



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA
A LA DECORACIÓN DE INTERIORES A BASE DE MOLDES DE YESO Y
GYPSUM, UBICADA EN LA PARROQUIA EL CONDADO AL NORTE DEL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

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

Autor: Zhungur Lupercio Wilson Alberto

Tutor: Ing. Moreno Juan.

Quito, Abril 2015

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN TUTOR Y LECTOR

APOYAR AL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DECORACIÓN DE INTERIORES A BASE DE MOLDES DE YESO Y GYPSUM, UBICADA EN LA PARROQUIA EL CONDADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

DECLARATORIA

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

Wilson Alberto Zhungur Lupercio

CC 1719597005

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS

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 **Zhungur Lupercio Wilson Alberto**, 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 Bancaria y Financiera 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 “**APOYAR AL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DECORACIÓN DE INTERIORES A BASE DE MOLDES DE YESO Y GYPSUM, UBICADA EN LA PARROQUIA EL CONDADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015**” el cual incluye la creación, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de la empresa de Diseño de Interiores a base de moldes de yeso y Gypsum, 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 gratuita todos los derechos patrimoniales de la empresa de Diseño de Interiores a base de moldes de yeso y Gypsum, escrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar la Empresa de Diseño de Interiores

APOYAR AL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DECORACIÓN DE INTERIORES A BASE DE MOLDES DE YESO Y GYPSUM, UBICADA EN LA PARROQUIA EL CONDADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

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 de la empresa de Diseño de Interiores por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de la creación de la empresa que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la creación de la empresa 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 reconvencción, 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) _____
Wilson Alberto Zhungur Lupercio
C.C. N° 1719597005
CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico
CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad.

Le doy gracias al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por brindarme la oportunidad de estudiar en sus instalaciones, por el conocimiento otorgado por parte de cada uno de los docentes de la institución.

DEDICATORIA

A mi madre por el apoyo incondicional

A mi hijo, por ser la fuente de mi inspiración

A mi esposa por tenerme paciencia y brindarme su amor

A mis hermanos por el respaldo y confianza prestada

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN TUTOR Y LECTOR.....	I
DECLARATORIA	II
CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS.....	III
AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	XIV
RESUMEN EJECUTIVO	XV
ABSTRACT	XVII
CAPITULO I.....	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.01 Antecedentes.....	1
1.02. Justificación	3
1.02.01 Producto	3
CAPITULO II	6
2.0 Análisis Situacional.....	6
2.01 Ambiente Externo.....	6
2.01.02 Factor social/cultural.....	10
2.01.03 Factor Geográfico	10
2.02 Entorno Local	11
2.02.01 Clientes.	11
2.02.02 Proveedores.....	11
2.02.03 Competencia	12
2.03 Análisis Interno.....	14
2.03.01 Propuesta estratégica.....	14
2.03.01.03 Objetivos.....	15
2.03.02 Gestión administrativa	16
2.03.03 Gestión operativa	20

2.03.04 Gestión comercial	22
2.04 Análisis FODA	25
CAPITULO III.....	27
3.0 Estudio de Mercado.....	27
3.01 Análisis del consumidor.....	28
3.01.01. Factores que influyen el comportamiento del consumidor.....	28
3.01.03 Técnicas de obtención de información	33
3.01.03.01 Técnicas para recolección de información.....	33
3.01.04 Modelo de Encuesta.....	34
3.01.03 Análisis de la información	36
3.02. Demanda.....	49
3.02.01 Calculo de la demanda Actual	50
3.02.02 Demanda Proyectada	51
3.03 Oferta.....	52
3.03.01 Oferta actual.....	52
3.03.04. Oferta Proyectada	52
3.04 Balance Oferta – Demanda.....	53
3.04.01 Balance Actual.....	53
CAPITULO IV	55
4.0 Estudio técnico	55
4.01 Tamaño del proyecto	56
4.02 Localización.....	57
4.02.01 Macro localización.....	58
4.02.02 Micro –localización	59
4.02.03 Localización óptima.....	59
4.03 Ingeniería del proyecto	60
4.03.01 Razones de cercanía.....	60
CAPÍTULO V.....	68
5. Estudio Financiero.....	68
5.01 Ingresos operacionales y no operacionales.....	68

5.01.01. Mano de obra directa.....	69
5.01.04 Cálculo de Ingresos Operacionales.....	72
5.01.05 Cálculo de Ingresos No Operacionales.....	74
5.02 Costos.....	74
5.02.01 Costo Directo.....	74
5.02.02 Costo Indirecto.....	74
5.02.03 Gastos.....	75
5.02.04 Gastos de Ventas.....	77
5.02.05. Proyección de Costos y Gastos.....	78
5.02.06 Gastos de constitución.....	79
5.02.07 Costos Financieros.....	80
5.02.08 Costos Fijos y Variables.....	80
5.03.01 Inversión Fija.....	81
5.03.01.01 Activos Fijos.....	81
5.03.02 Capital de Trabajo.....	83
5.03.03 Fuente de Financiamiento y uso de fondos.....	85
5.03.04 Amortización de Financiamiento.....	85
5.03.06 Estado de Situación Inicial.....	89
5.03.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).....	90
5.03.08 Flujo Caja Proyectado.....	91
5.03.1 Tasa de descuento.....	92
5.03.02 Valor presente Neto –VAN.....	93
5.03.04 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	94
5.03.05 PRI (Período de recuperación de la inversión).....	95
5.03.06 Relación Costo Beneficio (RC/B).....	95
5.04.07 Punto de equilibrio.....	97
5.04.08 Análisis de índices financieros.....	100
5.03.08.05 Razones de Rentabilidad.....	104
CAPÍTULO VI.....	107
6.0 Análisis de Impactos.....	107

6.01 Impacto económico	108
6.02 Impacto productivo.....	108
6.03 Impacto social.....	108
CAPÍTULO VII.....	109
7.01 Conclusiones.....	109
7.02 Recomendaciones	110
7.02.01 Sostenibilidad del Proyecto	110
7.02.02 Alcances a futuro	111
ANEXOS	112
BIBLIOGRAFÍA.....	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	11
Tabla 2.....	12
Tabla 3.....	19
Tabla 4.....	20
Tabla 5.....	25
Tabla 6.....	26
Tabla 7.....	26
Tabla 8.....	32
Tabla 9.....	36
Tabla 10.....	37
Tabla 11.....	40
Tabla 12.....	41
Tabla 13.....	42
Tabla 14.....	43
Tabla 15.....	44
Tabla 16.....	46
Tabla 17.....	47
Tabla 18.....	48
Tabla 19.....	50
Tabla 20.....	50
Tabla 21.....	51
Tabla 22.....	51
Tabla 23.....	52
Tabla 24.....	53
Tabla 25.....	53
Tabla 26.....	54
Tabla 27.....	56
Tabla 28.....	58
Tabla 29.....	60
Tabla 30.....	60
Tabla 31.....	69
Tabla 32.....	69
Tabla 33.....	70
Tabla 34.....	70
Tabla 35.....	71

APOYAR AL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DECORACIÓN DE INTERIORES A BASE DE MOLDES DE YESO Y GYPSUM, UBICADA EN LA PARROQUIA EL CONDADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

Tabla 36.....	71
Tabla 37.....	72
Tabla 38.....	72
Tabla 39.....	73
Tabla 40.....	74
Tabla 41.....	75
Tabla 42.....	75
Tabla 43.....	76
Tabla 44.....	76
Tabla 45.....	77
Tabla 46.....	77
Tabla 47.....	78
Tabla 48.....	78
Tabla 49.....	79
Tabla 50.....	79
Tabla 51.....	80
Tabla 52.....	81
Tabla 53.....	84
Tabla 54.....	86
Tabla 55.....	88
Tabla 56.....	88
Tabla 57.....	89
Tabla 58.....	90
Tabla 59.....	91
Tabla 60.....	92
Tabla 61.....	93
Tabla 62.....	94
Tabla 63.....	95
Tabla 64.....	96
Tabla 65.....	97
Tabla 66.....	98
Tabla 67.....	98
Tabla 68.....	100
Tabla 69.....	101
Tabla 70.....	102
Tabla 71.....	102
Tabla 72.....	103
Tabla 73.....	104
Tabla 74.....	105
Tabla 75.....	105

Tabla 76.....	106
---------------	-----

ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafico 1 Sectores que aportaron al crecimiento del PIB	8
Grafico 2 Cifras de desempleo en Ecuador.....	9
Grafico 3 Modelo de cinco fuerzas de porter.....	13
Grafico 4 Producto Sustituto.....	14
Grafico 5 Organigrama estructural.....	17
Grafico 6 Organigrama Funcional	18
Grafico 7 Flujo grama Recepción Materia Prima	21
Grafico 8 Recepción de Facturas de compra de materiales para su previo Ingreso.....	22
Grafico 9 Trabajos realizados con Gypsum.....	24
Grafico 10 Logo de la empresa “El Maestro en Gypsum”.....	25
Grafico 11 Fases de la decisión de compra.....	31
Grafico 12 Edad	38
Grafico 13 Parroquia donde vive	39
Grafico 14 Cuáles son sus ingresos.....	40
Grafico 15 Actividad a la que se dedica.....	41
Grafico 16 Está de acuerdo con la creación de una empresa dedicada al diseño de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum.....	42
Grafico 17 Está de acuerdo con la creación de una empresa dedicada al diseño de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum.....	43
Grafico 18 Grafico 16. Marque alguna de las bondades de diseñar, remodelar el interior de su vivienda con Gypsum	45
Grafico 19. Marque alguna de las bondades de diseñar, remodelar el interior de su vivienda con Gypsum.....	46
Grafico 20 Cuándo desea remodelar el interior de su vivienda contrata los servicios de	47
Grafico 21 Cuánto estaría dispuesto a invertir en la remodelación del interior de su vivienda con Gypsum o moldes de yeso?	48
Grafico 22 Macro localización establecimiento.....	58
Grafico 23 Micro Localización	59
Grafico 24 Matriz Cruzada.....	61
Grafico 25 Tabulación.....	61
Grafico 26 Departamento Administrativo.....	62
Grafico 27 Área de Bodega.....	62
Grafico 28 Departamento Operativo.....	63

Grafico 29 Área de exhibición	63
Grafico 30 Área de Recepción	63
Grafico 31 .Baño	64
Grafico 32 Distribución de Planta.....	64
Grafico 33 Proceso productivo.....	65
Grafico 34 Maquinaria y Equipo.....	67

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa “El Maestro del Gypsum” se dedica al diseño de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum, se establecerá en la ciudad de Quito tiene como propósito principal brindar al cliente una estadía placentera y acogedora dentro de su vivienda, lugar de trabajo y más. La intención de realizar el proyecto es analizar y constatar mediante diferentes estudios, la posibilidad de crear la empresa de diseño de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum.

“El Maestro de Gypsum” requiere una inversión total de \$ 58.211,07 el cual 70 % será con fondos propios y el 30% con capital financiado. La rentabilidad del proyecto es buena la tasa interna de retorno es de 60,24 %, el periodo de recuperación el de 2 años lo cual garantiza que el proyecto sea económicamente factible.

Una de las oportunidades más claras del proyecto es que el sector de la construcción ha sido uno de los indicadores que más contribuyó en el crecimiento del PIB por lo tanto es un indicador que se encuentra estable para la creación del proyecto.

ABSTRACT

The company "Maestro del Gypsum" is dedicated to interior design based on casts and Gypsum, will be established in the city of Quito's main purpose to offer the customer a pleasant and cozy stay inside your home, workplace and more. The intention of undertaking the project is to analyze and verify by different studies, the ability to create the interior design firm based casts and Gypsum.

"The Maestro del Gypsum" requires a total investment of \$ 58,211.07 which will be 70% with equity and 30% funded capital. The profitability of the project is good internal rate of return is 60.24%, the recovery period of two years which ensures that the project is economically feasible.

One of the clearest opportunities of the project is the construction sector has been one of the indicators that most contributed to GDP growth so it is an indicator that is stable for project creation.

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.01 Antecedentes

El diseño de interiores busca crear espacios agradables, confortables, y funcionales para el usuario, es un arte de decorar espacios o habitaciones para impartir un carácter particular que se ajusta bien con la arquitectura existente. *“El diseño de interiores se ocupa de cuestiones tales como los patrones de las superficies, ornamentación, los muebles, equipamiento ligero, luces y materiales.”* (Draeme Brooke, 2011, pág. 28). También logra que el espacio sea utilizable y placentero, para hacer más fácil la actividad de quien, lo habite.

Desde que el hombre comenzó a vivir en cuatro paredes y no a la intemperie, ha buscado la forma de cambiar y mejorar el ambiente interior, esto ha llevado a una transferencia global de información, ideas, culturas que ampliaron la capacidad de

pensar de las personas sobre el concepto de la imagen interior de sus hogares. El diseño de interiores se remota al antiguo Egipto, en las tumbas donde descansaban los faraones en las cuales se encontraron decoraciones suntuosas que demuestran el poder del mismo y también se buscaba proveer la comodidad en el más allá. Como ejemplo la tumba de TutanKamon en Egipto, que fue decorada con figuras de oro y pinturas en las paredes.

La arquitectura e interiores fue constituida en julio 1996 bajo la iniciativa de explorar las ventajas del diseño interior aplicadas al incremento de la productividad y la consolidación de la imagen de las empresas

Durante la primera mitad del siglo XX el diseño de interiores era considerado como un bien de lujo, el cual solo las personas de clase alta podían acceder. Los profesionales por lo general eran artistas o arquitectos, hoy en día la expansión de esta rama del diseño ha llegado a los distintos niveles sociales de la población. Lo que sido de gran importancia decisiva a la hora de ambientar los lugares más diversos, de una vivienda, oficina, local comercial y más.

El yeso para la humanidad se ha convertido en unos de los más antiguos materiales de construcción. Durante el periodo neolítico se lo utilizaba para la realización de cimientos y muros. Hace 600 años los egipcios preparaban argamasa a partir del yeso y después lo utilizaron como estuco de yeso en el revestimiento interior de las pirámides. *“Tras varios siglos de olvido, el mundo del arte se volvió a reconciliar con este material de la mano de Andrea Verrocchio (1435- 1488) quien, según se*

cuenta, hizo resurgir la utilización del yeso realizando numerosos moldes “ (Navarro, 2005)

John F. Pile (1988) plantea que, “si se estima un promedio de la cantidad de horas que las personas pasan en un interior, el mismo ocuparía el 90% del tiempo del día, para destinar solo un 10 % que se pasa en el exterior. En consecuencia, el autor plantea que, exista o no una preferencia por estar en contacto con la naturaleza, la vida actual transcurre mayormente dentro de los edificios. De esta manera, expresa la importancia del diseño de interiores en la vida de las personas”

1.02. Justificación

En la actualidad el mercado y su estructura son factores predominantes para el desarrollo del proyecto es por eso que el estudio de factibilidad tiene por objetivo determinar la viabilidad del mismo. Al realizar el estudio se busca obtener información veraz sobre las necesidades existentes en la ciudad con relación al diseño de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum. La implementación de esta nueva empresa creara nuevas alternativas para el consumidor final.

1.02.01 Producto

El yeso sulfato de calcio di hidratado ($\text{CaSO}_4 \cdot 2\text{H}_2\text{O}$) es un mineral natural, obtenido de yacimientos naturales que se presenta en muchas estructuras y colores diferentes, se ha formado por evaporación marina durante muchos millones de años, la fase de evaporación duro miles de años y llevo a la formación de capas gruesas de yeso. Este mineral se extrae de las canteras sometiendo a varias fases preparatorias y

productivas, entre ellas la calcinación para obtener la escayola, una forma deshidratada del yeso.

Hoy en día *“el yeso es un producto en la vanguardia de la técnica y su uso se ha generalizado como material fundamental en la construcción. Sus propiedades estéticas y mecánicas le convierten en la mejor elección para lograr confort y calidad de vida.”* (Tuyango Saint-Global, 2000, pág. s/n)

El Gypsum en una placa de yeso que está formado por un núcleo de roca de yeso Bihidratado y tiene dos caras de celulosa especial muy resistente. *“Cuando el sulfato de calcio desarrolla sus cristales entre las fibras del papel, se produce una unión muy fuerte de yeso con celulosa, lo que resulta ser un material ideal para la construcción”* (Arquin S.A., 2008)

Las láminas de Gypsum son aplicables en la construcción, diseño, remodelación tanto para tumbados como para divisiones de interiores y exteriores ya que es un material resistente y cumple con normas de seguridad como es la anti-humedad . Estas se pueden colocar sobre estructuras de madera o de metal, suelen ser utilizadas también para recubrir superficies de concreto o madera. El Gypsum ha ido incrementando su mercado en gran escala en los últimos años debido a sus múltiples características entre ellas:

- **Poseer comportamiento acústico**
- **Son anti-inflamables** ya que pueden ser utilizados para áreas interiores como cocinas o áreas industriales ,

- **Resistente a la humedad** estas planchas están diseñadas para soportar la exposición indirecta a la humedad, pueden ser utilizadas en cocinas, baños, pasillos exteriores, porches abiertos, cornisas y bordes de los techos.
- **Ahorro y tiempo** *“Se requiere de menos mano de obra. Una pared de losa que normalmente tardaría entre 2 y 3 días en terminarla, con el Gypsum estaría lista máximo en 3 horas. Esto se debe a que el Gypsum está hecho por tableros o planchas de medidas estándares (1,22 x 2,44 m), que bien podrían asociarse como grandes piezas de ‘rompecabezas’ o ‘lego’, que se arman en seco sobre estructuras metálicas (parantes y montantes), que vendrían a ser el ‘esqueleto’ y soporte de la construcción”* (Diario Expreso, 2012, pág. s/n)
- **Vertibilidad**, ideales para detalles arquitectónicos ya que brinda una fácil, rápida y limpia instalación, son fáciles de moldear y curvar con solo pulir y empastar, se pueden lograr diferentes diseños como figuras geométricas, cúpulas, olas, parábolas y diseños más novedosos.

El crecimiento del sector inmobiliario en los últimos años, cuya bonanza se refleja en cada una de las edificaciones que se levantan día a día en las ciudades y en los innumerables proyectos habitacionales tanto privados como públicos que impulsa el gobierno ecuatoriano, el proyecto trata de tener acogida en la decoración de diseño de interiores en los proyectos habitacionales antes mencionados, ya que busca que estos ambientes que sean agradables, atractivos y principalmente funcionales a la actividad diaria de cada persona, así como aportar en el cambio de la matriz productiva.

CAPITULO II

2.0 Análisis Situacional

El presente estudio de mercado tiene por objetivo investigar las necesidades que tiene el consumidor potencial de un bien o servicio, pretende estimar el número de consumidores que tendría el mismo, así como las características y el precio del producto o servicio.

2.01 Ambiente Externo

2.01.01 Factor económico

2.01.01.01 Inflación

Es el Incremento de los precios de bienes y servicios durante un período de tiempo determinado, especialmente un año. Esta es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de

bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

“Ecuador registró una inflación mensual de 0,18% en noviembre del 2014 frente al 0,39% del mismo mes del 2013, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). En el onceavo mes del año, el país reportó una inflación anual de 3,76% y una acumulada de 3,55%. En noviembre del 2013, la inflación anual llegó a 2,30% y la acumulada a 2,49%.”

La división de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas es la que más contribuyó en la variación del IPC con el 69,33% del total, seguida por Alojamiento, Agua, Electricidad, Gas y otros Combustibles con el 25,82%.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto

Es el valor monetario de la producción de bienes y servicios de un país durante un periodo determinado. La construcción en el Ecuador es la principal industria que mayor crecimiento económico ha tenido en el 2013, en el cual producto interno bruto llegó al 4,5 % según un informe del Banco Central del Ecuador, esto se debe a las obras públicas por parte del gobierno nacional y el sector privado. Aunque el sector no alcanzó el ritmo de años anteriores como es del 14% en el 2012, se sigue manteniendo en la cima de los demás, según *“Jaime Rumbca director de la Asociación de promotores de Vivienda del Ecuador señala que esto se debe a que el gobierno destino menos recursos a la inversión en obra pública y a que el sector inmobiliario perdió dinamismo”*. (Revista Lideres, 2014, pág. s/n) Otras de las complicaciones que tuvo el sector inmobiliario a

finales del año son las nuevas regulaciones gubernamentales y también los retrasos del BIESS en la entrega de créditos hipotecarios, ya que el BIESS cubre más del 60% de los préstamos de vivienda.



Grafico 1 Sectores que aportaron al crecimiento del PIB

Fuente: Diario el Telégrafo

2.01.01.03 Tasas de desempleo

“El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) publicó el reporte de Indicadores laborales en el cual se observa que el desempleo nacional se ubicó en 4,65%, en comparación de junio del 2013 que alcanzó el 3,91%, añadiendo que la ocupación plena, conformada por las personas que trabajan como mínimo la jornada legal y ganan más que el salario básico, llegó al 44,57%. El INEC también publicó los datos del área urbana, destacando que la tasa de ocupados plenos e incrementó 3,49 puntos porcentuales al pasar de 50,53% en el noveno mes del año anterior a 54,02% en septiembre de este año” (Diario el comercio, 2014, pág. s/n)

El subempleo se redujo dos puntos porcentuales, pero el desempleo subió un punto, ubicándose en el 4,67%. De acuerdo al INEC, Quito es una de las ciudades que presento mayor incremento de la ocupación plena. El subempleo en Quito registra la mayor disminución al pasar de 30,46% en septiembre 2013 a 25,50% en septiembre de 2014. Según el INEC en septiembre 2014, la ocupación plena a nivel nacional alcanza el 44,57%, el subempleo el 51,20% y el desempleo 3,90%. Una encuesta realizada por el INEC revela que aproximadamente 8 de cada 10 empleos en el área urbana son generados por el sector privado, tendencia que se ha mantenido en los últimos años.

