisis económico, por lo que se puede considerar como un elemento básico para la planificación y selección de inversiones.

### **5.02.06. Costos Fijos y Variables**

Los costos fijos son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables ante esos cambios, son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos. (Colin)

#### ***5.02.06.01. Costos Fijos***

Los costos fijos son gastos administrativos, gastos de ventas y gastos financieros.

Por ser una microempresa de servicios no tengo costos fijos.

#### ***5.02.06.02. Costos Variables***

Los costos variables son los gastos que cambian en proporción a la actividad de una empresa. Como su nombre lo indica, el costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción. Todo aquel costo que aumenta o disminuye según aumente o disminuya la producción, se conoce como costo variable.

Los costos variables son costos del servicio.

**Tabla 39.**

*Costo del Servicio N° 1*

**FIESTA INFANTIL \$ 200**

HOJA DE COSTOS DEL SERVICIO			
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	VALOR UNTARIO	TOTAL
Centro de mesa	7,00	3,00	21,00
INVTACIONES	30,00	0,40	12,00
Sorpresas	30,00	0,80	24,00
Piñatas	2,00	5,00	10,00
Pastel	30,00	0,80	24,00
Alquiler de sillas	30,00	1,00	30,00
Alquiler de Mesas y mantelería	7,00	3,00	21,00
<b>TOTAL</b>			<b>142,00</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

**Tabla 40.**

*Costo del Servicio N° 2*

**FIESTA INFANTIL \$ 350**

HOJA DE COSTOS DEL SERVICIO			
DESCRIPCION	UNIDADES	VALOR	TOTAL
Centro de mesa	7,00	3,00	21,00
INVTACIONES	30,00	0,40	12,00
Sorpresas	30,00	0,80	24,00
Piñatas	2,00	5,00	10,00
Pastel	30,00	0,80	24,00
Alquiler de sillas	30,00	1,00	30,00
Alquiler de Mesas y mantelería	7,00	3,00	21,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>142,00</b>

SERVICIOS EXTRAS			
	H. T.	COSTO HORA	TOTAL
Mesero	5,00	6,00	30,00
Decorador de Globos	500,00	0,05	25,00
Payaso	1,00	50,00	50,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>105,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>210,00</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

**Tabla 41.**

*Costo del Servicio N° 3*

**FIESTA INFANTIL \$500**

<b>HOJA DE COSTOS Del SERVICIO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR UNTARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Centro de mesa	7,00	3,00	21,00
INVTACIONES	30,00	0,40	12,00
Sorpresas	30,00	0,80	24,00
Piñatas	2,00	5,00	10,00
Pastel	30,00	0,80	24,00
Alquiler de sillas	30,00	1,00	30,00
Alquiler de Mesas y mantelería	7,00	3,00	21,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>142,00</b>
<b>SERVICIOS EXTRAS</b>			
	<b>H. T.</b>	<b>COSTO HORA</b>	<b>TOTAL</b>
Mesero	5,00	6,00	30,00
Decorador de Globos	500,00	0,05	25,00
Payaso	1,00	50,00	50,00
Maquilladora	1,00	20,00	20,00
Bocaditos de sal	150,00	0,15	22,50
Bebidas (aguas jugos y gaseosas)	100,00	0,20	20,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>167,50</b>
<b>TOTAL</b>			<b>309,50</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

### 5.03. Inversiones

#### 5.03.01. Inversión Fija

Las inversiones consisten en un proceso por el cual un sujeto decide vincular varios recursos financieros líquidos a cambio de expectativas de obtener beneficios

también líquidos a lo largo de un plazo determinado, denominado vida útil del proyecto.

Una inversión en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura (Urbina G. B., Proyectos II, 2001)

**Tabla 42.**

*Inversión fija*

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Infraestructura	-15.000,00					15.000,00
Vehículo	-15.000,00					10.000,00
Equipo y maquinaria	-690,00					345,00
Infraestructura	-15.000,00					11.250,00
Muebles y Enseres	-681,99					341,00
Equipos de Oficina	-210,00					105,00
Equipos de Computación	-1.050,00			-1.050,00		350,00
<b>TOTAL</b>	<b>-32.631,99</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>-1.050,00</b>	<b>0,00</b>	<b>37.391,00</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

**5.03.01.01. Activos Fijos**

Los activos fijos son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal) no están destinados a la venta, sino que representan la inversión de capital o patrimonio de una dependencia o entidad en las cosas usadas o aprovechadas por ella, de modo periódico, en la producción o en la fabricación de artículos para venta o la prestación de servicios a la propia entidad, a su clientela o al público en general.