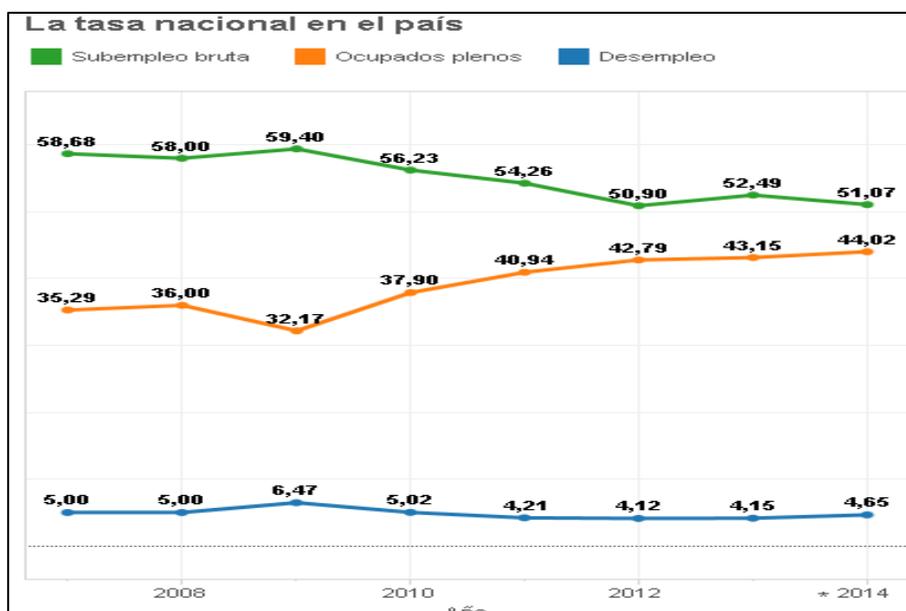


Grafico 2 Cifras de desempleo en Ecuador

Fuente: Diario el comercio /INEC

Según los datos estadísticos este factor no será una amenaza para la empresa ya que el desempleo ha incrementado significativamente, la empresa pretende es ayudar

que el índice de desempleo disminuya, brindando empleo y estabilidad laboral, para que las personas tengan una vida plena y digna.

2.01.01.04 Riesgo país

Es el que mide el grado de riesgo de un país con las inversiones extranjeras, este factor es muy importante para este proyecto, debido a que las relaciones que mantenemos con países que importamos planchas de yeso, que es nuestra materia prima y por supuesto de más bajo costo. Este indicador nos ayuda a estar alerta para cualquier eventualidad, así poder buscar una estrategia y cubrir con las necesidades de nuestros clientes

2.01.02 Factor social/cultural

Es el conjunto de patrones y características relacionados con el estilo de vida y costumbres, valores sociales y las creencias de una sociedad.

El sector socio cultural en la actualidad es muy beneficio para la realización del proyecto, ya que las personas tienen tendencia a decorar sus hogares de manera diferente a lo tradicional, esta empresa lo que busca es darles nuevas alternativas a las personas en el diseño de interiores.

2.01.03 Factor Geográfico

El factor geográfico se es uno de los factores claves para la realización de este proyecto ya que en Quito los cambios climáticos son muy frecuentes, como por ejemplo los calores intensos, las fuertes lluvias y en especial los temblores que hemos sufrido en los últimos meses. Este factor se ha tomado como una oportunidad ya que el Gypsum es

un material antisísmico, liviano y resistente a la humedad. Lo que para muchos es de gran ventaja debido a que es muy utilizado en la elaboración de paredes, tumbados, en la decoración de interiores y construcciones.

2.02 Entorno Local

2.02.01 Clientes.

Es el grupo de empresas o personas con ciertas características específicas hacia los cuales la organización se enfoca, y coordina sus esfuerzos productivos y comerciales.

2.02.02 Proveedores

Son las personas o entidades que ofrecen bienes y servicios, requeridos por la empresa para producir o para brindar un servicio a los clientes.

La empresa contara con proveedores que cumplan con requisitos dispuestos por la empresa, como son proveer materia prima en condiciones óptimas para su uso, tener en stop materia prima siempre que la empresa lo pida y por supuesto costos bajos de materia prima.

Tabla 1

Proveedores

Proveedores	Materiales que Ofrecen
Gypsum Quito.com	Planchas de Gypsum, estructuras, Tornillos, Cinta, Estuco
CIEPAR Distribuidora de Gypsum	Planchas de Gypsum y moldes de yeso
TPC Tecnologías y productos para la construcción	Planchas de Gypsum

Fuente: Análisis Situacional

Elaborado por: Wilson Zhungur

2.02.03 Competencia

La competencia son las capacidades, cualidades, conocimientos, que tienen los seres humanos (empresas) en la vida diaria.

El estudio de la competencia es fundamental ya que la estrategia de ventas que se va a utilizar debe ser analizada minuciosamente, para poder aprovechar las ventajas y desventajas del mismo.

Tabla 2

Competencias actuales

Competencia	Dirección
TEC- GYPSUM CIA, LDTA	De las toronjas N50- 163 y Av., Eloy Alfaro
ACIMCO Sistemas Constructivos Modernos	AV. Eloy Alfaro y Eucaliptos
Trabajadores informales	Quito

Fuente: Análisis Situacional

Elaborado por: Wilson Zhungur

Dentro de este análisis se debe tomar muy en cuenta las cinco fuerzas de Porter.

La cual podemos observar a continuación:

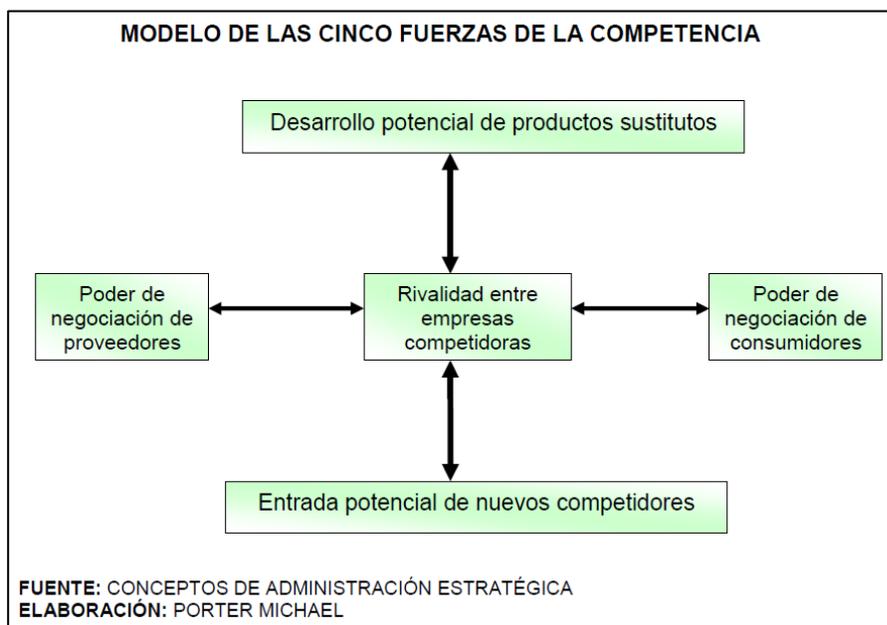


Gráfico 3 Modelo de cinco fuerzas de porter

Análisis

Las cinco fuerzas de porter es una herramienta que permite conocer el grado de competencia que existe en una empresa, permite realizar un análisis externo que sirva para formular estrategias destinadas a aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas.

2.02.03.01 Rivalidad entre las empresas que compiten.

Son las rivalidades que tienen las empresas unas a otras, como resultado de apropiarse de gran parte del mercado, la estrategia más adecuada que implementaría la empresa, es una ventaja competitiva la cual consiste en aumentar la variedad de nuestros productos, con una asesoría personalizada a nuestros clientes.

2.02.03.02 Productos sustitutos.

Los Productos sustitutos son aquellos bienes que poseen características parecidas a los productos que están en el mercado.

Planchas de Fibrocemento
Es una plancha fabricada a base de cemento silice, fibras de celulosa y aditivos



Grafico 4 Producto Sustituto

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta estratégica.

2.03.01.01 Misión

Somos una empresa dedicada a la decoración de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum, que trata de ganar mercado a nivel nacional, siempre teniendo en cuenta la satisfacción completa de nuestros clientes

2.03.01.02 Visión

Ser una empresa reconocida a nivel nacional en el 2020, dedicada a la decoración de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum, brindando siempre una atención personalizada con el fin de obtener una completa satisfacción del cliente.

2.03.01.03 Objetivos

2.03.01.03.01 Objetivo General

Diseñar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la decoración de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum con el propósito de obtener rentabilidad y que permita el cambio de la matriz productiva

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para conocer la demanda insatisfecha para el sector de la construcción.
- Ejecutar un estudio técnico para determinar el tamaño y localización del proyecto.
- Evaluar financieramente el proyecto, para establecer la viabilidad del mismo.
- Recuperar la inversión en un mediano plazo
- Crear en nuestros clientes un sentimiento de confianza y bienestar.
- Realizar un estudio de la competencia actual para la realización del proyecto.

2.03.01.04 Valores

- **Honestidad:** Actuar con la debida transparencia entendiendo que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular para alcanzar los propósitos misionales.
- **Responsabilidad.-** Cumplir con las obligaciones que tenemos con nuestros clientes, ese es nuestro deber para que la empresa se fortalezca día a día.
- **Integridad.-** Trabajamos con nuestros clientes, de una manera abierta, honesta, sincera, consciente y con ética profesional.

- **Vocación de servicio**, define nuestra motivación para conocer y satisfacer las necesidades de los clientes dando una respuesta rápida y eficaz de sus peticiones y sugerencias, anticipándonos a sus necesidades siempre que sea posible, poniendo especial atención al trato personal
- **Excelencia**, buscamos la realización de nuestros objetivos con un trabajo bien realizado para alcanzar un nivel máximo de calidad competitiva para ser dignos de aprecio y reconocimiento.

2.03.02 Gestión administrativa

2.03.02.01 Estructura orgánica

La estructura orgánica es el cuerpo de la organización, es la forma en la empresa esta cimentada y ordenada en unidades administrativas. Es decir es la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la empresa en cuanto a las relaciones entre el gerente y los colaboradores.

2.03.02.02 Organigrama

El organigrama es una representación gráfica de la estructura formal de empresa, en la cual se representan las autoridades y la división especializada de trabajo por niveles jerárquicos. Los organigramas más utilizados de trabajo son:

- **Organigrama estructural.-** Indica las áreas o departamentos con los que contará la empresa.
- **Organigrama funcional.-** Desglosa las principales funciones de cada área o departamento.

2.3.2.2.1 Organigrama Estructural

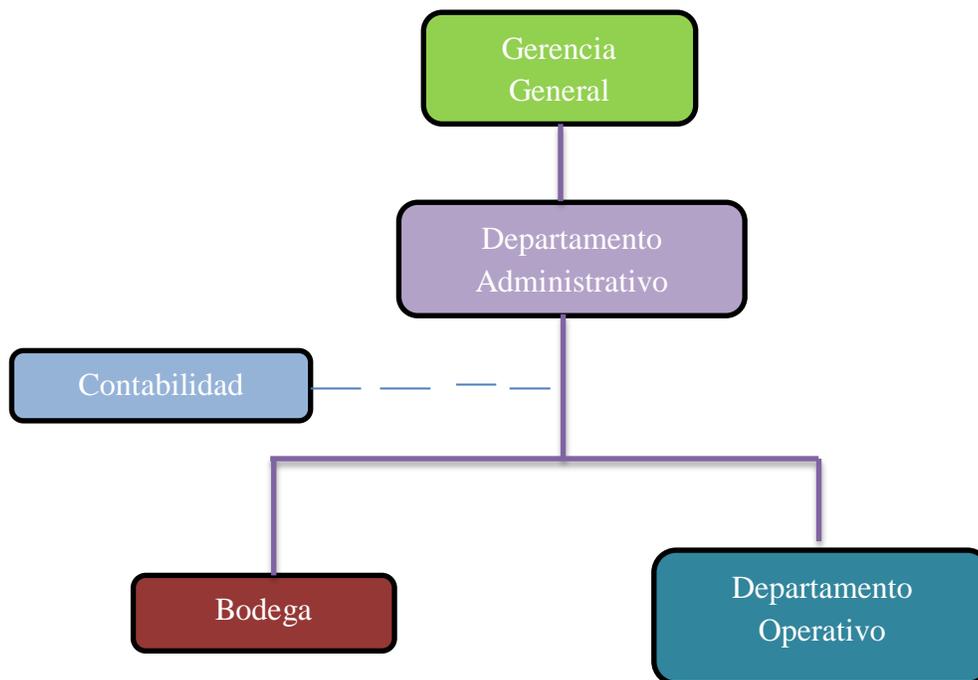


Grafico 5 Organigrama estructural

2.03.02.02.02 Organigrama funcional

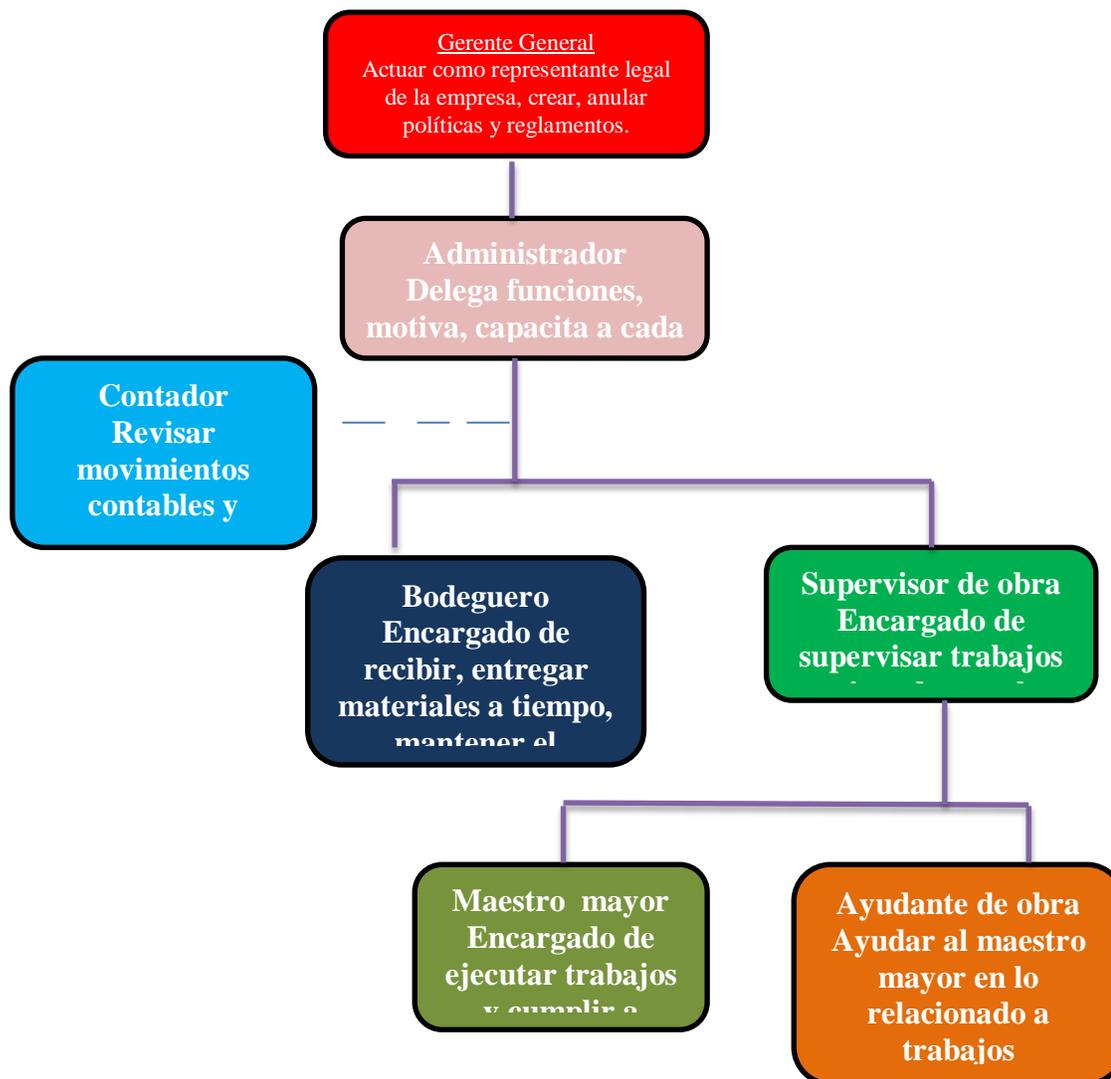


Grafico 6 Organigrama Funcional

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabla 3

Perfil de Administrador

Puesto	Administrador
Jefe inmediato	Gerente general
Cualidades	<p>Cumplir con los objetivos planteados por la gerencia.</p> <p>Don de mando. Capacidad para organizar debidamente al personal. Liderazgo. Conocimientos sólidos en administración de empresas.</p> <p>Proveer el personal adecuado para cada área de trabajo. Responsable de la apertura y cierre del local. Supervisar y controlar cada departamento e informar cualquier eventualidad</p>
Actividades	<p>Mantener la integración de la empresa, con el objetivo de mantener canales de comunicación. Relaciones públicas y marketing Crear y mantener un ambiente propicio en la empresa, para que se logren los objetivos establecidos.</p>
Relaciones de trabajo	Todas las personas
Experiencia	Mínima dos años
Condiciones de trabajo	Trabajar bajo presión

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabla 4

Perfil del Bodeguero

Puesto	Bodeguero
Jefe inmediato	Administración
Misión del puesto	Llevar responsablemente el inventario de los materiales de construcción.
Cualidades	Tener conocimiento sobre materiales de construcción así como las características de los mismos. Controlar adecuadamente el ingreso y salida de materiales. Llevar control del inventario.
Actividades	Mantener siempre en stock los materiales para la construcción. Acomodo y almacenaje de mercancía
Relaciones de trabajo	Todas las personas
Experiencia	Mínima dos años
Condiciones de trabajo	Trabajar bajo presión

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Wilson Zhungur

2.03.03 Gestión operativa

La gestión operativa es un proceso dentro de una organización, cuyo fin es prevenir las posibles consecuencias a futuro. La gestión emplea esfuerzos, recursos para llegar a una meta, a un fin u objetivo, todas estas obtenidas por la secuencia de actividades en un tiempo requerido.

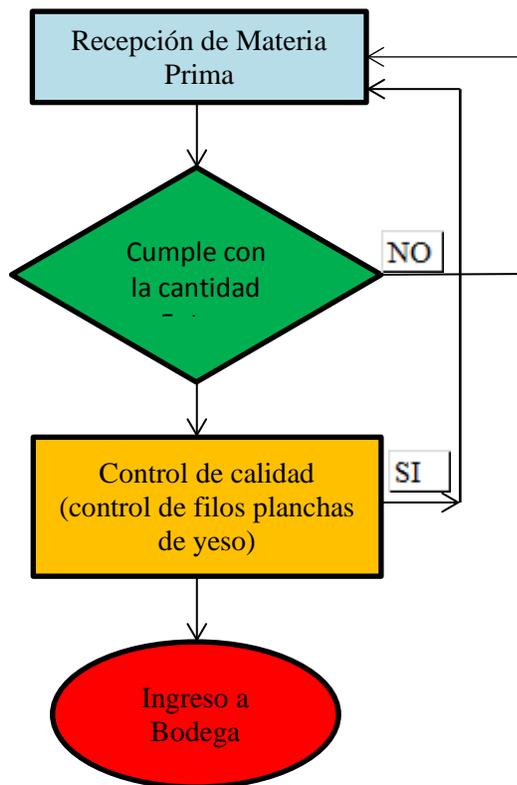


Grafico 7 Flujo grama Recepción Materia Prima

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur.

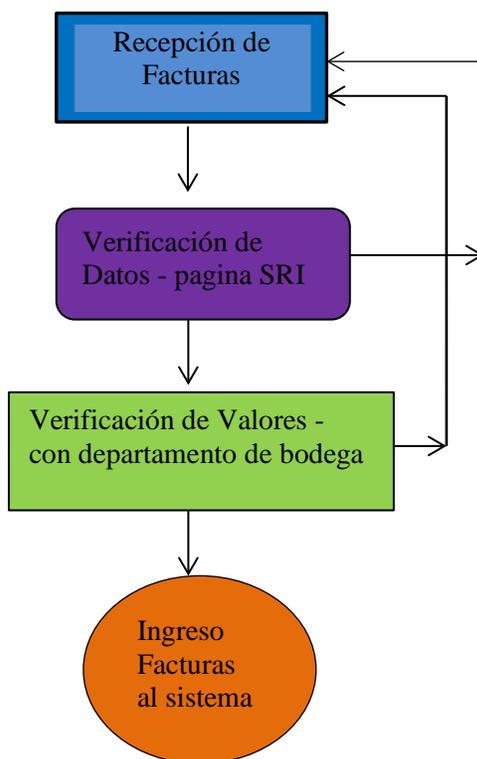


Gráfico 8 Recepción de Facturas de compra de materiales para su previo Ingreso

Fuente: **Estudio de Mercado.**

Elaborado por: Wilson Zhungur

2.03.04 Gestión comercial

La gestión comercial está relacionado con las técnicas de marketing y ventas que emplea la empresa para poder hacer llegar sus productos o servicio al cliente

2.03.04.01 Mezcla de mercado o marketing mix

Involucra estrategia, tácticas y actividades que la empresa toma con respecto al precio, producto o servicio, distribución y promoción con el fin de contribuir a la realización de los objetivos del plan de marketing de la empresa.

- **Precio**

La empresa fijara los precios de acuerdo al mercado, el cual deben estar cubiertos por los costos de producción, los gastos y el margen de utilidad deseado el cual dará el valor comercial del producto.

- **Producto o Servicio**

Son los bienes y servicios que son ofertados por una empresa, dando como resultado de un proceso de transformación.

Nuestra empresa contara con un producto o servicio que este a nivel de la competencia, siempre teniendo una ventaja competitiva ante ellos, como es la variedad de características y la atención y asesoría personalizada que nos diferencia de la competencia.

- **Características de servicio**

Cuando se trate de instalación del producto el proceso se realizara con atención personalizada, para detectar las necesidades del cliente en la obra, una vez detectado las necesidades del mismo, se procede a hacer una proforma de cuanto le va a costar el trabajo, también se deberá aclarar que una vez comenzado la obra, el cliente deberá cancelar el 70% del valor total del trabajo.



Gráfico 9 Trabajos realizados con Gypsum

Fuente: Reversidecondo, Trabajos en Yeso

- **Promoción**

Son los medios que utiliza la empresa para hacer conocer sus productos o servicios a sus clientes potenciales.

Para captar la atención de nuestros posibles clientes se va a realizar una promoción en la cual se presenta en la siguiente presentación.

Estos medios de comunicación serán tríptico, volantes los cuales serán entregados en los buzones del sector, empresas inmobiliarias y constructoras de la ciudad de Quito.

- **Plaza**

Es el lugar geográfico en el cual la empresa se desenvuelve. La empresa está ubicada en la parroquia del Condado, este sector fue escogido por la cantidad de personas que circulan diariamente por ahí, otro factor por el que se escogió este lugar es por el nivel social que poseen

2.03.04.02 Logotipo de la empresa

El logo es la representación visual más importante de la empresa, este debe ser lo suficientemente llamativo para que se pueda perdurar durante años en el mercado. El logo debe tener un diseño apropiado tiene que ser fácil de reconocer, debe lograr impactar en la mente a través de características apropiadas.



Grafico 10 Logo de la empresa “El Maestro en Gypsum”

Fuente: Análisis Situacional.

Elaborado por: Wilson Zhungur

2.04 Análisis FODA

Tabla 5

Análisis Interno

Descripción	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Filosofía Corporativa						
Misión	X					
Visión	X					
Objetivos Corporativos	X					
Gestión Administrativa						
Planificación	X					
Organización	X					
Dirección	X					
Control	X					
Gestión Operativa						
Flujo grama del proceso principal	X					

Fuente: Análisis Situacional

Elaborado por: Wilson Zhungur

APOYAR AL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DECORACIÓN DE INTERIORES A BASE DE MOLDES DE YESO Y GYPSUM, UBICADA EN LA PARROQUIA EL CONDADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

Tabla 6

Análisis Externo o Macro ambiente

Descripción	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Aspectos económicos						
Inflación			X			
PIB						X
Tasas de interés activa y pasiva					X	
Riesgo País				X		
Aspectos Socio Cultural						
Cultura		X				
Desempleo			X			
Aspecto Político						
					X	

Elaborado por: Wilson Zhungur

Fuente: Análisis Situacional

Tabla 7

Análisis del Micro entorno

Descripción	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Clientes		X				
Proveedores	X					
Competencia		X				

Fuente: Análisis Situacional

Elaborado por: Wilson Zhungur

CAPITULO III

3.0 Estudio de Mercado

"La investigación de mercados no es un fin, es un medio para alcanzar un fin: mejorar la toma de decisiones" Peter Chisnall

Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad específica y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad. La investigación de mercados es una de las funciones de la mercadotecnia que se encarga de obtener y proveer datos e información para la toma de decisiones relacionadas con la práctica de la mercadotecnia.

(Kotler & Keller, 2012), *señalan, el mercado es descrito por los economistas como el grupo de compradores y vendedores que realizan transacciones sobre un producto. Los especialistas en marketing usan el término mercado para abarcar varias agrupaciones de clientes.*

3.01 Análisis del consumidor

“El comportamiento del consumidor es aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios (Universidad de las Americas Puebla, 2012)

Todas las personas actúan como consumidores activos, tomando decisiones sobre qué, cuánto, cómo, dónde comprar los bienes y servicios que satisfagan sus necesidades.

Para cubrir las necesidades del consumidor, se debe obtener una visión global de la manera en cómo piensa, actúa, sus actividades cotidianas, y otros factores que inciden en su comportamiento y por ende en sus decisiones.

Para una empresa es sumamente importante identificar quienes son sus consumidores, de esto depende el futuro de la misma, ya que de este modo se podrán tomar decisiones de marketing.

3.01.01. Factores que influyen el comportamiento del consumidor

El comportamiento de los consumidores está influenciado por factores culturales, sociales y personales.

3.01.01.01 Factor cultural

“La cultura son el conjunto de valores, tradiciones, y costumbres que se comparten, las personas no consumen como sujetos aislados, sino que lo hacen de inmersas en una sociedad que dota de significado los consumos”. (Descals, 2006, pág. 40)

Las personas con las que interactúa el consumidor, como amigos, superiores, colaboradores, muchas veces influyen en ellos de tres formas: lo animan a nuevos

comportamientos y actitudes, pueden poner en duda el concepto personal y crear presiones que afectarán sus elecciones, aunque no siempre sus gustos, con el fin de encajar en el grupo.

Actualmente las sociedades han desarrollado infinidad de tecnologías de información y comunicación como es la televisión, radio, películas, internet, juegos de video entre otras , que permiten transmisiones de comunicación e interrelación, esto se ha convertido en una poderosa arma al momento de captar la atención y dirección de compra.

3.01.01.02 Factores Familiares

Núcleo formado por padres e hijos, desde el planteamiento de marketing es el conjunto de individuos que viven en la misma casa y comparten gastos, decisiones y consumos.

“La familia es la organización de compra más importante de los mercados de consumo sus miembros constituyen el grupo de referencia más influyente”. (Kotler & Keller, 2006, pág. 175) Las personas adquieren de sus padres una orientación religiosa, política y económica, incluso cuando el consumidor ya no interactúe demasiado con sus padres su influencia resulta significativa.

Los hijos también influyen en la decisión de compra en estos tiempos, ya sea de manera directa generada por insinuaciones, peticiones o por influencia indirecta al tener a los padres en conocimiento de producto o marca que ellos prefieren.

3.01.01.03 Factores personales

Las influencias de compra también se ven afectadas por las características personales, están incluyen la edad del comprador, ocupación, estilo de vida, personalidad, concepto personal y valores son unos de los factores predominantes al momento de comprar.

Según su género, la mujer suele valorar los vínculos y las relaciones personales al momento, lo hombres, por otro lado se guían mas por la competencia, tomando decisiones sin mayor consulta.

Otra característica que se toma en cuenta es el estilo de vida de la persona, es el patrón de consumo que refleja las alternativas que considera una persona decidir cómo gasta su tiempo y dinero.

3.01.02 Procesos de comportamiento

“El concepto de comportamiento hace referencia a la dinámica interna y externa del individuo o grupo de individuos que se origina cuando estos buscar satisfacer sus necesidades mediante bienes y servicios. En marketing el comportamiento del consumidor es el proceso de decisión y la actividad física que los individuos realizan cuando, buscan, evaluar, adquieren y usan o consumen bienes, servicios o ideas para satisfacer sus necesidades.” (Rivera & Arellano, 2013, pág. 36)

El proceso de decisión de compra implica una secuencia que empieza con la detección de una carencia, reconocimiento de una necesidad, la búsqueda y selección de alternativas, la decisión de compra y la evaluación posterior, estas etapas se pueden desarrollar todas dependiendo del producto o de la información que posea el comprador.

3.01.03 Procesos de decisión de compra

El proceso de decisión de compra tiene cinco fases:

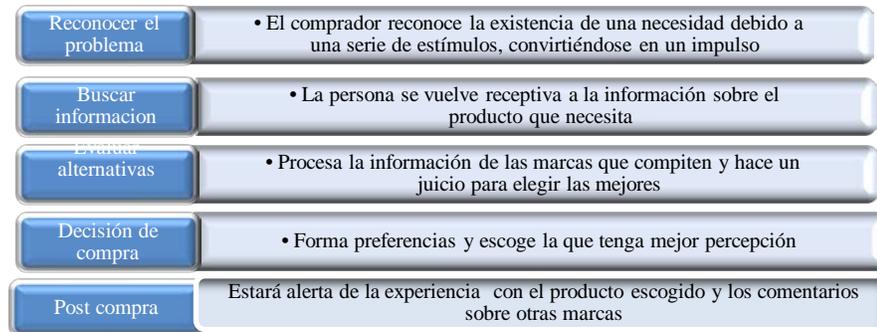


Grafico 11 Fases de la decisión de compra

Elaborado por: **ing. Juan Guevara Samaniego**

Con una alternativa a la investigación tradicional de los consumidores, se ha comenzado a desarrollar técnicas neuro científicas que analizan la actividad cerebral, evaluando las reacciones de la gente a los estímulos de marketing, como los anuncios y su efecto.

3.01.01 Determinación de la población y muestra

“Al desarrollar un proyecto de investigación “el total de observaciones en las cuales se está interesado, sea su número finito o infinito, constituye lo que se llama una población,” (Walpole y Myers, 1996, pag. 203). La muestra es una pequeña parte de la población estudiada, debe caracterizarse por ser representativa de la población.

Tabla 8

Población por grupo de edad

	Jóvenes(20-35)		Adultos (36-64)		Tercera Edad (65 y mas)		
PARROQUIA	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJER	HOMBRES	MUJERES	TOTAL POBLACION
COTOCOLLAO	4.778,00	4.967,00	4.671,00	5.729,00	1.176,00	1.545,00	22.866,00
PONCEANO	8.354,00	8.784,00	7.767,00	9.230,00	1.610,00	2.055,00	37.800,00
CONDADO	11.848,00	12.463,00	9.298,00	10.169,00	1.299,00	1.584,00	46.661,00
TOTAL	24.980,00	26.214,00	21.736,00	25.128,00	4.085,00	5.184,00	107.327,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Wilson Zhungur

Fórmula para el cálculo de la muestra

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

De donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

E = Error máximo admisible (5%)

p = Probabilidad de éxito (50%)

q = Probabilidad de fracaso (50%)

z = Distribución normal en estadística cuando el NC=95%

$$n = \frac{107.327 * (0,50) * (0,50) * (1,96)^2}{(107.327,00 - 1)(0,05)^2 + (0,50) * (0,50) * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{26831,75 * 3,842}{268,315 + 0,9604}$$

$$n = \frac{103087,584}{289,275}$$

$$n = 356$$

3.01.03 Técnicas de obtención de información

La información que se recopila puede ser de 2 tipos:

- **Información primaria**, es información original que se recoge con un objetivo específico.
- **Información secundaria**, es aquella que existe y se ha recopilado para cualquier otro fin, esta información es de bajo costo y fácil de acceso.

3.01.03.01 Técnicas para recolección de información

3.01.03.01.01 Investigación por observación

Es una técnica de investigación de campo, se puede recabar datos de forma discreta mediante observación de entornos.

3.01.03.01.02 Investigación a través de focus groups

Un focus groups está integrado por 6 a 10 personas que han sido seleccionadas de acuerdo a sus características especiales, como demografía, psico- graficas u otras consideraciones. Estas personas se reúnen para discutir diversos temas de interés a cambio de un pago simbólico.

3.01.03.01.03 Investigación a través de encuestas

Las empresas suelen realizar encuestas a las personas para conocer que quiere el consumidor, y que es lo que les satisface. *“Las encuestas es la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre datos que*

desean obtener y posteriormente reúne datos individuales para obtener la evaluación”

(Visauta, 1989, pág. 259). Esta información hace referencia a lo que las personas piensas, sienten, opinan, esperan, aprueban o desaprueban o los motivos actos, opiniones y actitudes

Las encuestas pueden ser telefónicas, on-line o personales, deben ser breves y sencillas, estas tiene algunas características que las hacen muy útiles

- Permite obtener información primaria actual.
- Ahorra tiempo al recopilar una gran cantidad de información.
- Son aplicables a cualquier tipo de personas sin importar sus características.

3.01.04 Modelo de Encuesta

A continuación se presentara la encuesta aplicada a la muestra obtenida:



ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Encuesta

A continuación se presentara la encuesta aplicada al muestra obtenida:

Objetivo: La presente encuesta tiene fines académicos y su objetivo es recolectar información referente a la creación de una empresa dedica la a decoración de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum.

Marque la respuesta correcta

1.-Genero

Masculino

Femenino

2.- Edad

20 - 25 26 -30 31-35 36- 40 40- 45 46 o mas

3.- ¿Cuáles son sus ingresos?

Entre \$ 354 y \$ 500 Entre \$501 y \$ 800 Más de \$ 801

4.- ¿Parroquia donde vive?

El Condado Ponciano Cotocollao

5.- ¿Actividad a la que se dedica?

Ama de casa Jubilado Empleado Negocio propio

6 ¿Está usted de acuerdo con la creación de una empresa dedicada al diseño de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum?

SI NO

7.- ¿Utiliza usted Gypsum o moldes de yeso, en el diseño de interior de su vivienda?

SI NO

8.- ¿Conoce las bondades de diseñar, remodelar el interior de su vivienda con Gypsum?

Anti-humedad Anti-inflamable versatilidad Ahorro y Tiempo
Sonido acústico

9.- ¿Con que frecuencia remodela su hogar con Gypsum o moldes de yeso?

De 6 meses a 1 año De 2 a 3 año De 3 a 4 años De 5 en adelante

10.- ¿Cuándo desea remodelar el interior de su vivienda contrata los servicios de?

Empresas Trabajadores Informales

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la remodelación del interior de su vivienda?

De \$ 200 a \$ 400 De \$ 401 a \$ 800 De \$ 801 en adelante

Gracias por su colaboración

3.01.03 Análisis de la información

Recolectada la información a través de una encuesta se procede hacer la tabulación de datos, con el fin de analizarlos e interpretarlos, y así poder tomar decisiones dentro de la empresa.

A continuación se presenta los resultados:

1.- Género:

Tabla 9

Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	192	53,9 %	53,9	53,9
	Femenino	164	46,1 %	46,1	100,0
	Total	356	100,0 %	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

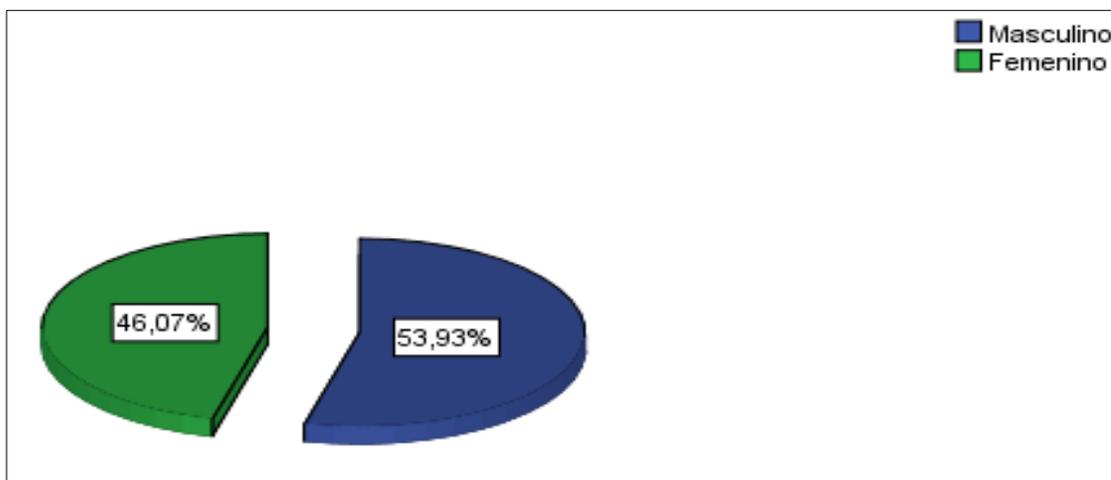


Gráfico Género

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis: Al tabular la información se encontró que el 53,93 % de las personas son de género masculino y el 46,07 % son de género femenino.

2.- Edad:

Tabla 10

Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20-25	13	3,7	3,7	3,7
	26-30	13	3,7	3,7	7,3
	31-35	49	13,8	13,8	21,1
	36-40	115	32,3	32,3	53,4
	40-45	104	29,2	29,2	82,6
	46 o mas	62	17,4	17,4	100,0
	Total	356	100,0	100,0	

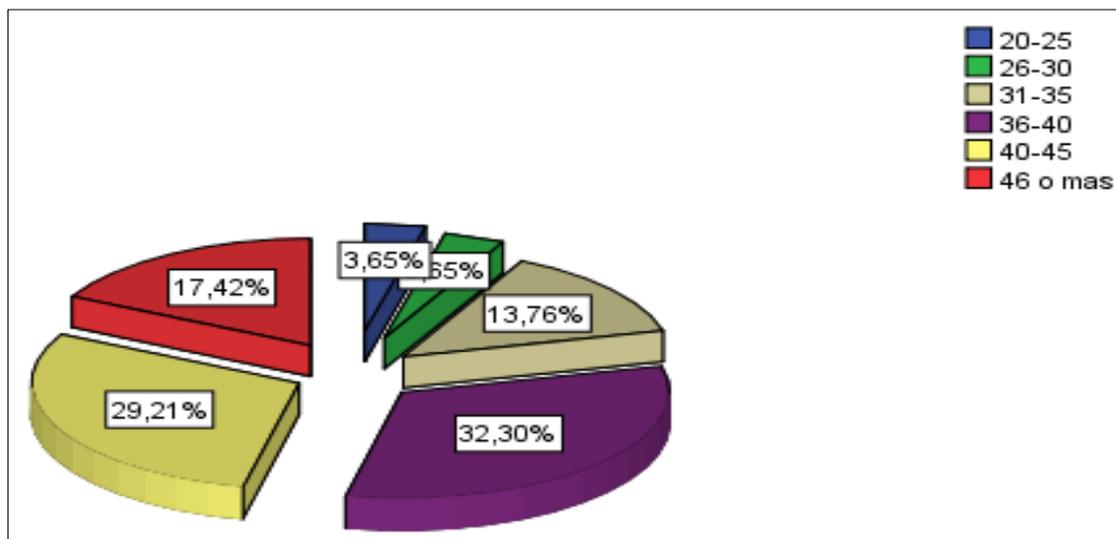


Gráfico 12 Edad

Fuente: Estudio de Mercado. **Fuente:** Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis: De los datos recopilados de la segunda pregunta, se desprende que el 32,30 % de la muestra corresponde al rango de edad de personas entre 36-40 años, seguido por los de 40-45 años con un 29,21 %, en tercer puesto están los de 46 o más años que corresponden a las personas adultas mayores con un 17,42 %, en cuarto lugar estarían los de 31- 35 años con un 13,76%, en quinto los de 26-30 años y por último los de 20-25 años con un 3.6% , con lo que podemos concluir que nuestro target, se encuentra en entre las personas de 31 en adelante.

3.- ¿Parroquia donde vive?

Tabla 11.