**Tabla 43.**

*Activos Fijos*

Concepto	Uso de fondos
<b>Inversiones en Activos Fijos</b>	
Infraestructura	15.000,00
Vehículo	15.000,00
Maquinaria y Herramienta	690,00
Muebles y Enceres	681,99
Equipo de Computación	1.050,00
Equipo de Oficina	210,00
<b>Total de Activos Fijos</b>	<b>32.631,99</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

**Análisis**

Su propósito es ser usados y no como objeto de su comercialización, estos activos tienen cierta permanencia en la empresa y solo se enajenan cuando dejan de ser útiles.

**5.03.01.02. Activos Nominales (diferidos)**

Las inversiones consisten en un proceso por el cual un sujeto decide vincular varios activos de la empresa.

**Tabla 44.**

*Activos Nominales*

<b>Activos Diferidos</b>	
Gasto de Constitución	120,00
Estudio de Factibilidad	300,00
<b>Total de Activos Diferidos</b>	<b>420,00</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

### **Análisis**

Es importante destacar que conceptualmente se define como inversión sólo aquellos gastos que son evitables, es decir aquellos posteriores a la decisión de realización. Por lo tanto el costo del estudio del proyecto no constituye inversión, ya que es un costo inevitable porque ocurre antes de la toma de decisión de ejecutar un proyecto.

#### **5.03.02. Capital de Trabajo**

El capital de trabajo resulta útil para establecer el equilibrio patrimonial de cada organización empresarial. Se trata de una herramienta fundamental a la hora de realizar un análisis interno de la firma, ya que evidencia un vínculo muy estrecho con las operaciones diarias que se concretan en ella.

**Tabla 45.**

*Capital de Trabajo*

Descripción	MES 1	MES 2	MES 3	TOTAL
Sueldo Personal Administración	974,20	974,20	974,20	<b>2.922,60</b>
Gasto Utilices de Oficina	20,00	20,00	20,00	<b>60,00</b>
Gasto Material de aseo	31,50	31,50	31,50	<b>94,50</b>
Gasto Servicios Básicos	55,00	55,00	55,00	<b>165,00</b>
Gasto Combustible	50,00	50,00	50,00	<b>150,00</b>
Publicidad Radio	60,00	60,00	60,00	<b>180,00</b>
Impresos - Trípticos	30,00	30,00	30,00	<b>90,00</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

**Análisis**

Es aquel gasto necesario para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo. Capital de trabajo se entiende como el primer desembolso con el cual se cancelan los insumos iniciales para producir los productos o servicios que se consumirán en el primer ciclo de trabajo.

### 5.03.03. Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

**Tabla 46.**

*Uso de Fondos*

<b>TABLA DE INVERCIONES</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Uso de fondos</b>	<b>Recursos propios</b>	<b>R. Financiados</b>
<b>Inversiones en Activos Fijos</b>			
Infraestructura	15.000,00	15.000,00	
Vehículo	15.000,00	15.000,00	
Maquinaria y Herramienta	690,00	690,00	
Muebles y Enceres	681,99	681,99	
Equipo de Computación	1.050,00	1.050,00	
Equipo de Oficina	210,00	210,00	
<b>Total de Activos Fijos</b>	<b>32.631,99</b>	<b>32.631,99</b>	<b>0,00</b>
<b>Activos Diferidos</b>			
Gasto de Constitución	120,00	120,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	300,00	
<b>Total de Activos Diferidos</b>	<b>420,00</b>	<b>420,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Capital de trabajo</b>			
Sueldo Personal Administración	2.922,60		2.922,60
Gasto útiles de Oficina	60,00		60,00
Gasto Material de aseo	94,50		94,50
Gasto Servicios Básicos	165,00		165,00
Gasto Combustible	150,00		150,00
Publicidad Radio	180,00		180,00
Impresos - Trípticos	90,00		90,00
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>3.242,10</b>	<b>0,00</b>	<b>3.242,10</b>
<b>TOTAL DE INVERCIÓN</b>	<b>36.294,09</b>	<b>33.051,99</b>	<b>3.242,10</b>
<b>PARTICIPACIÓN</b>	<b>100%</b>	<b>91,07%</b>	<b>8,93%</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

### 5.03.04. Amortización de Financiamiento

Supone una distribución sistemática del valor amortizable, que se materializa en el criterio valorativo del coste histórico o coste, menos su valor residual, ya que se realiza a lo largo de su vida útil, según van siendo consumidos los beneficios económicos futuros del activo. (Wolters, 2004)

**Tabla 47.**

*Amortización de Financiamiento*

#### TABLA DE AMORTIZACIÓN

Total Inversión :	100%	36.294,09	
Cap. Propio :	91,07%	33.051,99	
Financiamiento :	8,93%	3.242,10	
Plazo :		24	MESES
Interés :		19%	0,79%
Pagos :	148,86	MENSUAL	

**Elaborado por:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

**Tabla 48.**

*Amortización*

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	3.242,10	0,00	0,00	0,00	3.242,10
1	3.242,10	25,67	148,86	123,19	3.118,91
2	3.118,91	24,69	148,86	124,17	2.994,74
3	2.994,74	23,71	148,86	125,15	2.869,59
4	2.869,59	22,72	148,86	126,14	2.743,45
5	2.743,45	21,72	148,86	127,14	2.616,31
6	2.616,31	20,71	148,86	128,15	2.488,16
7	2.488,16	19,70	148,86	129,16	2.359,00
8	2.359,00	18,68	148,86	130,18	2.228,81
9	2.228,81	17,64	148,86	131,21	2.097,60
10	2.097,60	16,61	148,86	132,25	1.965,35
11	1.965,35	15,56	148,86	133,30	1.832,05
12	1.832,05	14,50	148,86	134,36	1.697,69
13	1.697,69	13,44	148,86	135,42	1.562,27
14	1.562,27	12,37	148,86	136,49	1.425,78
15	1.425,78	11,29	148,86	137,57	1.288,21
16	1.288,21	10,20	148,86	138,66	1.149,55
17	1.149,55	9,10	148,86	139,76	1.009,79
18	1.009,79	7,99	148,86	140,87	868,92
19	868,92	6,88	148,86	141,98	726,94
20	726,94	5,75	148,86	143,10	583,84
21	583,84	4,62	148,86	144,24	439,60
22	439,60	3,48	148,86	145,38	294,22
23	294,22	2,33	148,86	146,53	147,69
24	147,69	1,17	148,86	147,69	0,00

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

### 5.03.05. Depreciaciones

Método por el que se valora el coste que supone la pérdida de valor por uso de un bien que la empresa posee.

**Tabla 49.**

*Depreciaciones*

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	15.000,00	5	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Infraestructura	15.000,00	20	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
Maquinaria y Herramienta	690,00	10	69,00	69,00	69,00	69,00	69,00
Muebles y Enseres	681,99	10	68,20	68,20	68,20	68,20	68,20
Equipos de Oficina	210,00	10	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00
Equipos de Computación	1.050,00	3	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
<b>TOTAL</b>	<b>32.631,99</b>		<b>4.258,20</b>	<b>4.258,20</b>	<b>4.258,20</b>	<b>4.258,20</b>	<b>4.258,20</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

### Análisis

Depreciación es la reducción en el valor de un activo. El método empleado para depreciar un activo es una forma de tomar en consideración el valor decreciente del activo para el propietario y para representar el valor (monto) de disminución de los fondos de capital invertidos en él.

### 5.03.06. Estado de Situación Inicial

**Tabla 50.**

*Estado de Situación Inicial*

<b>ACTIVOS</b>		
<b>Corrientes</b>		<b>3.242,10</b>
Bancos	3.242,10	
<b>No Corrientes</b>		<b>33.051,99</b>
Infraestructura	15.000,00	
Vehículo	15.000,00	
Maquinaria y Herramienta	690,00	
Muebles y Enceres	681,99	
Equipo de Computación	1.050,00	
Equipo de Oficina	210,00	
Gasto de Constitución	120,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>36.294,09</b>
<b>PASIVOS</b>		
<b>No Corrientes</b>		<b>3.242,10</b>
Préstamo Bancario por Pagar	3.242,10	
<b>PATRIMONIO</b>		<b>33.051,99</b>
Capital	33.051,99	
<b>TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO</b>		<b>36.294,09</b>

### **Análisis**

Es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, ya sea de una organización pública o privada, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital contable. Se formula de acuerdo con un formato y un criterio estándar para que la información básica de la empresa pueda obtenerse uniformemente como por ejemplo: posición financiera, capacidad de lucro y fuentes de fondeo.

### 5.03.07. Estados de resultados proyectados

En este estado financiero se muestra el resultado de las operaciones, determina la correspondencia de ingresos, costos y gastos es decir la situación financiera de una entidad proyectada a un determinado periodo de tiempo, revela las fuentes de los ingresos y la naturaleza de los egresos operacionales durante un periodo. (Urbina B. , 2014)