Parroquia donde vive

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	El Condado	117	32,9	32,9	32,9
	Ponciano Alto	157	44,1	44,1	77,0
	Cotocollao	82	23,0	23,0	100,0
	Total	356	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

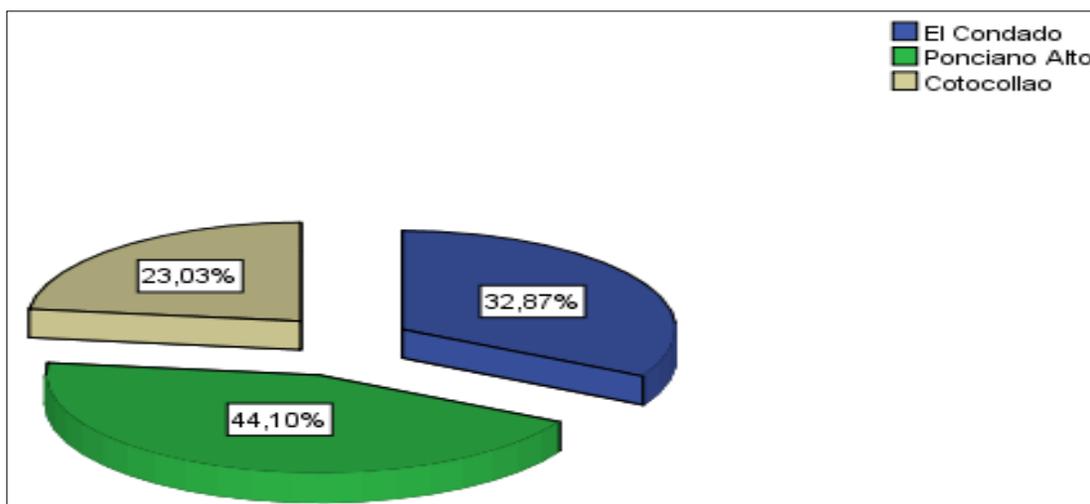


Gráfico 13 Parroquia donde vive

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis: Con los datos que se ha recopilado se puede decir que la mayoría de nuestros posibles clientes se encuentran en la parroquia de Ponciano Alto con un 44,10%,

seguido por la parroquia de Condado con 32,87 %, por último y no menos importante está la parroquia de cotocollao con un 23.03 %.

4.- ¿Cuáles son sus ingresos?

Tabla 11

Cuáles son sus ingresos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Entre \$354 y \$500	33	9,3	9,3	9,3
Entre \$501 y \$800	184	51,7	51,7	61,0
Más de \$801	139	39,0	39,0	100,0
Total	356	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

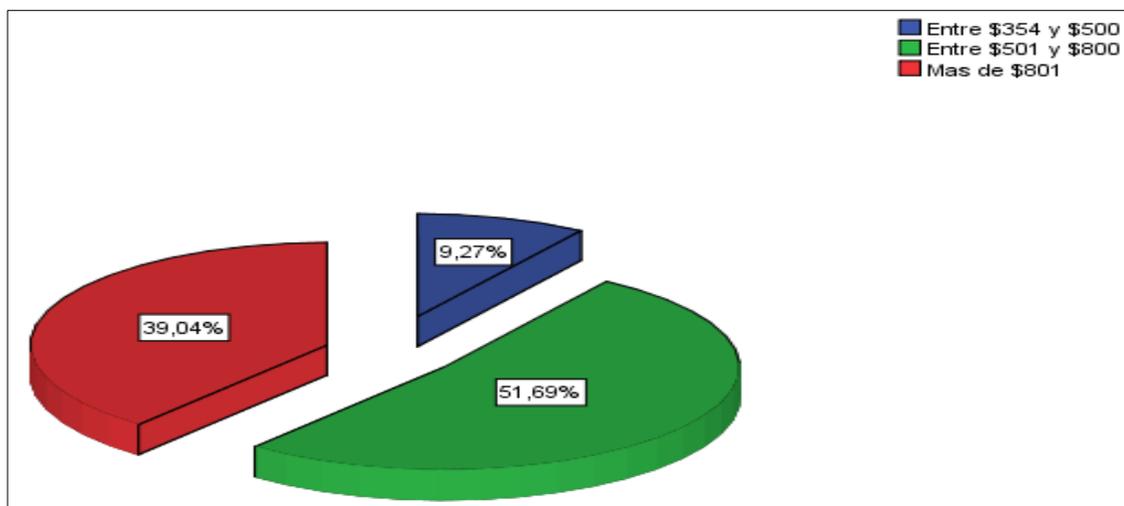


Gráfico 14 Cuáles son sus ingresos

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis: De los datos obtenidos de la pregunta, se puede decir que los ingresos de las personas están entre los \$501 en adelante. se llega a la conclusión que nuestro producto está bien encaminado al target establecido.

5.- ¿Actividad a la que se dedica?

Tabla 12

Actividad a la que se dedica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ama de casa	34	9,6	9,6	9,6
Jubilado	17	4,8	4,8	14,3
Empleado	261	73,3	73,3	87,6
Negocio propio	44	12,4	12,4	100,0
Total	356	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

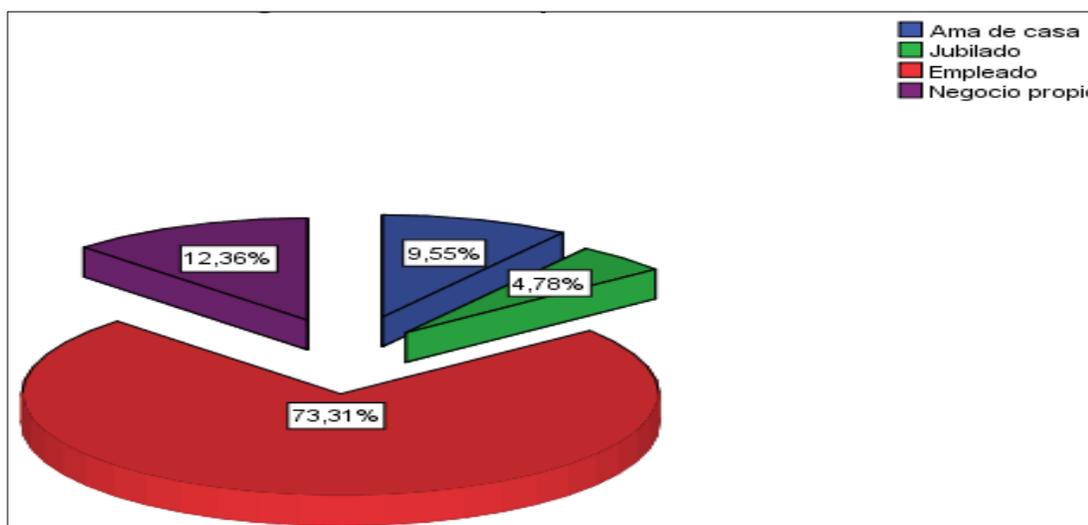


Gráfico 15 Actividad a la que se dedica

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis: La recopilación de la información a dado como resultado, que la mayoría de las personas encuestadas se encuentran en relación de dependencia con 73,31 %, en segundo lugar de las personas que tienen solvencia propia con un 12,36 %, en tercer puesta están las amas de casa con un 9,55% y en cuarto lugar las personas jubiladas con 4,78 %.

6.- ¿Está de acuerdo con la creación de una empresa dedicada al diseño de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum?

Tabla 13

Está de acuerdo con la creación de una empresa dedicada al diseño de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	276	77,5	77,5	77,5
	No	80	22,5	22,5	100,0
	Total	356	100,0	100,0	

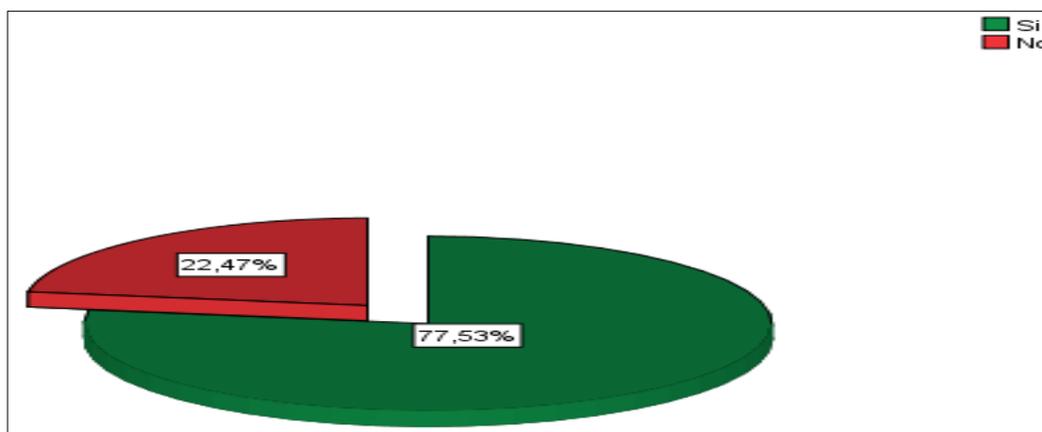


Gráfico 16 Está de acuerdo con la creación de una empresa dedicada al diseño de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum

Fuente: Estudio de Mercado.

Análisis: De los datos obtenidos de la pregunta, se desprende que el 77,53 % está de acuerdo con la creación de la empresa, sin embargo en 22,47 % no acepta la idea de la creación de la empresa, este un porcentaje un poco alto pero no se tomaría como impedimento la creación de la misma.

7.- ¿Ha escuchado hablar sobre el Gypsum o moldes de yeso?

Tabla 14

Ha escuchado hablar sobre el Gypsum o moldes de yeso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	254	71,3	71,3	71,3
	No	22	6,2	6,2	77,5
	N/A	80	22,5	22,5	100,0
	Total	356	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

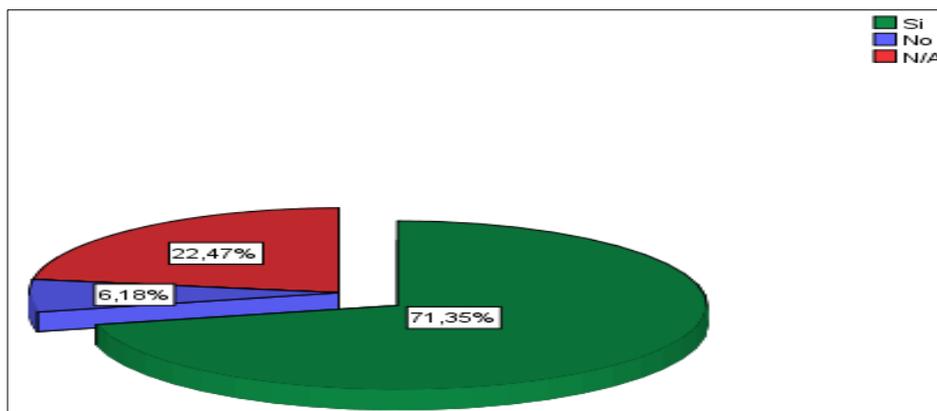


Gráfico 17 Está de acuerdo con la creación de una empresa dedicada al diseño de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis: De los datos obtenidos en la pregunta, se determina que el 71,35% de las personas encuestadas si han escuchado hablar sobre el Gypsum o moldes de yeso, el 22,47 % no han escuchado hablar sobre el Gypsum o moldes de yeso y el 6,18% no responden se lo consideraría como si desconocieran el producto.

8.- ¿Marque alguna de las bondades de diseñar, remodelar el interior de su vivienda con Gypsum?

Tabla 15

Marque alguna de las bondades de diseñar, remodelar el interior de su vivienda con Gypsum

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Anti-humedad	40	11,2	11,2	11,2
Anti-inflable	39	11,0	11,0	22,2
Versatilidad	81	22,8	22,8	44,9
Ahorro y Tiempo	83	23,3	23,3	68,3
Sonido acústico	16	4,5	4,5	72,8
N/A	97	27,2	27,2	100,0
Total	356	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

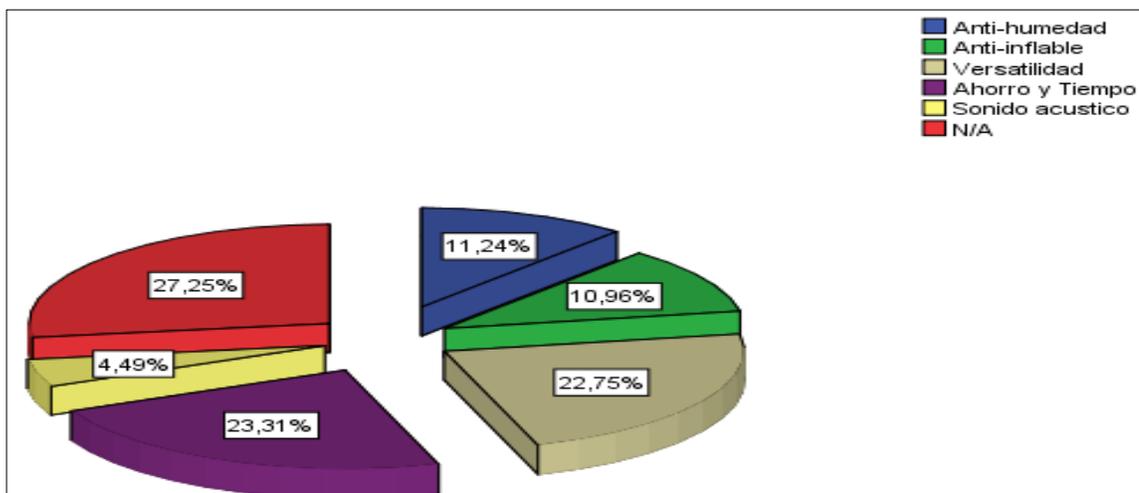


Gráfico 18 Gráfico 16. Marque alguna de las bondades de diseñar, remodelar el interior de su vivienda con Gypsum

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis: Al tabular la información de la pregunta, se encontró que el 23,31% de las personas conocen que el Gypsum tiene bondades Anti-humedad, el 22,75% que posee bondades de versatilidad, el 11,24 % que el Gypsum ahorra tiempo y dinero, el 10,96 posee la bondades anti-inflamable y el 4,49% posee bondades de Sonido acústico. Con los resultados obtenidos se llega a la conclusión que las personas suelen utilizar el Gypsum para cubrir fallas de húmedas en paredes de sus hogares.

9.- ¿Con que frecuencia remodela su hogar?

Tabla 16

¿Con que frecuencia remodela su hogar?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De 6 meses a 1 año	16	4,5	4,5	4,5
De 2 a 3 años	104	29,2	29,2	33,7
De 3 a 4 años	126	35,4	35,4	69,1
De 5 en adelante	11	3,1	3,1	72,2
N/A	99	27,8	27,8	100,0
Total	356	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

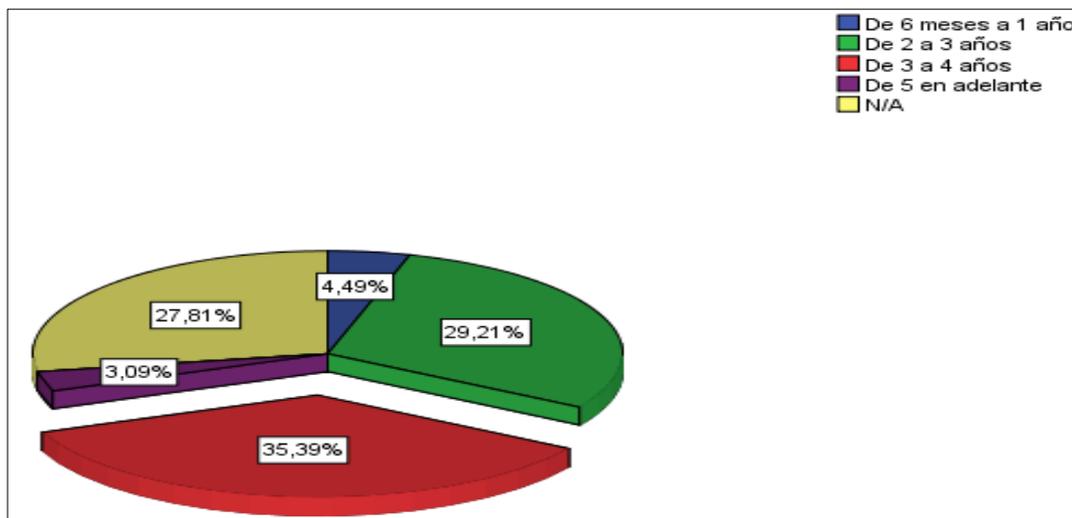


Gráfico 19. Marque alguna de las bondades de diseñar, remodelar el interior de su vivienda con Gypsum

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis: Recopilado la información se encontró que el 35,39 % de las personas remodelan su hogar de 3 a 4 años, el 29,21 % lo hacen de 2 a 3 años, el 4,49 % lo hacen de 6 meses a 1 año y el 3,09 % remodelan su hogar de 5 años en adelante.

10.- ¿Cuándo desea remodelar el interior de su vivienda contrata los servicios de?

Tabla 17

¿Cuándo desea remodelar el interior de su vivienda contrata los servicios de?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Empresas	96	27,0	27,0	27,0
Trabajadores informales	155	43,5	43,5	70,5
N/A	105	29,5	29,5	100,0
Total	356	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

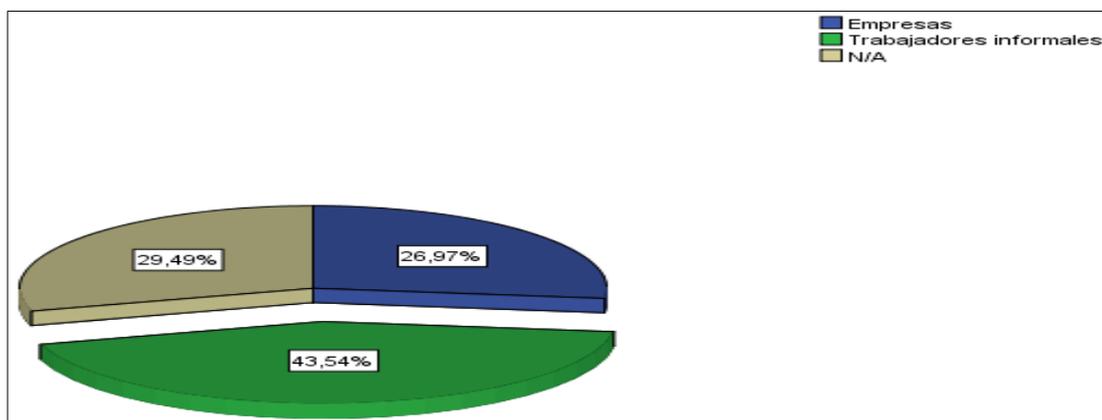


Gráfico 20 Cuándo desea remodelar el interior de su vivienda contrata los servicios de

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis: Al tabular las encuestas realizadas se encontró que el 43,54 % respondieron que contratan a trabajadores informales para remodelar su vivienda y el 26,97 contrata a empresas para remodelar su vivienda.

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la remodelación del interior de su vivienda con Gypsum o moldes de yeso?

Tabla 18

¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la remodelación del interior de su vivienda con Gypsum o moldes de yeso?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De \$200 a \$400	91	25,6	25,6	25,6
De \$401 a \$800	159	44,7	44,7	70,2
De \$801 en adelante	8	2,2	2,2	72,5
N/A	98	27,5	27,5	100,0
Total	356	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

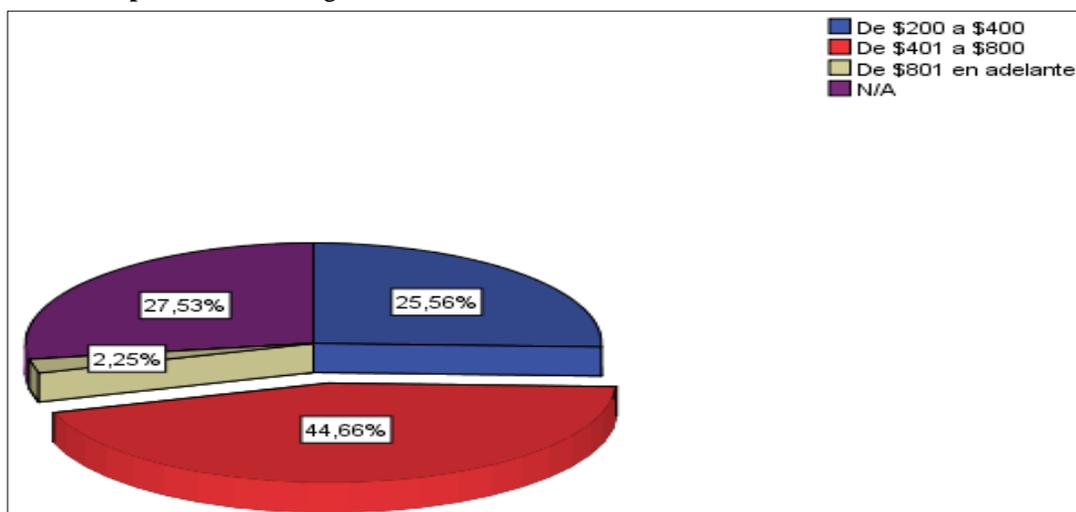


Gráfico 21 Cuánto estaría dispuesto a invertir en la remodelación del interior de su vivienda con Gypsum o moldes de yeso?

Fuente: Estudio de Mercado.

Análisis: De los datos obtenidos en la pregunta, dio como resultado que el 44.66% de las personas están dispuestos a invertir en remodelación de sus viviendas entre \$ 401 a \$ 800, el 25,56 % están dispuestos a invertir entre \$ 200 a \$ 400 y el 2,25% entre 801 en adelante. Lo que da como conclusión que nuestro producto o servicio pueden bordear entre los \$200 a \$800.

3.02. Demanda

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscarla satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Baca Urbina, 2006, pág. 14)

El principal propósito de analizar la demanda de determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto al bien o servicio. Esta va en función de una serie de factores como son la necesidad real que se tiene de un bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros.

La demanda está en función del precio, de los ingresos y del comportamiento del consumidor.

- **Demanda negativa.**- Los consumidores desapruaban el producto
- **Demanda inexistente.**- Los consumidores no les interesa el producto.
- **Demanda latente.**- El consumidor puede compartir una necesidad fuerte que no es satisfecha por los productos existentes
- **Demanda en declive.**- Los consumidores no adquieren con frecuencia el producto.
- **Demanda irregular.**- La demanda varía según el mes o estación.
- **Demanda completa.**- Los consumidores compran lo justo.

3.02.01 Calculo de la demanda Actual

Para calcular la demanda actual se procede a tomar como referencia los datos obtenidos en las encuestas realizadas a la muestra, y la tasa de crecimiento.

Tabla 19

Datos para calcular la demanda actual.

Población	107.327,00
Total Encuestas	356,00
Porcentaje mayor de aceptación	77,50
Porcentaje mayor de frecuencia	35,40

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabla 20

Resultados de la Encuesta

ACEPTACION			
Población	* Porcentaje de Aceptación mayor	=	Aceptación de personas
107.327,00	* 0,775	=	83.178,425
FRECUENCIA			
Aceptación	* Porcentaje de Frecuencia	* tiempo	= Frecuencia de Compra
83.178,425	* 0,354	* 12	= 353.341,95
PRECIO PROMEDIO			
Rango de precios	/ 2	=	Precio Promedio
(De \$401,00 + \$800,00)	/ 2	=	\$ 600,50

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabla 21

Cálculo de la Demanda Actual

Frecuencia de compra	* Precio promedio aceptado	=	Acceptación de personas
353.341,95	* \$ 600,50	=	\$ 212.181.840,90

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Wilson Zhungur

3.02.02 Demanda Proyectada

Los cambios futuros de la demanda se pueden conocer con cierta exactitud si se usan técnicas estadísticas. Para realizar el cálculo de la demanda proyectada se utilizará la tasa de crecimiento poblacional.

Tabla 22

Proyección de la Demanda

Tasa de crecimiento sector construcción 9,1 %			
AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2015	\$ 212.181.840,90	1	\$ 212.181.840,90
2016	212181840,90	1,0910	231.490.388,42
2017	231.490.388,42	1,0910	252.556.013,77
2018	252.556.013,77	1,0910	275.538.611,02
2019	275.538.611,02	1,0910	300.612.624,62
2020	300.612.624,62	1,0910	327.968.373,46

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Wilson Zhungur

3.03 Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los productores o oferentes están dispuestos a ofrecer al mercado a un precio determinado. La oferta esta en función de los precios del producto en el mercado.

3.03.01 Oferta actual

El fin primordial de analizar la oferta es medir la cantidad de bienes y servicios en que una economía puede poner a disposición en el mercado.

Para el calcula de la oferta se utiliza la pregunta referente a la competencia de la siguiente manera y en base a la demanda proyectada.

Tabla 23

Oferta Actual

Años	Demanda	Porcentaje de la competencia	Oferta
2014	\$ 212.181.840,90	0,4350	\$ 92.299.100,79

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

3.03.04. Oferta Proyectada

Para realizar el cálculo de la oferta proyectada se toma como dato el porcentaje de la muestra que está satisfecha con los productos y servicios que ofrece la competencia el cual fue de 43.50%.

Tabla 24

Proyección de la Oferta

Años	Demanda Proyectada	Porcentaje de la Competencia	Oferta Proyectada
2016	\$ 214.091.477,47	0,4350	\$ 93.129.792,70
2017	216.018.300,77	0,4350	\$ 93.967.960,83
2018	217.962.465,47	0,4350	\$ 94.813.672,48
2019	219.924.127,66	0,4350	\$ 95.666.995,53
2020	221.903.444,81	0,4350	\$ 96.527.998,49

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

3.04 Balance Oferta – Demanda

3.04.01 Balance Actual

La demanda insatisfecha es la cantidad de bienes y servicios en la cual un productor no podrá cubrir al 100%,

3.04.02 Balance Proyectado

Luego de obtener la oferta y demanda se procede a calcular la demanda insatisfecha, el cual se obtiene de la diferencia entre demanda y oferta.

Tabla 25

Balance Oferta- Demanda

Años	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2016	\$ 214.091.477,47	\$ 93.129.792,70	\$ 120.961.684,77
2017	216.018.300,77	93.967.960,83	122.050.339,93
2018	217.962.465,47	94.813.672,48	123.148.792,99
2019	219.924.127,66	95.666.995,53	124.257.132,13
2020	221.903.444,81	96.527.998,49	125.375.446,32

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

La gestión de proyectos establece que cuando se trata de una nueva unidad de producción, la misma está en capacidad de cubrir la demanda entre un 2% y un 6%.

En este caso, la demanda cubierta por la empresa será de \$ 6.048.084,24 al año y de \$ 504.007,02 mensual.

Tabla 26

Demanda Cubierta por la empresa

Año	Demanda insatisfecha	Porcentaje para cubrir demanda	Valor año	Valor mensual
2015	\$ 120.961.684,77	0,05	\$ 6.048.084,24	\$ 504.007,02

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Wilson Zhungur

CAPITULO IV

4.0 Estudio técnico

El estudio técnico permite analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir un bien o servicio que se requieren, además ayuda a verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas, las instalaciones necesarias para el proyecto y los costos de inversión, operación requeridos, así como el capital de trabajo que se requiere.

“Una de las conclusiones de este estudio es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.” (Sapag, 2003)

4.01 Tamaño del proyecto

El estudio del tamaño del proyecto es fundamental para la determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permite cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables como; la demanda, disponibilidad de insumos, alternativas tecnológicas, localización y plan estratégico comercial de desarrollo futuro de empresa.

El presente proyecto dispondrá de un área de 234 m², el cual solo 211,25 m², este espacio está diseñado para brindar comodidad a nuestros clientes y al mismo tiempo que sea funcional para nuestros trabajadores.

A continuación se detalla la distribución que tendrá la planta:

Tabla 27

Distribución de Planta por área

Áreas	Medidas en m ²	Total en m ²
Gerencia General	5,50 x4,50 =	24,75 m ²
Departamento Administrativo	3,50 x4 =	14 m ²
Bodega	7,50x4x9,50 =	46,50 m ²
Departamento Operativo	4x4 =	16 m ²
Área de exhibición	8x5,50 =	39,00 m ²
Recepción	3,50 x2 =	7,00 m ²
Baño clientes	2x2 =	4m ²
Baño personal	2x2 =	4m ²
Parqueadero clientes	13x3 =	39m ²
Área de entrega	5,50 x3 =	17 m ²
Total construcción en m2		211,25 m ²

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Wilson Zhungur

4.01.01 Capacidad instalada

La capacidad instalada, corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente, esta varía según se vaya penetrando en el mercado y se mejore la eficiencia empresarial.

La disponibilidad de contar con un área adecuada para el desenvolvimiento dentro de la empresa es muy importante, de esto depende que el trabajo sea mucho más funcional y así poder brindar un servicio adecuado.

4.01.02 capacidad óptima

“El maestro en Gypsum” contara con un área de almacenamiento de 46,50 m², en la cual ser almacenara toda la materia prima necesaria para brindar un buen servicio, esta bodega siempre estará en constante movimiento y abastecida de acuerdo a los parámetros de máximos y mínimos de stock.

4.02 Localización

La localización óptima del proyecto es el factor más importante, ya que es el que contribuye en mayor medida a que se logre mayor rentabilidad y lograr una situación de competencia, basada en menores precios, mejor capacidad de transporte y rapidez en el servicio. En la localización de un proyecto se encuentran dos puntos importantes; la Macro localización (ubicación del mercado de consumo, las fuentes de materia prima, y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios).

4.02.01 Macro localización

La macro localización consiste en determinar el área geográfica en donde estará ubicado el establecimiento.

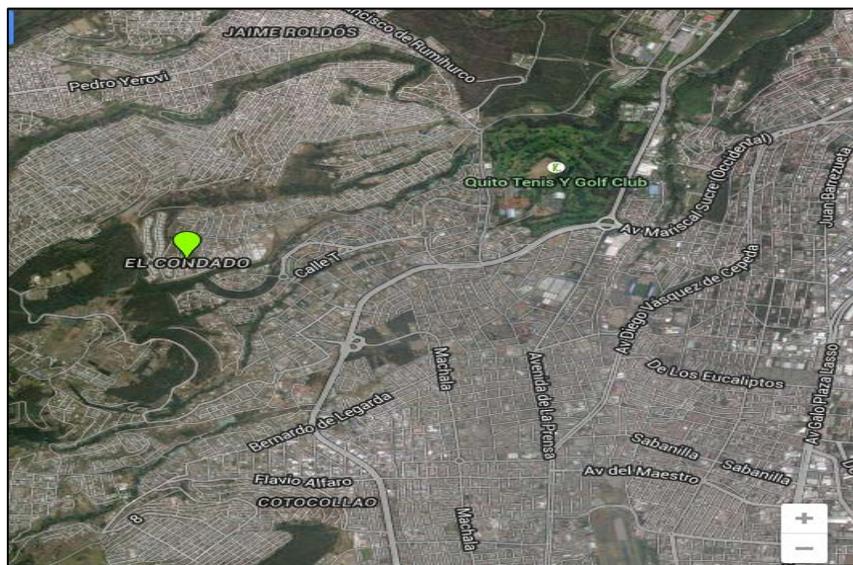


Grafico 22 Macro localización establecimiento

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 28

Macro localización.

Macro localización	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Cantón	Quito
Parroquia	El Condado
Punto de Venta	Av. Antonio José de Sucre y Pizarro

Fuente: Estudio de Técnico

Elaborado por: Wilson Zhungur

4.02.02 Micro –localización

El estudio de la micro localización se lo realiza para establecer la forma precisa la ubicación, se realiza un análisis minucioso de las variables que lo afectan directamente como; competencia, demanda, accesibilidad, congestión vehicular, disponibilidad de local, ambiente social, transporte y parqueaderos.

El presente proyecto estará ubicada en la parroquia el condado en la Av. Antonio José de Sucre N70- 128 y Pizarro



Grafico 23 Micro Localización

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Wilson Zhungur.

4.02.03 Localización óptima

Con ayuda del estudio de mercado se ha llegado a la conclusión que la localización óptima del proyecto, será en la parroquia del condado, se ha tomado esta decisión ya que este lugar cuenta con; vías de acceso adecuadas, servicios básicos, seguridad y tomando en consideración la clase social que existe en este lugar.

4.03 Ingeniería del proyecto

4.03.01 Razones de cercanía

Tabla 29

Razones de Cercanía

Valor	Cercanía
A	Absolutamente necesario
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía Indeseable

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Wilson Zhungur.

Tabla 30

Código de Cercanía

1	Proceso
2	Gestión administrativas
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Wilson Zhungur.

4.03.02 Matriz Cruzada

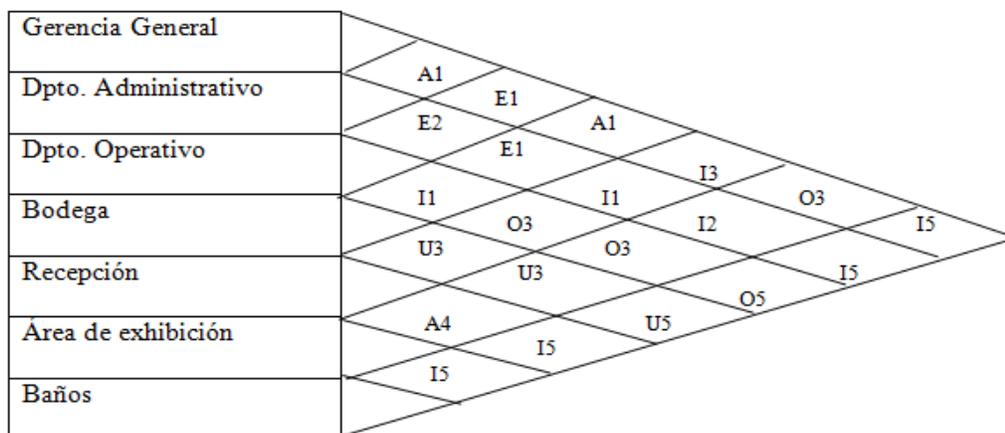


Grafico 24 Matriz Cruzada

Fuente: Estudio de Técnico

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabulación

Se realizara con cada departamento de esta manera:

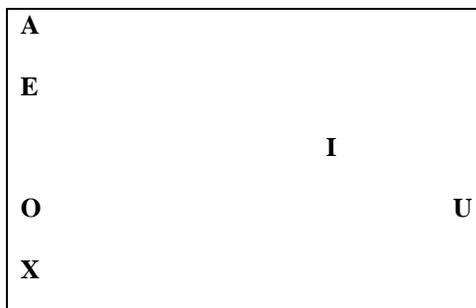


Grafico 25 Tabulación

Fuente: Estudio de Técnico

Elaborado por: Wilson Zhungur

		
A1,1		E1
O3	I3,5	U

Gráfico 20. Gerencia general

Fuente: Estudio de Técnico

Elaborado por: Wilson Zhungur

		
A1		E2,1
	I1,2,5	

Grafico 26 Departamento Administrativo

Fuente: Estudio de Técnico

Elaborado por: Wilson Zhungur

		
A1		
	I1,E1	U3,3,5

Grafico 27 Área de Bodega

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Wilson Zhungur.

		
	I1	E2,1
O3,3,5		

Grafico 28 Departamento Operativo

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Wilson Zhungur.

		
A4	I5,2	
O3,3		U3

Grafico 29 Área de exhibición

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Wilson Zhungur.

		
A1,1	I5,1,3	E1
O3		U3

Grafico 30 Área de Recepción

Fuente: Estudio Técnico.

		
	15,5,5,5	
O5		U5

Grafico 31 .Baño

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Wilson Zhungur.

4.03.01 Distribución de planta

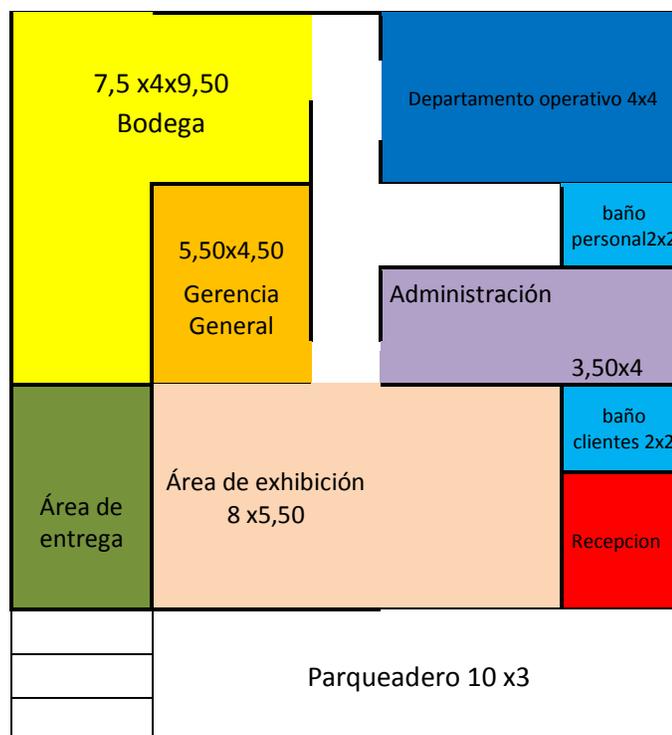


Grafico 32 Distribución de Planta

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Wilson Zhungur.

4.03.03 Proceso productivo

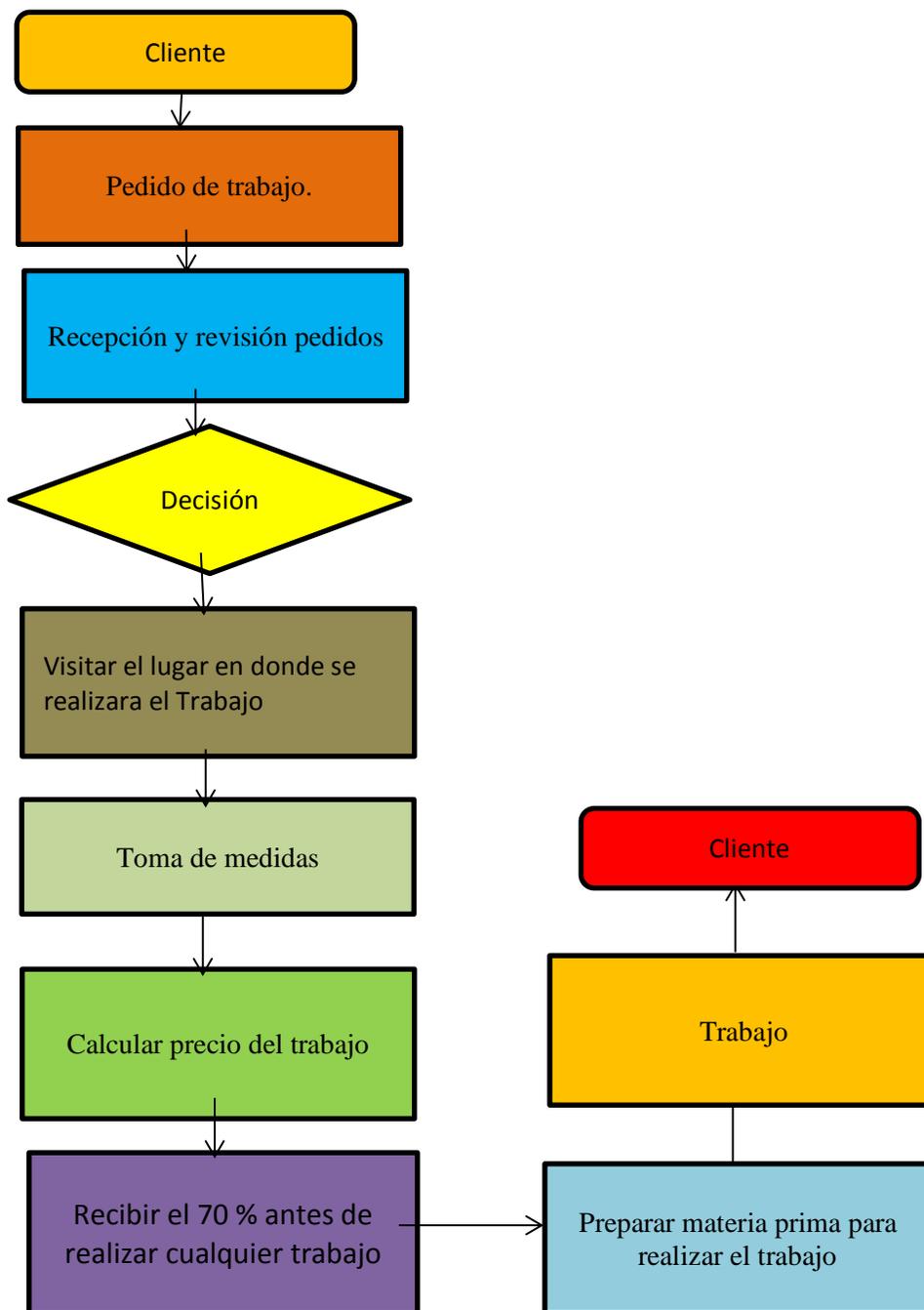


Grafico 33 Proceso productivo

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Wilson Zhungur.

4.03.04 Maquinaria y Equipo

Activos fijos		
Maquinaria y Equipo	Unidad	Grafico
Camión chevrolet NLR marca ISUZU 4JB1-TC	1	
Atornillador 540 W Para Durlock Dewalt	4	
Atornillador 20v Inalambrico Dewalt DCD 985 L2	4	
Pistola de fijacion de impacto concreto PT 22 DEWALT	2	
Pistola Impacto P/ Fijacion Gram- bel Bg-560	2	

APOYAR AL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DECORACIÓN DE INTERIORES A BASE DE MOLDES DE YESO Y GYPSUM, UBICADA EN LA PARROQUIA EL CONDADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

<p>Amoladora 4.5 ''1400 w dewalt velocidad variable</p>	<p>4</p>	
<p>Taladro percutor 1/2'' 700w vvr dewalt</p>	<p>4</p>	
<p>Taladro Inalambrico Dewalt 20v Super Potente 2 Baterías</p>	<p>4</p>	

Grafico 34 Maquinaria y Equipo

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Wilson Zhungur.

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

El estudio financiero tiene como finalidad presentar datos correspondientes a las inversiones, costos, gastos entre otros, estos datos ayudaran a evaluar financieramente y poder determinar si el proyecto es factible o no.

5.01 Ingresos operacionales y no operacionales

Los ingresos operacionales son los que se relacionan directamente a la razón de ser del negocio. Si un ingreso no corresponde al objeto social de la empresa, se lo considera un Ingreso no operacional, al no ser propio del giro del negocio.

Para poder realizar el cálculo de los ingresos operacionales, es necesario identificar los 3 costos fundamentales que se requieren para su cálculo:

MOD (Mano de obra directa)

MPD (Materia prima directa)

CIF (Costos Indirectos de fabricación)

5.01.01. Mano de obra directa.

La mano de obra directa es el esfuerzo físico o mental que se consume al elaborar un producto o servicio.