**Tabla 51.**

*Estado de resultados*

Descripción	C. P.	4,86%	Inflación	3,67%	
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VENTAS</b>	65.531,69	68.716,52	72.056,15	75.558,08	79.230,20
<b>COSTO DEL SERVICIO</b>	46.527,50	48.235,06	50.005,28	51.840,48	53.743,02
	19.004,19	20.481,47	22.050,87	23.717,60	25.487,18
<b>( - ) Gastos Operacionales</b>					
Gastos Administrativos	12.686,40	13.151,99	13.634,67	14.135,06	14.653,82
Gastos de Ventas	1.410,00	1.461,75	1.515,39	1.571,01	1.628,66
Gastos Financieras	241,90	250,78	0,00	0,00	0,00
( = ) Utilidad Operacional	4.665,89	5.616,95	6.900,80	8.011,53	9.204,70
( + ) 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.	4.665,89	5.616,95	6.900,80	8.011,53	9.204,70
( - ) 15 % Participación Laboral	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
( = ) Utilidad Antes de I.R.	4.665,89	5.616,95	6.900,80	8.011,53	9.204,70
( - ) Impuesto a la Renta (T.I.R. P.N.S.C)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
( = ) Utilidad Neta	4.665,89	5.616,95	6.900,80	8.011,53	9.204,70

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

## Análisis

El Estado de Resultados nos indica cómo se determinó la utilidad neta de un ejercicio. Para ello será necesario restar a los ingresos todos los gastos que se incurrieron para la obtención de aquéllos.

### 5.03.08. Flujo de caja

**Tabla 52.**

*Flujo de caja*

	C. P.	4,86%	Inflación	3,67%	
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VENTAS</b>	65.531,69	68.716,52	72.056,15	75.558,08	79.230,20
<b>COSTO DEL SERVICIO</b>	46.527,50	48.235,06	50.005,28	51.840,48	53.743,02
	19.004,19	20.481,47	22.050,87	23.717,60	25.487,18
<b>( - ) Gastos Operacionales</b>					
Gastos Administrativos	12.686,40	13.151,99	13.634,67	14.135,06	14.653,82
Gastos de Ventas	1.410,00	1.461,75	1.515,39	1.571,01	1.628,66
Gastos Financieras	241,90	250,78	0,00	0,00	0,00
( = ) Utilidad Operacional	4.665,89	5.616,95	6.900,80	8.011,53	9.204,70
( + ) 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.	4.665,89	5.616,95	6.900,80	8.011,53	9.204,70
( - ) 15 % Participacion Laboral	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
( = ) Utilidad Antes de I.R.	4.665,89	5.616,95	6.900,80	8.011,53	9.204,70
( - ) Impuesto a la Renta (T.I.R. P.N.S.C)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
( = ) Utilidad Neta	4.665,89	5.616,95	6.900,80	8.011,53	9.204,70
( + ) Depreciaciones	4.258,20	4.258,20	4.258,20	4.258,20	4.258,20
( + ) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>( = ) EXCEDENTE OPERACIONAL</b>	<b>8.924,09</b>	<b>9.875,15</b>	<b>11.159,00</b>	<b>12.269,73</b>	<b>13.462,89</b>

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

## Análisis

El flujo de caja revela cuánto efectivo la empresa genera con sus operaciones. Se parte del ingreso neto y realiza una serie de ajustes para llegar al flujo de caja operativo para mostrar en qué medida los ingresos contables se ajustan a los verdaderos movimientos de efectivo en la empresa.

### 5.04. Evaluación

#### 5.04.01. Tasa de descuento (TMAR)

La tasa de descuento o costo de capital es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. La tasa de descuento será igual a la Tasa de Interés del mercado, la que representa la mejor tasa de rentabilidad alternativa que puede obtener el inversionista.

Calculo de la TMAR

Tasa Activa + Tasa Pasiva= TMAR

#### Tabla 53.

TMAR

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

i = inflación	
f = costo de oportunidad	
Inflación	3,67%
Costo de oportunidad	8,75%

$$\begin{aligned} \text{TMAR} &= 0,0367 + 0,088 + ( 0,0367 \times 0,088 ) \\ \text{TMAR} &= 0,1242 + 0,003 \\ \text{TMAR} &= \mathbf{0,1274} \\ \text{TMAR} &= \mathbf{12,74\%} \end{aligned}$$

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Investigación de campo

### **Análisis**

La tasa utilizada para descontar los flujos futuros de efectivo mediante la técnica del valor presente neto es una variable clave de este proceso. Sin embargo, no es fácil de determinar pudiendo utilizarse distintos datos en función del objetivo de la valoración.

#### **5.04.02. VAN**

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 nos quedara alguna ganancia SI EL RESULTADO ES POSITIVO EL PROYECTO ES VIABLE el van permite traer los beneficios futuros a valores presentes

**Tabla 54.**

VAN

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	36.294,09			-1.050,00		37.391,00
Excedente Operacional		8.924,09	9.875,15	11.159,00	12.269,73	13.462,89
<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>-36.294,09</b>	<b>8.924,09</b>	<b>9.875,15</b>	<b>11.159,00</b>	<b>12.269,73</b>	<b>13.462,89</b>

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

$$VAN = -36.294,09 + \frac{8.924,09}{1,127411} + \frac{9.875,15}{1,271056} + \frac{11.159,00}{1,433002} + \frac{12.269,73}{1,615583} + \frac{13.462,89}{1,821427}$$

25                      13                      98                      68                      21

$$VAN = -36.294,09 + 7.915,55 + 7.769,25 + 7.787,15 + 7.594,61 + 7.391,40$$

$$VAN = -36.294,09 + 38.457,96$$

$$VAN = 2.163,87$$

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

### Análisis

El VAN mide las rentas económicas generadas por el proyecto, es decir las ganancias por encima del rendimiento de largo plazo del mercado.