Tabla 31

Tiempos de producción/ Calculo hechos por m²

Proceso en m2	minutos	m2	Tiempo por m2	Medida
Colocación plancha	25	57,6	0,4340	m ²
Colocación tornillos en estructura	20	922	0,0217	unidades
Colocación de estructura	260	60	4,3333	m ²
Puesta de tiros en paredes	20	172	0,1163	unidades
Colocación de tornillos en plancha	15	1037	0,0145	unidades
Encintado	20	100	0,2000	unidades
Colocación de estuco/Base	25	60	0,4167	libras
Pintado	25	2000	0,0125	mililitros
Total tiempo	410		5,5490	

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabla 32

Producción anual

Minutos x día	Tiempo x unidad	Producción diaria m ²	Producción mensual m ²	Producción anual m ²
480	5,5490	86,50	1.903,06	22.836,70
TOTAL			1.903,06	22.836,70

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabla 33

MOI Mano de obra directa

Concepto	Cant.	Sueldo mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Maestro 1	1	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 729,48	\$ 8.753,76
Maestro 2	1	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 729,48	\$ 8.753,76
Ayudante1	1	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 442,49	\$ 5.309,86
Ayudante 2	1	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 442,49	\$ 5.309,86
Total MOD		\$ 1.908,00	\$ 159,00	\$ 118,00	\$ 158,94	\$ 2.343,94	\$ 28.127,24

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.01.02. MPD (Materia Prima Directa)

La materia prima directa son todos aquellos materiales que son usados para la elaboración del producto final.

Tabla 34

MPD Materia prima directa

Detalle	Cantidad unitaria	Cantidad mensual	medida	Producción mensual	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Perfil canal de 40 mm	1,1	2.093,36	m ²	1.903,06	\$ 0,91	\$ 1.730,05	\$ 20.760,63
perfil montaje de 40 mm	3,2	6.089,79	m ²	1.903,06	\$ 0,31	\$ 594,71	\$ 7.136,47
Tornillos cabeza lenteja 8x 1/2	16	30.448,93	Unid.	1.903,06	\$ 0,06	\$ 118,94	\$ 1.427,29
Tornillo 6x 1 cabeza trompeada	18	34.255,05	Unid.	1.903,06	\$ 0,06	\$ 105,73	\$ 1.268,71
Fijaciones	6	11.418,35	Unid.	1.903,06	\$ 0,17	\$ 317,18	\$ 3.806,12
Planchas de Gypsum	1,05	1.998,21	m ²	1.903,06	\$ 0,95	\$ 1.812,44	\$ 21.749,24
Empaste base polvo	0,4	761,22	Kg/libras	1.903,06	\$ 2,50	\$ 4.757,65	\$ 57.091,74
Pintura	0,5	951,53	ml/litros	1.903,06	\$ 2,00	\$ 3.806,12	\$ 45.673,39
Cinta	1,5	2.854,59	m ²	1.903,06	\$ 0,67	\$ 1.268,71	\$ 15.224,46
Total				17.127,52	\$ 7,63	\$ 14.511,50	\$ 174.138,05

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.01.03 CIF (Costos Indirectos de Fabricación)

Los Costos indirectos de fabricación son todos los asociados con la fabricación, excepto la mano de obra y la materia prima, incluyendo suministros, impuestos, mantenimientos y materia o mano de obra que no está relacionada directamente con la elaboración del producto, pero que es parte esencial para ello.

Tabla 35

Materiales de Seguridad

Concepto	Costo	Cant	Costo Mensual	Costo Anual
Guantes	\$ 2,30	2	\$ 4,60	\$ 55,20
Mascarilla	\$ 0,12	3	\$ 0,36	\$ 4,32
Total	\$ 2,42		\$ 4,96	\$ 59,52

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabla 36

Costos indirectos de Fabricación (otros)

Concepto	Costo	Cant	Costo Mensual	Costo Anual
Cuchilla Estilete Industrial Marca Stanley	10	1	\$ 10,00	\$ 120,00
Maskin	1,1	3	\$ 3,30	\$ 39,60
Lijas	0,6	10	\$ 6,00	\$ 72,00
Total			\$ 19,30	\$ 231,60

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabla

Costos Indirectos de Fabricación

Concepto	Costo Mensual	Costo Anual	Cant	Costo Unitario
Materiales de seguridad	\$ 4,96	\$ 59,52	22.836,70	\$ 0,0026
Otros	\$ 19,30	\$ 231,60	22.836,70	\$ 0,0101
Total	\$ 24,26	\$ 291,12		\$ 0,01

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabla 37

Costo de Producción Unitario /m²

Concepto	Costo Unitario/m ²
MOD (Mano de obra directa)	\$ 1,23
MPD (Materia prima directa)	\$ 7,63
CIF (Costos indirectos de fabricación)	\$ 0,01
CUP	\$ 8,8698

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.01.04 Cálculo de Ingresos Operacionales

Calculado los tres principales costos, se realiza el respectivo cálculo de los ingresos operacionales tomando en consideración una utilidad del 40% del costo unitario de producción.

Tabla 38

Ingresos Operacionales

Concepto	Valor
Costo de producción unitario	\$ 8,8698
Utilidad del 40%	\$ 3,5479
P.V.P.	\$ 12,42
Producción Mensual	1.903,06
Ingresos Mensuales	\$ 23.631,58
Ingresos Anuales	\$ 283.578,97

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Wilson Zhungur

Se procederá a realizar la proyección tomando en cuenta que el proyecto tiene duración de 5 años, con la tasa de crecimiento del sector, en este caso la construcción.

Tabla 39

Ingresos Operacionales Proyectados

Año	Ingreso Actual	Tasa de Crecimiento del sector 9,1 %	Ingreso Proyectado
año base 2015	\$ 283.578,97	1	\$ 283.578,97
2016	\$ 283.578,97	1,0910	\$ 309.384,66
2017	\$ 309.384,66	1,0910	\$ 337.538,66
2018	\$ 337.538,66	1,0910	\$ 368.254,68
2019	\$ 368.254,68	1,0910	\$ 401.765,86
2020	\$ 401.765,86	1,0910	\$ 438.326,55

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur.

5.01.05 Cálculo de Ingresos No Operacionales

El presente proyecto no posee ningún tipo de ingreso No Operacional, pues la empresa se dedica a una actividad específica.

5.02 Costos

Los costos son los valores que se desembolsan para realizar la elaboración del producto o servicio. Se clasifican en costos directos y costos indirectos.

5.02.01 Costo Directo

“Son las erogaciones que hace el contratista por los elementos que intervienen directamente en la ejecución de los conceptos de trabajo del proyecto que esté considerando.” (Trinidad, 2008) En resumen: Son aquellos que tienen relación directa con la elaboración del producto.

Tabla 40

Costos Directos

MPD (Materia prima directa)	\$ 174.138,05
MOD (Mano de obra directa)	\$ 28.127,24
TOTAL	\$ 202.265,29

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.02.02 Costo Indirecto

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

Tabla 41

Costo Indirecto

Materiales de seguridad	\$ 59,52
otros	\$ 231,60
TOTAL	\$ 291,12

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.02.03 Gastos

“Gasto es el descenso de un activo, por consumo o uso, sin que se produzcan como contrapartida el aumento de otro activo, lo que se supone una disminución del patrimonio de la empresa.” (Fullana & Paredes, 2008, pág. 42)

Gastos son todos aquellos desembolsos que se usan para cubrir obligaciones o actividades que pertenecen a las operaciones o que se relacionan con venta, funcionamiento o ejecución.

5.02.03.01 Gastos Administrativos

Son los que provienen de la realización de la función administrativa de la empresa. Se toman en consideración las remuneraciones, materiales de aseo y suministros.

Tabla 42

Gastos de Personal Administrativo

Concepto	Cant.	Sueldo mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Gerente General	1	\$ 1.000,00	\$ 83,33	\$ 29,50	\$ 83,30	\$ 1.196,13	\$ 14.353,60
Administrativo	1	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 29,50	\$ 66,64	\$ 962,81	\$ 11.553,68
Recepcionista	1	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 442,49	\$ 5.309,86
Supervisor operativo	1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 33,32	\$ 496,15	\$ 5.953,84
Bodeguero	1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 33,32	\$ 496,15	\$ 5.953,84
TOTAL		\$ 2.954,00	\$ 246,17	\$ 147,50	\$ 246,07	\$ 3.593,73	\$ 43.124,82

Fuente: Estudio Financiero.

Tabla 43

Material de Aseo y Limpieza

Descripción	Cant anual	Costo unitario	Costo anual
Escoba	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Recogedor Metálico	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Trapeador	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Desinfectante	5	\$ 2,00	\$ 10,00
Cloro	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Ambiental	3	\$ 5,00	\$ 15,00
TOTAL		\$ 17,50	\$ 54,00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabla 44

Suministros de Oficina

Descripción	Cant. anual	Costo unitario	Costo anual
Resma de papel	6	\$ 3,33	\$ 19,98
Block de facturas	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Lápices	30	\$ 0,30	\$ 9,00
Bolígrafos	20	\$ 0,50	\$ 10,00
Grapas	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Clips	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Cinta Matricial	4	\$ 12,00	\$ 48,00
Cartuchos	3	\$ 80,00	\$ 240,00
TOTAL		\$ 114,13	\$ 410,98

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabla 45

Gastos Administrativos/ Servicios Básicos

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Agua	\$ 12,00	\$ 144,00
Energía Eléctrica	\$ 25,00	\$ 300,00
Teléfono	\$ 45,00	\$ 540,00
Arriendo Local	\$ 600,00	\$ 7.200,00
TOTAL	\$ 682,00	\$ 8.184,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.02.04 Gastos de Ventas

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

Tabla 46

Gastos de ventas

Descripción	Cant	Valor mensual	Valor anual
Volantes	200	\$ 44,00	\$ 528,00
Gasolina	10 litros	\$ 80,00	\$ 960,00
Tarjetas de presentación	300	\$ 15,00	\$ 180,00
Publicidad Web	1	\$ 50,00	\$ 600,00
Trípticos	300	\$ 28,00	\$ 336,00
TOTAL		\$ 217,00	\$ 2.604,00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.02.05. Proyección de Costos y Gastos

Se realiza la proyección de costos y gastos, para los 5 años, que es el tiempo de duración estándar del proyecto, se toma en consideración la inflación anual que es de 3,67 %. Según el Banco central del Ecuador.

Tabla 47

Proyección de Costos de Producción

Concepto	2015 Año Base	Valor para la Proyección Inflación 4,05%	2016	2017	2018	2019	2020
MOD	\$ 28.127,24	1,0404	\$ 29.263,58	\$ 30.445,83	\$ 31.675,84	\$ 32.955,54	\$ 34.286,94
MPD	\$ 174.138,05	1,0404	\$ 181.173,23	\$ 188.492,63	\$ 196.107,73	\$ 204.030,48	\$ 212.273,31
CIF	\$ 291,12	1,0404	\$ 302,88	\$ 315,12	\$ 327,85	\$ 341,09	\$ 354,87
Total proyección de costos de producción			\$ 210.739,69	\$ 219.253,57	\$ 228.111,42	\$ 237.327,12	\$ 246.915,13

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabla 48

Proyección de Gastos Administrativos

Descripción	2015 Año Base	Valor para la Proyección Inflación 4,05%	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Personal	\$ 43.124,82	1,0404	\$ 44.867,06	\$ 46.679,69	\$ 48.565,55	\$ 50.527,60	\$ 52.568,91
Materiales de Limpieza y Aseo	\$ 54,00	1,0404	\$ 56,18	\$ 58,45	\$ 60,81	\$ 63,27	\$ 65,83
Suministros de Oficina	\$ 410,98	1,0404	\$ 427,58	\$ 444,86	\$ 462,83	\$ 481,53	\$ 500,98
Otros gastos administrativos	\$ 8.184,00	1,0404	\$ 8.514,63	\$ 8.858,62	\$ 9.216,51	\$ 9.588,86	\$ 9.976,25
Total proyección de gastos	\$ 51.773,80		\$ 53.865,46	\$ 56.041,62	\$ 58.305,71	\$ 60.661,26	\$ 63.111,97

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Tabla 49

Proyección de Gastos de Ventas

Descripción	2015 Año Base	Valor para la Proyección Inflación 4,05%	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Personal	\$ 43.124,82	1,0404	\$ 44.867,06	\$ 46.679,69	\$ 48.565,55	\$ 50.527,60	\$ 52.568,91
Materiales de Limpieza y Aseo	\$ 54,00	1,0404	\$ 56,18	\$ 58,45	\$ 60,81	\$ 63,27	\$ 65,83
Suministros de Oficina	\$ 410,98	1,0404	\$ 427,58	\$ 444,86	\$ 462,83	\$ 481,53	\$ 500,98
Otros gastos administrativos	\$ 8.184,00	1,0404	\$ 8.514,63	\$ 8.858,62	\$ 9.216,51	\$ 9.588,86	\$ 9.976,25
Total proyección de gastos	\$ 51.773,80		\$ 53.865,46	\$ 56.041,62	\$ 58.305,71	\$ 60.661,26	\$ 63.111,97

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.02.06 Gastos de constitución

Para la constitución de la empresa es necesario incurrir en varios gastos, los mismos que se detallan a continuación;

Tabla 50

Gasto de constitución

N	Descripción	Cantidad	P. Unitario	Total
1	Honorarios Abogados	1	\$ 200,00	\$ 200,00
2	Permiso de funcionamiento Municipio	1	\$ 250,00	\$ 250,00
3	Patente	1	\$ 80,00	\$ 80,00
4	Obtención del Ruc	1	\$ 0,00	\$ 0,00

APOYAR AL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DECORACIÓN DE INTERIORES A BASE DE MOLDES DE YESO Y GYPSUM, UBICADA EN LA PARROQUIA EL CONDADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

Total Gastos de constitución	\$ 530,00	\$ 530,00
-------------------------------------	------------------	------------------

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.02.07 Costos Financieros

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

5.02.08 Costos Fijos y Variables

Estos costos son valores que se desembolsarán ya sea para fines administrativos o comerciales

Tabla 51

Costos Fijos y Costos Variables

CONCEPTO	2015 Año Base	2016	2017	2018	2019	2020
Costos Fijos						
Depreciación	\$ 35.877,00	\$ 9.556,97	\$ 6.498,97	\$ 6.498,97	\$ 4.760,30	\$ 4.760,30
Amortización de la Inversión Diferida	\$ 830,00	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00
Sueldos Administrativos	\$ 43.124,82	\$ 44.867,06	\$ 46.679,69	\$ 48.565,55	\$ 50.527,60	\$ 52.568,91
Materiales de Limpieza y Aseo	\$ 54,00	\$ 56,18	\$ 58,45	\$ 60,81	\$ 63,27	\$ 65,83
Suministros de Oficina	\$ 410,98	\$ 427,58	\$ 444,86	\$ 462,83	\$ 481,53	\$ 500,98
Otros Gastos Administrativos	\$ 8.184,00	\$ 8.514,63	\$ 8.858,62	\$ 9.216,51	\$ 9.588,86	\$ 9.976,25
Total Costos Fijos	\$ 88.480,80	\$ 63.588,43	\$ 62.706,59	\$ 64.970,68	\$ 65.587,56	\$ 68.038,27
Costos Variables						
MPD	\$ 174.138,05	\$ 181.173,23	\$ 188.492,63	\$ 196.107,73	\$ 204.030,48	\$ 212.273,31
MOD	\$ 28.127,24	\$ 29.263,58	\$ 30.445,83	\$ 31.675,84	\$ 32.955,54	\$ 34.286,94
CIF	\$ 291,12	\$ 302,88	\$ 315,12	\$ 327,85	\$ 341,09	\$ 354,87
Gastos Ventas	\$ 2.604,00	\$ 2.709,20	\$ 2.818,65	\$ 2.932,53	\$ 3.051,00	\$ 3.174,26
Total Costos Variables	\$ 205.160,41	\$ 213.448,89	\$ 222.072,22	\$ 231.043,94	\$ 240.378,12	\$ 250.089,39
Total Costos Anuales	\$ 293.641,21	\$ 277.037,32	\$ 284.778,82	\$ 296.014,62	\$ 305.965,67	\$ 318.127,66

Fuente: Estudio Financiero

APOYAR AL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DECORACIÓN DE INTERIORES A BASE DE MOLDES DE YESO Y GYPSUM, UBICADA EN LA PARROQUIA EL CONDADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.03 Inversiones

La inversión son los recursos utilizados en un proyecto para dar inicio a sus actividades, con el fin de recuperarlo con interés en caso que genere ganancia.

5.03.01 Inversión Fija

La inversión fija es el conjunto de recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización de un proyecto, estos recursos tienen vida útil mayores a un año y se deprecian, su finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.

5.03.01.01 Activos Fijos

Conjunto de bienes que posee la empresa, tiene vida útil mayor a un año entre estos están, maquinaria y equipo, suministros de oficina, muebles y enseres, vehículo, edificios entre otros.

Tabla 52

Activos fijos

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Vehículo			
Camión Chevrolet MLR cuatro ruedas	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Total vehículos			\$ 20.000,00
Maquinaria y Equipo			
Atornillador 540 W Para Durlock Dewalt	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Atornillador 20v Inalámbrico Dewalt DCD 985 L2	4	\$ 220,00	\$ 880,00
Pistola de fijación de impacto concreto PT 22 DEWALT	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Pistola Impacto P/ Fijación Gram-bel Bg-560	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
amoladora 4.5 "1400 W dewalt velocidad variable	4	\$ 180,00	\$ 720,00
Taladro percutor 1/2" 700W VVR DEWALT	4	\$ 122,00	\$ 488,00
Taladro Inalámbrico Dewalt 20v Súper Potente 2 Baterías	4	\$ 355,00	\$ 1.420,00

Total Maquinaria y Equipo			\$ 5.788,00
Activos Fungibles			
Tijeras Stanley Para Cortar Metal Pyf	10	40	400
Cuchilla Estilete Industrial Marca Stanley	10	10	100
Fluxómetro de 8 metro de hoja ancha stanley fatmax	6	5	30
Martillos para arrancar los clavos	10	25	250
Combo con mango 2libras H07302. - B	5	30	150
Puntas de acero	4	7	28
Espátula de plancha	10	5	50
Espátula pequeña	10	2,5	25
Llana acero grande	10	10	100
Llana acero para estuco veneciano	2	50	100
Pistola de pintar de Alta Presión de 1.7 mm	4	50	200
Escalera aluminio tijera 1.4 metros 4 pasos 90kg max	4	90	360
Set cierra circular 5 piezas	2	20	40
Arnés de seguridad	5	70	350
Orejera 3M Peltor Optime I casco	5	50	250
Chaleco de Seguridad	5	5	25
Andamios Metálicos	4	100	400
Extensiones Eléctricas semi industrial 10m	10	20	200
Total Activos Fungibles			3058
Escritorio Gerencial	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Escritorio Ejecutivo	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Escritorio Recepción	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Sillas	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Sillones de espera	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Total de muebles y Enseres			\$ 1.480,00
Equipo de Computacion			
Computadora de escritorio Marca Dell	5	\$ 550,00	\$ 2.750,00
Portátil Acer Aspire V5-573PG-74 Inter Core i7 4500U	1	\$ 966,00	\$ 966,00
Multifuncional Xerox WorkCentre 3550: Impresora Láser, Copiadora, Scanner y Fax.	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Total Equipo de computación			\$ 5.216,00
Equipo de Oficina			
Impresora Matricial Epson Lx-300+ii Usb	1	240	\$ 240,00
Teléfono Kxt 7730 Panasonic	1	95	\$ 95,00
Total de Equipo de Oficina			\$ 335,00
TOTAL ACTIVOS			\$ 35.877,00

APOYAR AL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DECORACIÓN DE INTERIORES A BASE DE MOLDES DE YESO Y GYPSUM, UBICADA EN LA PARROQUIA EL CONDADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.03.01.02 Activos Nominales (diferidos)

Son los bienes intangibles de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, tales como servicios o derechos necesarios para puesta en marcha el proyecto.

5.03.02 Capital de Trabajo

“Se refiere al capital del trabajo, desde el punto de vista contable, como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante; desde el punto de vista práctico, es el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido), con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa. El Capital de Trabajo es el monto económico con el cual las empresas cubren la brecha existente entre el arranque de las operaciones y el inicio de la captación de las ganancias que éstas generan”. (Urbina, Evaluacion de Proyectos, 2006)

Tabla 53

Inversiones

Concepto	Uso de fondo	Recurso Propio	Recurso Financiados
Activos Fijos			
Vehículo	\$ 20.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Maquinaria y Equipos	\$ 5.788,00	\$ 5.788,00	
Equipo de oficina	\$ 335,00		\$ 335,00
Equipo de computación	\$ 5.216,00	\$ 3.500,00	\$ 1.716,00
Muebles y Enseres	\$ 1.480,00	\$ 993,41	\$ 703,59
Activos Fungibles	\$ 3.058,00		
Total de Activos fijos	\$ 35.877,00	\$ 20.281,41	\$ 12.754,59
Activos Diferidos			
Gastos de constitución	\$ 830,00	\$ 830,00	
Total de activos diferidos	\$ 830,00	\$ 830,00	
Capital de Trabajo			
Costos de Producción	\$ 16.879,70	\$ 16.879,70	
Gasto Administrativo	\$ 4.407,36	\$ 4.407,36	
Gasto de Ventas	\$ 217,00	\$ 217,00	
Total capital de Trabajo	\$ 21.504,07	\$ 21.504,07	
Total de Inversión	\$ 58.211,07	\$ 42.615,48	\$ 12.754,59
Participación	100,00%	70,00%	30,00%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

La inversión requerida para el proyecto será de \$ 55.153,07, de la cual el 70% es financiamiento propio y 30%, es financiado por una entidad financiera.

5.03.03 Fuente de Financiamiento y uso de fondos

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo a una entidad financiera para cubrir sus necesidades económicas.

5.03.04 Amortización de Financiamiento

El término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. Se aplica a los activos diferidos o intangibles. Indica la cantidad de dinero que se ha recuperado de la inversión inicial con el paso de los años.

5.03.04.01 Sistemas de Amortización en Créditos

A la hora de realizar un préstamo a largo plazo, es importante tener en cuenta qué tipo de sistema de amortización se va a emplear a la hora de calcular las cuotas. El sistema de amortización alemán es junto al sistema de amortización francés, uno de los sistemas de amortización más utilizados en los préstamos.

5.03.04.02 Sistema de Amortización Alemán

El sistema de amortización alemán, se caracteriza por pagar los tipos de interés de manera anticipada en cada cuota. Cabe destacar que los tipos de interés a pagar se calculan sobre el saldo pendiente de pagar, el cual va disminuyendo paulatinamente a lo largo del tiempo.

- Cuota de amortización periódicas constantes
- Tipos de interés decrecientes a lo largo del tiempo
- Cuotas totales decrecientes a lo largo del tiempo

5.03.04.03 Sistema de Amortización Francés

El sistema de amortización francés, es uno de los principales sistemas que se emplean a la hora de amortizar préstamos. El sistema de amortización francés es aquel que se caracteriza por ser un sistema de amortización de cuotas constantes. Debido a que las cuotas son constantes, cada mes la entidad financiera recibe los intereses en función del capital pendiente de amortizar. Por ello, durante los primeros años del crédito, se paga una cantidad mayor de intereses que de capital y en cambio, durante el período final del préstamo, por pagar más capital e intereses menores.

Tabla 54

Amortización del Préstamo

Inversión :	\$ 43.475,30
Cap. Propio :	\$ 30.362,71
Financiamiento :	\$ 12.754,59
Plazo : 3 años	36 MESES
Interés :	15% 0,42%
Pagos :	Mensual

Periodo	Saldo	Interés	Cuota fija	Capital	Saldo insoluto
0	12.754,59	0	0	0	12.754,59
1	12.754,59	53,85	382,65	328,80	12425,79
2	12.425,79	52,46	382,65	330,18	12095,61
3	12.095,61	51,07	382,65	331,58	11764,03
4	11.764,03	49,67	382,65	332,98	11431,05
5	11.431,05	48,26	382,65	334,38	11096,67
6	11.096,67	46,85	382,65	335,80	10760,87

7	10.760,87	45,43	382,65	337,21	10423,66
8	10.423,66	44,01	382,65	338,64	10085,02
9	10.085,02	42,58	382,65	340,07	9744,96
10	9.744,96	41,15	382,65	341,50	9403,45
11	9.403,45	39,70	382,65	342,94	9060,51
12	9.060,51	38,26	382,65	344,39	8716,12
13	8.716,12	36,80	382,65	345,85	8370,27
14	8.370,27	35,34	382,65	347,31	8022,96
15	8.022,96	33,87	382,65	348,77	7674,19
16	7.674,19	32,40	382,65	350,25	7323,94
17	7.323,94	30,92	382,65	351,73	6972,22
18	6.972,22	29,44	382,65	353,21	6619,01
19	6.619,01	27,95	382,65	354,70	6264,30
20	6.264,30	26,45	382,65	356,20	5908,11
21	5.908,11	24,95	382,65	357,70	5550,40
22	5.550,40	23,44	382,65	359,21	5191,19
23	5.191,19	21,92	382,65	360,73	4830,46
24	4.830,46	20,40	382,65	362,25	4468,21
25	4.468,21	18,87	382,65	363,78	4104,42
26	4.104,42	17,33	382,65	365,32	3739,10
27	3.739,10	15,79	382,65	366,86	3372,24
28	3.372,24	14,24	382,65	368,41	3003,83
29	3.003,83	12,68	382,65	369,97	2633,87
30	2.633,87	11,12	382,65	371,53	2262,34
31	2.262,34	9,55	382,65	373,10	1889,24
32	1.889,24	7,98	382,65	374,67	1514,57
33	1.514,57	6,39	382,65	376,25	1138,32
34	1.138,32	4,81	382,65	377,84	760,48
35	760,48	3,21	382,65	379,44	381,04
36	381,04	1,61	382,65	381,04	0,00
Total	1020,75	13.775,34	12754,59		

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Calculo Amortización

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

$$\frac{12.754,59}{1,163787778} * \frac{0,0042222222}{1} * 1,163787778$$

$$a = \frac{62,673129597}{0,163787778}$$

$$a = \$ 382,65$$

Tabla 55

Amortización del Diferido

Concepto	Valor	Vida útil del proyecto	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Constitución	\$ 830,00	5	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00
Total amortización del diferido			\$ 166,00				

Elaborado por: Wilson Zhungur

Fuente: Estudio Financiero

Tabla 56

Depreciaciones Activos fijos

DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL ACTIVOS	2016	2017	2018	2019	2020
Vehículo	\$ 20.000,00	5	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Maquinaria y Equipo	\$ 5.788,00	10	\$ 578,80	\$ 578,80	\$ 578,80	\$ 578,80	\$ 578,80
Equipo de Oficina	\$ 335,00	10	\$ 33,50	\$ 33,50	\$ 33,50	\$ 33,50	\$ 33,50
Muebles y Enseres	\$ 1.480,00	10	\$ 148,00	\$ 148,00	\$ 148,00	\$ 148,00	\$ 148,00
Equipo de Computación	\$ 5.216,00	3	\$ 1.738,67	\$ 1.738,67	\$ 1.738,67	-	-
Activos Fungibles	\$ 3.058,00	1	\$ 3.058,00	-	-	-	-
TOTAL DEPRECIACIONES	\$ 35.877,00		\$ 9.556,97	\$ 6.498,97	\$ 6.498,97	\$ 4.760,30	\$ 4.760,30

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.03.06 Estado de Situación Inicial

Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento determinado

Tabla 57

Estado Situación Inicial

EMPRESA EL MAESTRO DEL GYPSUM
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
CAJA BANCOS	\$ 21.504,07	CUENTAS POR PAGAR	\$ 0,00
CUENTAS POR COBRAR	\$ 0,00	DOCUMENTOS POR PAGAR	\$ 0,00
INVENTARIOS	\$ 0,00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 0,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 21.504,07	PASIVO LARGO PLAZO	\$ 0,00
ACTIVO NO CORRIENTE		PRESTAMO L/P	\$ 12.754,59
TERRENO	\$ 0,00	TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 12.754,59
CONSTRUCCION	\$ 0,00	TOTAL PASIVO	\$ 12.754,59
VEHICULO	\$ 20.000,00	CAPITAL CONTABLE	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 5.788,00	CAPITAL	\$ 42.615,48
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.480,00	TOTAL CAPITAL CONTABLE	\$ 42.615,48
EQUIPO DE OFICINA	\$ 335,00		
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 5.216,00		
ACTIVOS FUNJIBLES	\$ 3.058,00		
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 35.877,00		
OTROS ACTIVOS			
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 830,00		
TOTAL DE OTROS ACTIVOS	\$ 830,00		
TOTAL ACTIVO	\$ 58.211,07	TOTAL PASIVO Y CAPIT CONT	\$ 55.370,07

Elaborado por: Wilson Zhungur

Fuente: Estudio Financiero

5.03.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

El Estado de resultados proyectado es la base para calcular los flujos netos de efectivo, y la utilidad neta, que son el beneficio real de la operación de la planta, con los cuales se realiza la evaluación financiera.

Tabla 58

Estado de Resultados Proyectado

EMPRESA EL MAESTRO DE GPYSUM

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

DEL 2016 AL 2020

DESCRIPCION	2015 (AÑO BASE)	2016	2017	2018	2019	2020
ingresos	\$ 283.578,97	\$ 309.384,66	\$ 337.538,66	\$ 368.254,68	\$ 401.765,86	\$ 438.326,55
(-) Costo de producción		\$ 213.448,89	\$ 222.072,22	\$ 231.043,94	\$ 240.378,12	\$ 250.089,39
(-) Gastos Administrativos		\$ 53.865,46	\$ 56.041,62	\$ 58.305,71	\$ 60.661,26	\$ 63.111,97
(-) Gastos de Ventas		\$ 2.709,20	\$ 2.818,65	\$ 2.932,53	\$ 3.051,00	\$ 3.174,26
(-) Depreciaciones		\$ 9.556,97	\$ 6.498,97	\$ 6.498,97	\$ 4.760,30	\$ 4.760,30
(-) Amortización del Diferido		\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00
(=) Utilidad Bruta		\$ 29.638,14	\$ 49.941,19	\$ 69.307,54	\$ 92.749,18	\$ 117.024,62
(+/-) Otros Ingresos o Gastos		-	-	-	-	-
(=) Utilidad Operacional		\$ 29.638,14	\$ 49.941,19	\$ 69.307,54	\$ 92.749,18	\$ 117.024,62
(-) 15% Participación de trabajadores		\$ 4.445,72	\$ 7.491,18	\$ 10.396,13	\$ 13.912,38	\$ 17.553,69
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 25.192,42	\$ 42.450,01	\$ 58.911,41	\$ 78.836,80	\$ 99.470,93
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 5.542,33	\$ 9.339,00	\$ 12.960,51	\$ 17.344,10	\$ 21.883,60
(=) UTILIDAD NETA		\$ 19.650,09	\$ 33.111,01	\$ 45.950,90	\$ 61.492,71	\$ 77.587,33

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.03.08 Flujo Caja Proyectado

Tabla 59

Flujo de Caja Proyectado

EMPRESA EL MAESTRO DEL GYPSUM

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

DEL 2016 AL 2020

DESCRIPCION	2015 (AÑO BASE)	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos		\$ 309.384,66	\$ 337.538,66	\$ 368.254,68	\$ 401.765,86	\$ 438.326,55
(-) Costo de Producción		\$ 213.448,89	\$ 222.072,22	\$ 231.043,94	\$ 240.378,12	\$ 250.089,39
(-) Gastos Administrativos		\$ 53.865,46	\$ 56.041,62	\$ 58.305,71	\$ 60.661,26	\$ 63.111,97
(-) Gastos de Ventas		\$ 2.709,20	\$ 2.818,65	\$ 2.932,53	\$ 3.051,00	\$ 3.174,26
(-) Depreciaciones		\$ 9.556,97	\$ 6.498,97	\$ 6.498,97	\$ 4.760,30	\$ 4.760,30
(-) Amortización del Diferido		\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00
(=) Utilidad Bruta		\$ 29.638,14	\$ 49.941,19	\$ 69.307,54	\$ 92.749,18	\$ 117.024,62
(+/-) Otros Ingresos o Gastos		0	0	0	0	0
(=) Utilidad Operacional		\$ 29.638,14	\$ 49.941,19	\$ 69.307,54	\$ 92.749,18	\$ 117.024,62
(-) 15% Participación de trabajadores		\$ 4.445,72	\$ 7.491,18	\$ 10.396,13	\$ 13.912,38	\$ 17.553,69
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 25.192,42	\$ 42.450,01	\$ 58.911,41	\$ 78.836,80	\$ 99.470,93
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 5.542,33	\$ 9.339,00	\$ 12.960,51	\$ 17.344,10	\$ 21.883,60
(=) Utilidad Neta		\$ 19.650,09	\$ 33.111,01	\$ 45.950,90	\$ 61.492,71	\$ 77.587,33
(+) Depreciaciones		\$ 9.556,97	\$ 6.498,97	\$ 6.498,97	\$ 4.760,30	\$ 4.760,30
(+) Amortización del Diferido		\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00
(-) Amortización de Deuda		(5.145,09)	(4.935,65)	(4.715,36)	-	-
(-) Inversión	(\$ 36.707,00)	-	-	-	-	-
(-) Capital de Trabajo	(\$ 21.504,07)	-	-	-	-	-
Deuda	\$ 12.754,59	-	-	-	-	-
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	(\$ 44.626,48)	\$ 24.227,97	\$ 34.840,33	\$ 47.900,51	\$ 66.419,01	\$ 82.513,63

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.03 Evaluación

La evaluación tiene como finalidad determinar el menor o mayor grado de mérito de la acción de asignar recursos de capital a determinada inversión. Esta nos va a permitir determinar una rentabilidad, demostrando que la inversión propuesta será económicamente viable.

5.03.1 Tasa de descuento

“Llamada así porque descuenta el valor del dinero en el futuro a equivalente en presente, a los flujos traídos al tiempo cero se les llama flujos descontados.” (Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006, pág. 181)

Tasa de Descuento es la suma de la tasa activa del sector empresarial o del sector comercial pymes, más la tasa pasiva, que publica el Banco Central del Ecuador.

Formula:

$$TMAR = i + f + (i * f)$$

Tabla 60

TMAR o Tasa de Descuento

CONCEPTO	PORCENTAJE
Inflación	4,05%
Costo de Oportunidad	13,00%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Cálculos del Van

$$TMAR = 0,13 + 0,0405 + (0,13 \times 0,0405)$$

~~TMAR = 0,1757650~~
APOYAR AL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DECORACIÓN DE INTERIORES A BASE DE MOLDES DE YESO Y GYPSUM, UBICADA EN LA PARROQUIA EL CONDADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

TMAR = 17,58 %

5.03.02 Valor presente Neto –VAN

“Señala que el valor presente neto, o valor actual neto: “es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Urbina, Evaluacion de Proyectos, 2006, pág. 122)

Tabla 61

Valor Actual Neto

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-58.211,07					
Excedente Operacional		24.227,97	34.840,33	47.900,51	66.419,01	82.513,63
FLUJOS DE EFECTIVO	-58.211,07	24.227,97	34.840,33	47.900,51	66.419,01	82.513,63

Calculo del VAN

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

$$\text{VAN} = -58.211,07 + \frac{24.227,97}{1,175765} + \frac{34.840,33}{1,38242} + \frac{47.900,51}{1,62540} + \frac{66.419,01}{1,91109} + \frac{82.513,63}{2,24700}$$

$$\text{VAN} = -58.211,07 + 20.606,13 + 25.202,36 + 29.469,89 + 34.754,44 + 36.721,72$$

$$\text{VAN} = -58.211,07 + 146.754,54$$

$$\text{VAN} = 88.543,48$$

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

El cálculo del Valor actual Neto en el proyecto es de \$ 88.543.48 de una inversión de \$ 58.211,07 por lo que se encuentra en parámetros aceptables.

5.03.04 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es aquella que hace que el VAN sea igual a cero, es decir, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Tabla 62

Tasa Interna de Rendimiento

INVERSION	(\$ 58.211,07)
AÑO 2016	\$ 24.227,97
AÑO 2017	\$ 34.840,33
AÑO 2018	\$ 47.900,51
AÑO 2019	\$ 66.419,01
AÑO 2020	\$ 82.513,63
TIR	60,24%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

Los resultados obtenidos en el proceso dan como resultado una TIR de 60,24 %, lo que determina que el proyecto es rentable, la TIR debe ser por lo menos el doble de la TMAR.

5.03.05 PRI (Período de recuperación de la inversión)

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

Tabla 63

Período de recuperación de la inversión (PRI)

Periodo	FNE	Factor Actualización	FNE Actualizado	Costos Acumulados
1	24.227,97	0,85	20.682,92	20.682,92
2	34.840,33	0,72	25.202,36	45.885,27
3	47.900,51	0,62	29.469,89	
4	66.419,01	0,52	34.754,44	
5	82.513,63	0,45	36.721,72	
Total			146.831,33	

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis: La inversión se recuperara en 2 años, 5 meses, 29 días

5.03.06 Relación Costo Beneficio (RC/B)

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

Tabla 64

Relación Costos/Beneficio

AÑOS	SUMATORIA DE FLUJOS ACTUALIZADOS
2016	\$ 20.682,92
2017	\$ 25.202,36
2018	\$ 29.469,89
2019	\$ 34.754,44
2020	\$ 36.721,72
TOTAL	\$ 146.831,33
RC/B	\$ 2,52

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

Con los cálculos obtenidos podemos decir que por cada dólar invertido en el proyecto, la empresa obtiene una ganancia de \$ 1,52

5.04.07 Punto de equilibrio

Es el nivel de ventas o producción que debe realizarse para no obtener ni pérdida ni ganancia, es decir cubrir con los costos Totales. Se debe recalcar que esta no es una técnica para medir la inversión, sino que es un método para medir el riesgo del proyecto.

5.04.07.01 Punto de equilibrio en dólares

Para sacar el Punto de Equilibrio en dólares usamos la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio en dólares} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \left(\frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{INGRESOS}}\right)}$$

Tabla 65

Punto de Equilibrio en Dólares

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020
Costos Fijos					
Depreciación	\$ 9.556,97	\$ 6.498,97	\$ 6.498,97	\$ 4.760,30	\$ 4.760,30
Amortización de la Inversión Diferida	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00
Sueldos Administrativos	\$ 44.867,06	\$ 46.679,69	\$ 48.565,55	\$ 50.527,60	\$ 52.568,91
Materiales de Limpieza y Aseo	\$ 56,18	\$ 58,45	\$ 60,81	\$ 63,27	\$ 65,83
Suministros de Oficina	\$ 427,58	\$ 444,86	\$ 462,83	\$ 481,53	\$ 500,98
Otros Gastos Administrativos	\$ 8.514,63	\$ 8.858,62	\$ 9.216,51	\$ 9.588,86	\$ 9.976,25
Total Costos Fijos	\$ 63.588,43	\$ 62.706,59	\$ 64.970,68	\$ 65.587,56	\$ 68.038,27
Costos Variables					
MOD	\$ 29.263,58	\$ 30.445,83	\$ 31.675,84	\$ 32.955,54	\$ 34.286,94
MPD	\$ 181.173,23	\$ 188.492,63	\$ 196.107,73	\$ 204.030,48	\$ 212.273,31
CIF	\$ 302,88	\$ 315,12	\$ 327,85	\$ 341,09	\$ 354,87
Gastos Ventas	\$ 2.709,20	\$ 2.818,65	\$ 2.932,53	\$ 3.051,00	\$ 3.174,26
Total Costos Variables	\$ 213.448,89	\$ 222.072,22	\$ 231.043,94	\$ 240.378,12	\$ 250.089,39
Ingresos	\$ 309.384,66	\$ 337.538,66	\$ 368.254,68	\$ 401.765,86	\$ 438.326,55
Punto de equilibrio	\$ 205.067,25	\$ 183.307,81	\$ 174.372,33	\$ 163.276,60	\$ 158.433,02

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

En el año 2016 nuestro punto de equilibrio es de \$ **205.067,25**, en el año 2017 de \$ **183.307,81** en el año 2018 de \$ **174.372,33**, en el año 2019 de \$ **163.276,60** en el año 2020 de \$ **158.433,02**

5.04.07.01 Punto de equilibrio en unidades

Para sacar las unidades que deberé vender, aplicaremos la siguiente fórmula:

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

Tabla 66

Punto de Equilibrio en unidades

Costos Fijos	63.588,43
Costo Variable unitario	9,3467
Precio	\$ 12,42

$$\text{Punto de Equilibrio en Unidades} = \frac{63.588,43}{12,43 - 9,3215}$$

$$\text{Punto de Equilibrio en Unidades / m2} = 20.706,52$$

Tabla 67

Demostración del punto de equilibrio

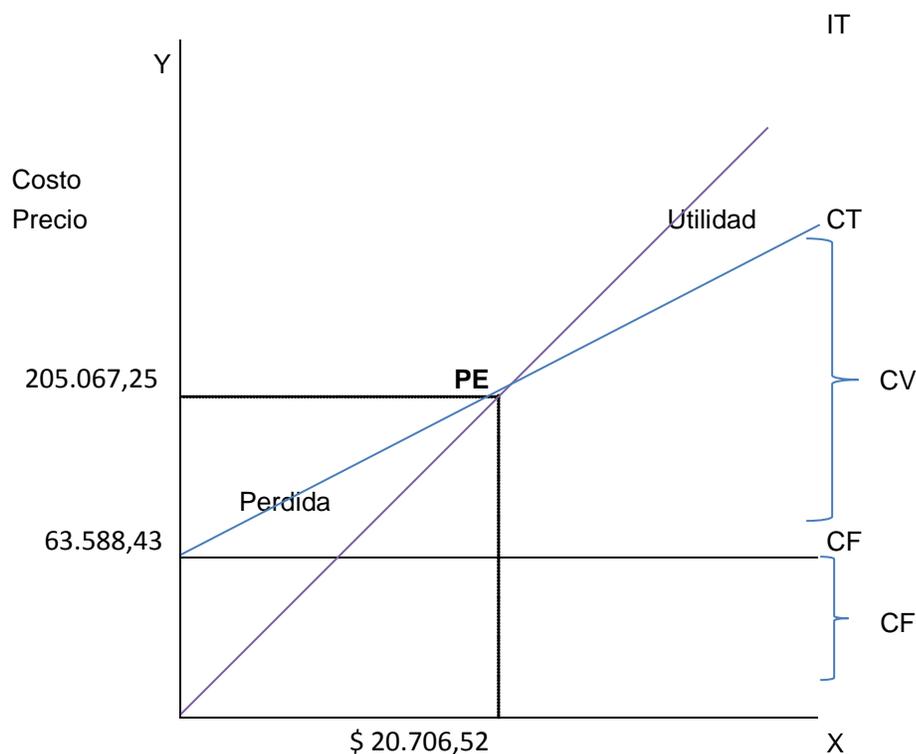
Ingresos	205.067,25
(-) Costo Variable 129.802,86 *0,5351	-141.478,82
(=) Margen Contribución	63.588,43
(-) Costo Fijos	-63.588,43
(=) Utilidad Operacional	0,00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

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



Cantidad

Grafico 35 Punto de equilibrio

Fuente: **Estudio Financiero.**

Elaborado por: Wilson Zhungur

5.04.08 Análisis de índices financieros

Los índices financieros son técnicas que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no se relacionan de forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa.