La solidez de un VAN debería identificarse por los precios de mercado del activo involucrado.

### 5.04.03. TIR

Denominada Tasa Interna de Rentabilidad a la tasa de descuento que hace que el VAN de una inversión de una inversión sea igual a cero. Y trae los beneficios a valores presentes pero considerando el tiempo.

La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que este sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el beneficio neto actual sea menor que la inversión (VAN menor 0)

$$TIR = \left( \frac{VAN +}{VAN(+)+VAN(-)} * \text{Diferencia entre tasas} \right) + \text{Tasa del VAN}(+)$$

$$TIR = 14,98\%$$

### **Análisis**

La tasa interna de retorno es un método para la evaluación financiera de proyectos que iguala el valor presente de los flujos de caja esperados con la inversión inicial. La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares. También se define como la tasa (TIR), para la cual el valor presente neto es cero, o sea aquella tasa (TIR), a la cual el valor presente de los flujos de caja esperados (ingresos menos egresos) se iguala con la inversión inicial.

#### **5.04.04. PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)**

Indicador financiero que mide en cuanto tiempo se recuperara el total de la inversión a valor presente, es decir nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses, y días que se demora el proyecto en recuperar la inversión de los accionistas. Se basa en los flujos actualizados del VAN a la TMAR.

**Tabla 55.**

*Período de recuperación*

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-36.294,09	-36.294,09	1,00	-36.294,09	-36.294,09
1	8.924,09	-27.370,00	0,89	7.915,55	-28.378,54
2	9.875,15	-17.494,85	0,79	7.769,25	-20.609,29
3	11.159,00	-6.335,85	0,70	7.787,15	-12.822,14
4	12.269,73	5.933,88	0,62	7.594,61	-5.227,53
5	13.462,89	19.396,77	0,55	7.391,40	2.163,87

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

#### 5.04.05. RCB (Relación Costo Beneficio)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

$$R^c/b = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$

**Tabla 56.**

*Costo Beneficio*

$$R^c/b = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costo de ventas}}$$

$$R^c/b = \frac{65.531,69}{46.527,50}$$

$$R^c/b = 1,41$$

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

## Análisis

Es la relación que se obtiene cuando el valor actual de la corriente de beneficios se divide por el valor actual de la corriente de costos.

### 5.04.06. Punto de Equilibrio

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ( $IT = CT$ ). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{P.V.U.} - \text{Costo Unitario Variable}}$$

#### Tabla 57.

##### *Punto de equilibrio*

#### DATOS

Costos Fijos:

Gastos Administrativos 12.686,40

Gastos de Ventas 1.410,00

---

14.096,40

Costo Variable unitario 142,00

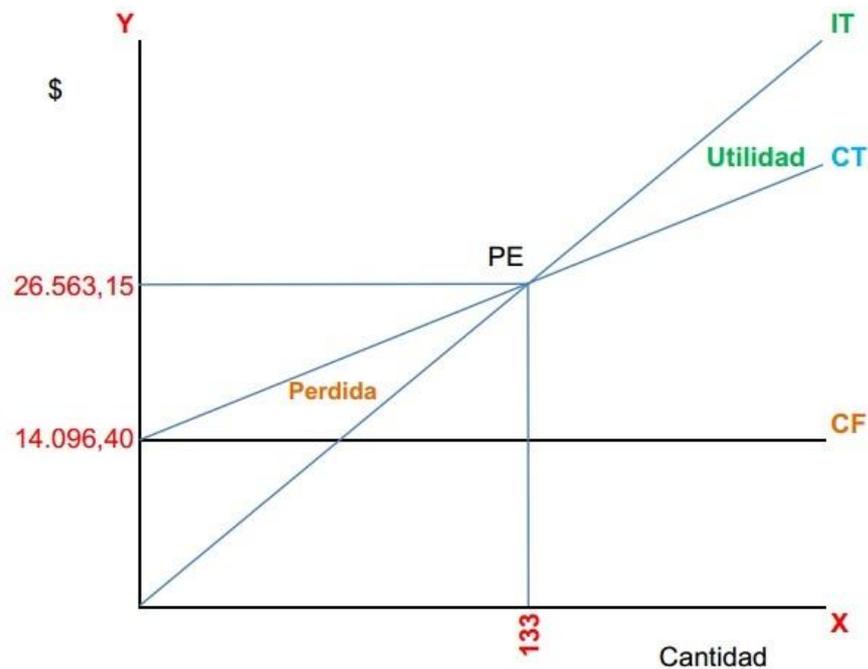
PRECIO 200,00

$$P/E = \frac{CF}{MC} = \frac{14.096,40}{106,14} = 133 \text{ Unidades}$$

$$P/E = 132,82 \times 200,00 = 26.563,15 \text{ Dólares}$$

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera



**Figura 47.** Punto de Equilibrio

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

### Análisis

Un análisis de punto de equilibrio le indica la cantidad de ingresos que necesitará para cubrir sus gastos antes de que pueda lograr una ganancia. Para llevarlo a cabo, necesita saber cuáles son sus costos y sus ingresos por ventas.

**Tabla 58.**

*Periodo de Recuperación*

**PERIODO DE RECUPERACION**

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-36.294,09	-36.294,09	1,00	-36.294,09	-36.294,09
1	8.924,09	-27.370,00	0,89	7.915,55	-28.378,54
2	9.875,15	-17.494,85	0,79	7.769,25	-20.609,29
3	11.159,00	-6.335,85	0,70	7.787,15	-12.822,14
4	12.269,73	5.933,88	0,62	7.594,61	-5.227,53
5	13.462,89	19.396,77	0,55	7.391,40	2.163,87

**PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CONSTANTES**

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 3	12.269,73	-6.335,85
1 mes	1022,48	-5.313,37
2 mes	1022,48	-4.290,90
3 mes	1022,48	-3.268,42
4 mes	1022,48	-2.245,94
5 mes	1022,48	-1.223,46
6 mes	1022,48	-200,99
7 mes	1022,48	821,49
8 mes	1022,48	1.843,97
9 mes	1022,48	2.866,45
10 mes	1022,48	3.888,92
11 mes	1022,48	4.911,40
12 mes	1022,48	5.933,88

**PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS**

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 4	7.391,40	-5.227,53
1 mes	615,95	-4.611,58
2 mes	615,95	-3.995,63
3 mes	615,95	-3.379,68
4 mes	615,95	-2.763,73
5 mes	615,95	-2.147,78
6 mes	615,95	-1.531,83
7 mes	615,95	-915,88
8 mes	615,95	-299,93
9 mes	615,95	316,02
10 mes	615,95	931,97
11 mes	615,95	1.547,92
12 mes	615,95	2.163,87

PERIODO DE RECUPERACIÓN: 3 AÑO Y 2 MESES PRVC

PERIODO DE RECUPERACIÓN: 4 AÑOS Y 1 MES PRVA

**Elaborado:** María Angélica Mecías

**Fuente:** Evaluación Financiera

**Análisis**

El Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar

los eventos en el corto plazo. Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que permite optimizar el proceso de toma de decisiones. Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

#### **5.04.07. Análisis de índices Financieros**

##### **5.04.07.01. ROE**

**ROE** (return on equity) se define como el cociente entre: beneficio neto después de impuestos/fondos propios y tradicionalmente ha sido un ratio utilizado para medir la rentabilidad de una compañía.

La fórmula para calcular el ROE es la siguiente:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{R.O.E} = \frac{4.665,89}{33.051,99}$$

$$\text{R.O.E} = 0,14$$

#### **Análisis**

Este indicador es un ratio puramente de rentabilidad en tanto que relaciona el beneficio después de impuestos y resultado financiero frente a los capitales aportados. Rentabilidad pues que define la capacidad de la empresa para remunerar a sus accionistas.

### 5.04.07.02. ROA

La relación entre el beneficio obtenido en un determinado período y los activos globales de una empresa.

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

$$\text{R.O.A} = \frac{4.665,89}{36.294,09}$$

$$\text{R.O.A} = 0,13$$

### Análisis

Una empresa nunca debe endeudarse por encima de su ROA. Es muy interesante el hecho de realizar un seguimiento a este ratio para comprobar la evolución de la rentabilidad que suponen las inversiones.

## Capítulo VI

### Análisis de Impactos

En el proyecto se han determinado como varias injerencias en su ejecución u operación las áreas ambientales, económicas, productivas y sociales, logrando así determinar la influencia de estas ya sea de manera positiva o negativa. Por lo tanto, a continuación se sustenta un análisis de los mismos:

#### 6.01. Impacto ambiental

Esta microempresa brinda servicios para eventos donde elabora varios adornos, los cuales no altera el medio ambiente y minimiza el impacto ambiental de contaminación mediante el uso de materiales como madera, cartón reciclado, cartón corrugado, papel celofán, papel crepe, Fomix, paja toquilla, caña guadua y botellas plásticas recicladas. Donde la gran mayoría de la decoración son elaborados con material nacional esto gracias al cambio de la matriz productiva, para demostrar la variedad artesanal en madera que posee el país y además la capacidad de los mismos para ser reutilizados para otro evento como una campaña de reciclaje donde se respete el ecosistema, se cuide la capa de ozono y se prevenga el calentamiento global.