5.04.08.01 Razón de Endeudamiento

Mide el grado o la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por medio de deuda.

Formula

$$\text{Razon de endeudamineto} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

Tabla 68

Razón de Endeudamiento

Razón de endeudamiento =	12754,59
	58211,07
Razón de endeudamiento =	0,22
Razón de endeudamiento =	22%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

El grado de endeudamiento de activo total con la deuda es del 22 %, el cual se encuentra dentro de los parámetros.

5.04.08.02 Razón de Apalancamiento Externo

Mide la relación entre el uso del endeudamiento como forma de financiamiento y el uso de los fondos de los propietarios.

$$\text{Razon de Apalancamiento Externo} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital Contable Total}}$$

Tabla 69

Calculo del Apalancamiento Externo

Razón de Apalancamiento Externo =	12754,59
	42615,47557
Razón de Apalancamiento Externo =	0,30
Razón de Apalancamiento Externo =	30%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

La relación entre el endeudamiento y los fondos propios es del 30%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

5.04.08.03 Apalancamiento interno

El apalancamiento interno representa cuantos dólares han sido aportados al financiamiento de la inversión por parte de los propietarios, por cada dólar tomado por terceros.

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

Tabla 70

Calculo del Apalancamiento Interno

Razón de Apalancamiento =	42615,47557
	12754,59
Razón de Apalancamiento =	\$ 3,34

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

Por cada dólar tomado de terceros, los propietarios han puesto \$2,34 dólares.

5.04.08.04 Razones de Actividad o de Gerencia

Esta mide la efectividad de la actividad empresarial. Las razones de actividad a calcular son: Rotación de activo fijo y Rotación de activo total.

5.04.08.04.01 Rotación de activo Fijo

Mide la relación existente entre el monto de los ingresos y la de la inversión de activos fijos.

Formula:

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

Tabla 71

Calculo de Rotación de Activo Fijo

Rotación del Activo Fijo =	\$ 309.384,66
	35877
Rotación del Activo Fijo =	8,62

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

La rotación del proyecto es de 8,62 lo que indicaría que la empresa está generando ingresos equivalentes a 8,62 veces, la inversión en activos fijos.

5.04.08.04.02 Rotación de Activo Total

Mide la relación entre el monto de los ingresos y la inversión total.

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

Tabla 72

Calculo de Rotación de Activo total

Rotación de activo total =	\$ 309.384,66
	58211,07
Rotación de activo total =	5,31

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

La rotación del proyecto indica que la empresa genera ingresos equivalentes a 5 veces la inversión del activo total.

5.03.08.05 Razones de Rentabilidad

Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades a partir de los recursos disponibles.

5.04.08.05.01 Margen de Utilidad Neta

Este indicador mide el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de que se han deducido todos los costos y gastos. Cuanto más alto sea el margen de utilidad neta en la empresa mejor.

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

Tabla 73

Calculo de Margen de Utilidad Neta

Margen de Utilidad =	\$ 19.650,09
	\$ 309.384,66
Margen de Utilidad =	\$ 0,06
Margen de Utilidad =	6%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

El porcentaje que les que a los propietarios por operar la empresa es del 6 %.

5.04.08.05.02 Rendimiento sobre Activos ROA

Este indicador mide el rendimiento que se obtiene sobre la inversión, mientras mayor sea el rendimiento obtenido, será un indicador de un buena política administrativa.

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

Tabla 74

Calculo del ROA

ROA =	\$ 19.650,09
	58211,07
ROA =	0,34
ROA =	34%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

El rendimiento que obtiene la empresa sobre los activos es del 147 %, lo que significa que el activo genera una buena rentabilidad.

5.04.08.05.03 Rendimiento sobre Patrimonio o Capital Contable ROE

Es la rentabilidad que la empresa genera sobre la aportación del dueño o accionistas, por cada dólar que pone este tiene una ganancia.

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

Tabla 75

Calculo del ROE

ROE =	\$ 19.650,09
	42615,47557
ROE =	0,46
ROE =	46%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

La rentabilidad sobre el Capital es del 46%, lo que quiere decir que el capital contable crecerá.

5.04.08.05.04 Rendimiento sobre la Inversión ROI

Mide la rentabilidad que obtiene la empresa sobre la Inversión, mientras más alto sea el ROI más eficiente la empresa al usar capital y generar utilidades.

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

Tabla 76

Calculo del ROI

ROI =	\$ 19.650,09
	\$ 58.211,07
ROI =	\$ 0,34
ROI =	34%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Wilson Zhungur

Análisis:

La rentabilidad sobre la inversión es del 34%, lo cual indica está dentro de los parámetros establecido.

CAPÍTULO VI

6.0 Análisis de Impactos

“El termino impacto se aplica a la alteración que produce un actividad humana en su “entorno”, interpretadas en términos de salud y bienestar humano o, más genéricamente , de calidad de vida de la población; por entorno se entiende la parte del medio ambiente afectada por la actividad. “ (Domingo, 2013, pág. 155)

El presente proyecto no genera ninguna clase de perjuicio al medio ambiente, ya que el Gypsum, está compuesto de yeso natural. La presencia de polvo no genera ningún

riesgo para la salud, para la evitar la creación de polvo se recomienda tallar y trozar el Gypsum y si es absolutamente indispensable utilizar sistemas de recolección como aspiradoras. Los trabajadores que están expuestos a exceso de polvo se recomiendan la utilización de gafas de seguridad y mascarillas.

6.01 Impacto económico

El impacto económico que generara la empresa, es el crecimiento de fuentes de empleo ya que mientras más compremos materia prima, a otras empresas están crecerán y necesitaran más personal, para la elaboración de productos, en este caso las planchas de Gypsum. Ayudaremos a que el sector de la construcción siga en aumento y a al crecimiento de PIB de sector.

6.02 Impacto productivo

Las empresas van de la mano de la tecnología, en este caso no es la excepción, esta cuenta con tecnología moderna, así la empresa se vuelve más productiva y crece la economía del país. Para la empresa es muy importante contar con tecnología moderna, porque esto nos ayuda a minimizar recursos y principalmente a brindar un mejor servicio. También nos ayuda a hacer el trabajo de nuestros empleados más efectiva.

6.03 Impacto social

Las actividades que se generen en el interior de la empresa, ayudan a que se fomenten y se mantenga el empleo de los trabajadores, así como también el aumento de poder adquisitivo de nuestros proveedores. El impacta social primordial del proyecto es

hacer que nuestros clientes cuente con un lugar apropiado, acogedor para el desenvolvimiento de sus actividades.

Las condiciones de vida de las personas que viven alrededor de la empresa no se verán afectada por las actividades de la empresa, debido a que la organización realiza las actividades en horario de trabajo señalado.

CAPÍTULO VII

7.01 Conclusiones.

- El estudio de mercado logró detectar un mercado insatisfecho, el cual se puede explotar y sacar beneficios de ello, con una buena administración y aplicando estrategias de ventas.

- El sector de la construcción pese a las circunstancias económicas actuales, ha logrado ser uno de los sectores que más aportó al crecimiento de PIB, esto se determinó gracias al análisis situacional, este indicador será de gran beneficio ya que nos da seguridad y estabilidad en la creación del proyecto.
- El estudio técnico dio como resultado el lugar idóneo para la implantación de la empresa, el mismo que cuenta con accesibilidad y servicios básicos adecuados para el buen desenvolvimiento de la empresa.
- El estudio de mercado estableció información sobre la competencia actual, en el diseño de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum, en la que la mayor parte de la nuestra competencia son trabajadores informales.
- El estudio financiero dio como resultado una $TMAR = 17,58\%$ y $TIR = 60,24\%$, este indicador es muy bueno ya que la TIR debe ser por lo menos el doble de la $TMAR$ para que sea un indicador aceptable.

7.02 Recomendaciones

7.02.01 Sostenibilidad del Proyecto

- Verificación constante de la información financiera y contable con el objetivo de controlar gastos innecesarios y el crecimiento de la empresa, para lograr cumplir con los objetivos propuestos.

- Administración adecuadamente la empresa con el fin de distribuir equitativamente el dinero en las necesidades y requerimientos del giro del negocio.
- Mantenimiento constante de Equipos y herramientas de trabajo, ya que el uso indebido de equipos, maquinarias puede ocasionar grandes pérdidas en la empresa.
- Capacitación y especialización de los trabajadores, esto ayudara a disminuir los tiempos y aumentar la producción.
- Creación de un portafolio de clientes, esto nos ayudara a tener conocimiento cuales son nuestros clientes activos y potenciales.

7.02.02 Alcances a futuro

- El objetivo que aspira la empresa a futuro es incrementar su línea de servicios, a que me refiero con esto, ya no solo dar un servicio de remodelación de interiores a base de molde de yeso y Gypsum, sino también a tener servicios complementarios a estos, como por ejemplo dar un servicio de instalación de cielo raso o falso.
- Especializarnos en instalaciones eléctricas e iluminación, esto ayudaría a dar mejores acabados en la instalación de Gypsum, como por ejemplo en los tumbados.
- Incrementar la rentabilidad de la empresa haciendo que los clientes se fidelicen con nuestra marca y así poder llegar a otras partes del país.

ANEXOS

Anexo 1

Sistema de tasas de interés

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR		
SISTEMA DE TASAS DE INTERÉS		
Para el período desde 2015-03-01 hasta el 2015-03-31		
Segmento de Crédito	Activa Referencial	Activa Máxima
Comercial Corporativo	7.31%	9.33%
Comercial Pymes	11.17%	11.83%
Consumo	15.94%	18.30%
Vivienda	10.61%	11.33%
Microcrédito acumulación ampliada	22.22%	25.50%
Microcrédito acumulación simple	25.02%	27.50%
Microcrédito Minorista	28.21%	30.50%
Productivo Empresarial	9.43%	10.21%
Sobregiros		18.30%

Fuente: Banco central del Ecuador

Anexo 2

Medidas de Gypsum

INFORMACIÓN TÉCNICA GYPSUM PARA PAREDES Y CIELOS FALSOS			
Espesor (mm)	Tipo	Medidas (m)	Uso recomendado
10 mm	Estándar (Std)	1,22 x 2,44	Curvas
11 mm	Estándar (Std)	1,22 x 2,44	Para cielos falsos
12,7 mm	Estándar (Std)	1,2 x 2,44	Cielos falsos, Paredes
12,7 mm	Resistente al agua. (RH)	1,22 x 2,44	Cielos falsos, Paredes

Fuente: GYPLAC

Anexo 3

Tornillos Punta Fina y Punta Broca 1 ¼ , para fijación de láminas en las estructuras.



Fuente: Gypsum S. A

Anexo 4

Tornillos para fijación de estructuras



Fuente: Gypsum S.A

Anexo 5

Track, Estructura de hierro en el cual se apoyan los paneles de Gypsum



Fuente: Gypsum S.A

Anexo 6

STUD, parte esencial en la estructura para la instalación de láminas, va de forma vertical sobre la cual se instalan las láminas.



Fuente: Gypsum S.A

Anexo 6

CONTRATO DE OBRA

Contratante:.....

Contratista:.....

Objeto: (*construcción, reparación, pintar.....otros casa, departamento.*)

Por el valor de :.....

Duración del contrato:.....

El señor.....mayor y vecino de la ciudad dequien en adelante se denominara. EL CONTRATANTE, y mayor y vecino dequien se identifica como aparece al pie de su firma y en adelante se identifica como EL CONTRATISTA , hemos acordado celebrar **Contrato de Obra** que se regirá por las normas civiles y comerciales que regulan la materia, según las siguientes clausulas.

Primera. Objeto. En desarrollo del presente contrato, el Contratista se obliga para con el contratante a ejecutar las obras de (*construcción, reparación, pintar, diseñar, remodelar y más*).

Segunda. Materiales. Los materiales que se utilizaran serán los siguientes (*se describe detalladamente las especificaciones de los materiales que se utilizaran.*

Tercero. Valor de los materiales. El valor de los materiales mencionados en el punto anterior serán cubiertos por (*definir quien los cubre, contratista o contratante.*)

Cuarto. Herramientas. El contratista utilizara herramientas y equipos, al igual que si utiliza o subcontrata ayudantes , serán por su propia cuenta y riesgo respecto a salarios y prestaciones sociales.

Pagos. Adelantados. El contratante dara por adelantado con la firma de este contrato al Contratista, la suma de.....equivalente al.....%.

Quinto. Sanción por incumplimiento .la parte que incumpliera a la otra incurriría por este solo hecho, en el pago del 20% del valor del contrato la parte que cumplió, por lo que este contrato y la sola declaración del incumplimiento por la parte cumplida, prestara merito ejecutivo.

Se firma en dos ejemplares, el día..... del mes dedel año... ..

Contratante

C.C

Contratista

C:C

Anexo 7

Logo de la Empresa



Elaborado por: Wilson Zhungur

Anexo 8

Tarjeta de presentación



Elaborado por: Wilson Zhungur

Anexo 9

Tríptico

Creamos en material Gypsum, varios todo tipo de instalaciones para cualquier espacio. El cliente nos presenta sus ideas, y nosotros no encargamos de hacerlo realidad.

El Maestro del Gypsum
Creamos todo lo que tú imaginas...

Av. Antonio Jose de Sucre
N70- 128 y Pizarro
2494-037 / 093 967 8773
www.elmaestrodelgypsum.com
info@elmaestrodelgypsum.com
zhungur@hotmail.com

Misión

Somos una empresa dedicada a la decoración de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum, que trata de ganar mercado a nivel nacional, siempre teniendo en cuenta la satisfacción completa de nuestros clientes.

Visión

Ser una empresa reconocida a nivel nacional en el 2020, dedicada a la decoración de interiores a base de moldes de yeso y Gypsum, brindando siempre una atención personalizada con el fin de obtener una completa satisfacción del cliente.

Valores

- Honestidad
- Responsabilidad.
- Integridad
- Vocación de servicio.
- Excelencia.

Servicios

- ◆ Techos descolgados
- ◆ Chimeneas decorativas
- ◆ Columnas decorativas
- ◆ Cornisas en yeso
- ◆ Estuco clásico
- ◆ Estuco Veneciano
- ◆ Chafado
- ◆ Diseños a su gusto....

Elaborado por: Wilson Zhungur

Anexo 10

Volantes

El Maestro del Gypsum
Creamos todo lo que tú imaginas...

Techos descolgados
Chimeneas decorativas
Columnas decorativas
Cornisas en yeso
Estuco clásico
Estuco Veneciano
Chafado
Diseños a su gusto

**Av. Antonio Jose de Sucre
N70- 128 y Pizarro**

**2494-037 /
093 967 8773**

www.elmaestrodelgypsum.com

**info@elmaestrodelgypsum.com
zhungur@hotmail.com**

The flyer features a large, stylized blue and white graphic on the right side that frames a photograph of a modern bedroom with a bed, a lamp, and a window. In the bottom left corner, there is a cartoon illustration of a construction worker wearing a yellow hard hat and a blue vest, holding a power drill and a wrench. The overall design is clean and professional, with a focus on showcasing the company's services and contact details.

Elaborado por: Wilson Zhungur

APOYAR AL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DECORACIÓN DE INTERIORES A BASE DE MOLDES DE YESO Y GYPSUM, UBICADA EN LA PARROQUIA EL CONDADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

Anexo 11

SOCIEDAD ANÓNIMA

Esta Compañía tiene como característica principal, que es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, y sus accionistas responden únicamente por el monto de sus aportaciones. Esta especie de compañías se administra por mandatarios amovibles accionistas o no. Se constituye con un mínimo de dos accionistas sin tener un máximo.

Requisitos

.La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

El nombre.

En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

Solicitud de aprobación.

La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente,

la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

Socios y capital. Números mínimo y máximo de accionistas.

La compañía se constituirá con un mínimo de dos accionistas, sin tener un máximo de accionistas.

Capital

El capital mínimo con que ha de constituirse la Compañía de Anónima, es de ochocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 25% del capital total. Las aportaciones pueden consistir en dinero o en bienes muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder al género de comercio de la compañía. la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, los bienes serán valuados por los socios. La compañía podrá establecerse con el capital autorizado, el mismo que no podrá ser mayor al doble del capital suscrito.

- Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía (se puede realizar en cualquier notaría)
- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas

-
- Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
 - Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
 - Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.
 - Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de los mismos, formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.
 - Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
 - Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
 - Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliarse a sus trabajadores

- Se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos.

BIBLIOGRAFÍA

- Diario Expreso. (30 de Septiembre de 2012). *El Gypsum, ahorrador de dinero y tiempo*. Recuperado el 07 de Diciembre de 2014, de El Gypsum, ahorrador de dinero y tiempo: <http://www.semana.ec/ediciones/2012/09/30/decoracion/decoracion/el-gypsum-ahorrador-de-dinero-y-tiempo/>
- Arquin S.A. (2008). *Yeso*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2014, de <http://www.arquisacolombia.galeon.com/aplicaciones.htm>
- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.
- Descals, A. M. (2006). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: Eureka Media, Sl.
- Diario el comercio. (06 de Octubre de 2014). *El desempleo en Ecuador está en 3,9%*. Recuperado el 04 de Enero de 2015, de El desempleo en Ecuador está en 3,9%: <http://www.elcomercio.com/actualidad/inec-desempleo-ecuador-pobreza-economia.html>. Si está pensando en hacer uso del mismo, por favor, cite la fuente y haga un enlace hacia la nota original de donde usted ha tomado este contenido. ElComercio.com
- Domingo, O. (2013). *Evaluacion de Impacto Ambiental*. Madrid: Mundi - Prensa.
- Draeme Brooke, S. S. (2011). *Manual para futuos profesionales del sector Arquitectura decoracion e interiorismo*. Oceano Ambar.
- Fullana & Paredes, C. J. (2008). *Manual de Contabilidad de Costes*. Madrid- España: Delta Publicaciones.
- Guevara, J. (17 de mayo de 2014). Quito, Pichincha, Ecuador.
- Kotler & Keller, p. (2006). *Direccion de Marketing*. Mexico: Person Educacion.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Navarro, I. (2005). *Maquetas moldes y moldes*.
- Pile, J. F. (2005). *A History of interior desing*. London: Anne Tomlison.
- Revista Lideres. (28 de Abril de 2014). *La Construcción no alcanza el ritmo del 2011 y 2012*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2014, de http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/Ecuador-BCE-_informe-economia_ecuatoriana-industria-competitividad_0_1128487153.html.
- Rivera & Arellano, J. ., (2013). *Conducta del Consumidor*. Madrid: Esic Editorial.
-
- APOYAR AL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DECORACIÓN DE INTERIORES A BASE DE MOLDES DE YESO Y GYPSUM, UBICADA EN LA PARROQUIA EL CONDADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.**

-
- Sapag, N. R. (2003). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos*. Mexico: MacGraw Hill Interamericana.
- Slideshare. (s.f.). *Historia del diseño de interiores*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2014, de Historia del diseño de interiores: <http://es.slideshare.net/katherine-suarez102/historia-del-diseo-en-interiores-5>
- Trinidad, M. (2008). *Precios Unitarios*. Cunduacan, Tabasco: UNiversidad JUarez Autonoma de Tbasco.
- Tuyango Saint-Global. (2000). *El yeso*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2014, de <http://www.iq.ua.es/Yeso/historia.thm>
- Universidad de las Americas Puebla. (25 de Mayo de 2012). *Marketing*. Recuperado el 22 de Febrero de 2015, de Marketing: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/cervantes_v_ay/capitulo2.pdf
- Urbina, B. (2006). *Evaluacion de Proyectos*. San Jose - Costa Rica: McGraw-Hill.
- Urbina, B. (2006). *Rvaluacion de proyectos*. Mexico: McGraw-Hill.