**Figura 48.** Impacto ambiental

Fuente: Imágenes Google

## 6.02. Impacto Económico

El mercado de organización de eventos es requerida en la familias del Distrito Metropolitano de Quito, pero más en las familias del sector Norte, por lo que es favorable la inversión en este tipo de microempresa ya que los clientes están dispuesto a pagar e inclusive se les realiza una proforma conforme a su presupuesto y así se vería el efecto de repercusión que es la inyección de capital a la microempresa.

Dada la iniciativa del gobierno de incentivar la producción en el país, es más factible dar fuente de empleo lo que favorecería el crecimiento y la economía de "Eventos Alegría".



**Figura 49.** Impacto económico

Fuente: Imágenes Google

### 6.03. Impacto Productivo

La elaboración de estos proyectos influye mucho en la capital del Ecuador, específicamente en el sector Norte, ya que debido al apoyo e incentivo que la carrera de Administración Bancaria y Financiera de esta prestigiosa Institución brinda a sus estudiantes, les fomenta el emprendimiento donde de una microempresa pueden llegar a ser una gran empresa.

### 6.04. Impacto social

"Eventos Alegría" busca satisfacer las necesidades de todas las personas del sector Norte de Quito, en especial de aquellas personas que no poseen recursos económicos para pagar diferentes eventos sociales infantiles y baby shower, por ello

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.

se les brindará una capacitación y un taller práctico donde deben elaborar varios adornos, los mismos que ellos pueden dar como parte de pago de lo que solicitan. Es una fuente de empleo de manera indirecta en dicho sector de la capital y a la vez incentiva a esta población a tener una perspectiva sobre el trabajo, donde sus destrezas y habilidades sean desarrolladas.



**Figura 50.** Impacto social

**Fuente:** Imágenes Google

## Capítulo VII

### Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01. Conclusiones

- El emprender una microempresa que brinde excelentes servicios para eventos sociales infantiles y baby shower, brindando buen trato, cordialidad, alegría, puntualidad, calidad y respeto a nuestros clientes y demás personas con el objeto de que cada momento especial de las personas sea motivo de celebración.
- Con el fin de apoyar el cambio de la matriz productiva esta microempresa utilizará productos nacionales como paja toquilla, caña guadua, botellas recicladas y demás productos elaborados por mano de obra ecuatoriana y además generará así mayor fuente de empleo de una manera digna y solidaria.
- Al ser una microempresa nueva que se posesiona en el sector Norte de Quito, es importante realizar una campaña a través de trípticos, hojas volantes y roll up, en ciertos lugares de mayor afluencia en este sector, pretendiendo así que la ciudadanía conozca la gran labor que esta

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.

microempresa brindará, logrando obtener una mayor demanda hacia este tipo de servicio.

- En base a las encuestas realizadas a la población del sector Norte de Quito, se determina que este tipo de microempresa representará una gran solución hacia los padres de familia que no cuentan con el tiempo necesario para realizar un evento social a sus familiares, por lo que se considera que la demanda aumentará constantemente debido a la facilidad y calidad del servicio que se brindará.
- Conforme a la competencia establecida en dicho lugar, esta microempresa estará constantemente actualizando sus decoraciones y además capacitará e incentivará al personal que labora en el mismo con el fin de que brinden un excelente servicio para llegar a ser líder en el mercado porque solo pensando en grande, seremos grande.

## 7.02. Recomendaciones

- Que el gobierno incentive este tipo de microempresa que brinda servicios de eventos sociales mediante microcréditos en entidades bancarias, donde la tasa de interés sea más baja para beneficio de los microempresarios y de esta manera sea menos costoso para el cliente.
- Este tipo de microempresa deberá estar acorde a la realidad social y económica del entorno puesto que así se beneficiarían ambas partes

tanto el cliente como la microempresa, ya que la oferta y la demanda depende en gran medida de esta interrelación.

- Deberá ser siempre el pilar fundamental de esta microempresa brindar un excelente servicio, en donde el cliente será la prioridad con el fin de cubrir sus necesidades de una manera rápida y satisfactoria.
- "Eventos Alegría", necesitará enfocarse en la elaboración de diversos adornos como: Sorpresas, centro de mesa, invitaciones y cajitas de pastel, en materiales no tóxicos e hipo alérgico, para evitar una reacción alérgica en niños y adultos.
- Los proveedores formarán parte esencial en este tipo de microempresa, por lo cual es recomendable que cuenten con ellos, los cuales se caractericen por poseer un alto prestigio debido a su responsabilidad, buen servicio y por la entrega inmediata de los productos requeridos.

## Bibliografía

Aula Facil (2012). *Proyectos, Cursos y Lecciones*. Recuperado de <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-6.htm>

Compañías de responsabilidad limitada (2015). *Requisitos para crear una compañía de responsabilidad limitada en el Ecuador*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/93820295/requisitos-para-crear-unacompania-de-responsabilidad-limitada-en-el-ecuador#scribd>.

Definición de Producto Interno Bruto (2015). *Qué es, Significado y Concepto*. Recuperado de <http://definicion.de/producto-interno-bruto/#ixzz3QQSeYiND>.

Derecho Ecuador (2015). *La sociedad anónima está regulada a partir del Art. 143 de la Ley de Compañías*. Recuperado de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2013/05/14/sociedad-anonima>.

Diccionario de Debitoor (2015). *Definición de balanza comercial*. Recuperado de <https://debitoor.es/glosario/definicion-balanza-comercial>.

Economía (2015). *Tasas de interés*. Recuperado de [http://www.economia.com.mx/tasas\\_de\\_interes.htm](http://www.economia.com.mx/tasas_de_interes.htm).

eHowespañol (2013). *Factores que afectan al entorno economico de la empresa.*

Recuperado de [http://www.ehowenespanol.com/factores-afectan-entorno-economico-empresa-lista\\_116299/](http://www.ehowenespanol.com/factores-afectan-entorno-economico-empresa-lista_116299/)

Index Mundi (2015). *Producto Interno Bruto (PIB) (miles de millones \$).*

Recuperado <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=65&l=es>. Enero 2015.

InEventos (2014). *Qué es un evento: Historia y Clasificación.* Recuperado de

<http://www.ineventos.com/blog/que-es-un-evento.aspx>.

Inflación (2015). *Definición – causas y efectos.* Recuperado de

<https://debitoor.es/glosario/definicion-inflacion>.

Kiu. (20 de febrero de 2013). *Ingenieria de Procesos.*

Kotler, Philip; Armstrong, Gary. (2012). *Principios de marketing.* (12ª edición).

Madrid.

Lorette, K. (2013). *La voz de Houston* . Recuperado de <http://pyme.lavoztx.com/un-analisis-situacional-de-un-plan-estratgico-de-marketing-4354.html>

Marin, D. (2012). *Universidad Pedagogica Nacional.* Recuperado de <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>.

localizacion.html. Enero 2012.

Marketing mix (2015). *Las 4P del marketing*. Recuperado de <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>.

Enero 2015

Ministerio de Comercio Exterior (2015). *Balanza Comercial*. Recuperado de <https://comercioexterior.gob.ec/balanza-comercial>. Enero 2015.

Ministerio de Empleo (2015). (s.f.). *Empleo y Desempleo de los Trabajadores*. Recuperado de [http://www.seg-social.es/Internet\\_1/Trabajadores/Trabajadoresdelmar/EmpleoyDesempleo/Desempleo/index.htm](http://www.seg-social.es/Internet_1/Trabajadores/Trabajadoresdelmar/EmpleoyDesempleo/Desempleo/index.htm)

Plan General Contable (2014). *Maquinaria*. Recuperado de [http://www.plangeneralcontable.com/?tit=213-maquinaria&name=GeTia&contentId=pgc\\_213](http://www.plangeneralcontable.com/?tit=213-maquinaria&name=GeTia&contentId=pgc_213). Julio 2014.

O'Leary. (2014). *Economía web site*. Recuperado de <http://www.economia.ws/bienes-y-servicios.php>

Portales, D. (2013). *Estudio Técnico*. Recuperado de <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>

Quito en cifras (2015). *Indicadores de coyuntura en el Distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado de: <http://www.institutodelaciudad.com.ec/attachments/article/173/quitoencifras1Web.pdf>.

Riosalva, Karen (2015). *Factores económicos y tecnológicos*. Recuperado de <http://karenriosalva.blogspot.com/>. Enero 2015

Reposicion UCI. (2010). *Capitulo del Estudio Técnico Reposición*. Recuperado de [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo\\_del\\_Estudio\\_Tecnico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf)

Rodriguez, F. (2014). *Ingenieria de metodos*. Recuperado de <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4100002/lecciones/taxonomia/layout.htm>

Servicio de Rentas Interna (2015). *¿Quiénes son las personas naturales?*. Recuperado de <http://www.sri.gob.ec/de/31>. Enero 2015.

Urbina, G. B. (2006). *proyectos. korea*.

## Anexos



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES, INFANTILES Y BABY SHOWER, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2015.