



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE

UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y

COMERCIALIZACIÓN DE GYPSUM, UBICADA AL SUR DEL

DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL PERÍODO 2017-

2018.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Tecnólogo en

Administración Bancaria y Financiera

Autor: Díaz Males Johana Elizabeth

Director: Ing. Jacqueline Torres

Quito, 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Quito, 18 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta): DIAZ MALES JOHANA ELIZABETH de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GYPSUM, UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL PERÍODO 2017-2018., una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas, adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

ING. SOCORRO TORRES

Tutor del Proyecto

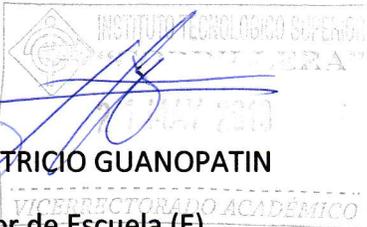
ING. ANDRÉS PUENTE

Lector del proyecto



ING. HENRY CERÓN

Revisor de Proyecto



DR. PATRICIO GUANOPATIN
Director de Escuela (E)



MSC. GEOVANNI URBINA

Coordinador Unidad de Titulación

DECLARATORIA

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

Johana Díaz.

Johana Elizabeth Díaz Males

CC 172162010-0

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Díaz Males Johana Elizabeth portador de la cédula de ciudadanía asignada con el N° 172162010-0 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: *“En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”*, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GYPSUM, UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL PERÍODO 2017-2018.”** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA

Johana Díaz.

NOMBRE

Díaz Males Johana Elizabeth

CÉDULA

172162010-0

Quito, 2018

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por acompañarme en todo momento, por darme salud, sabiduría, inteligencia y fuerzas para poder cumplir cada uno de mis sueños, por no abandonarme en los momentos difíciles. Gracias por darme la oportunidad de cumplir esta meta tan anhelada en mi formación profesional y por poner en mi camino a personas buenas de corazón.

A mis padres Iván Díaz y Nelly Males, a mis queridos abuelitos Angel Males y María Chipugsi, quienes me brindan su amor incondicional, gracias por el apoyo económico durante el transcurso de mi carrera, gracias papás por los esfuerzos realizados para brindarme una educación de calidad para tener un mejor futuro. Por cada consejo, por cada palabra de motivación y no dejar que me rinda ante nada. A mis hermanos, ustedes son el pilar fundamental en mi vida, cada logro será por ustedes.

También agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, por formar damas y caballeros, por abrirme sus puertas para estudiar mi carrera, a los docentes, a mi Tutora y Lector, porque me brindaron su ayuda para que este proyecto sea un éxito, gracias por el tiempo, los conocimientos y valores impartidos.

Finalmente agradezco a cada una de las personas que indirectamente o a la distancia me brindaron su apoyo para culminar esta etapa de mi vida.

DEDICATORIA

Primeramente a Dios por guiar cada uno de mis pasos, por bendecirme y protegerme en todo momento, por darme fuerzas para superar las dificultades presentadas a lo largo de mi vida.

Dedico todo mi logro personal y profesional a mis amados padres y abuelitos, quienes han velado por mi bienestar y educación, siendo mi apoyo incondicional. Me incentivaron hasta ver formar mi sueño. Ustedes fueron pilar importante en esta etapa de mi vida.

Por último dedico este proyecto a mis hermanos, porque no me negaron su ayuda cuando la necesite, sé que soy su ejemplo a seguir por eso daré lo mejor para que ustedes se reflejen en mí y me superen.

ÍNDICE GENERAL

ACTA DE APROBACIÓN	i
DECLARATORIA	ii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
RESUMEN EJECUTIVO	xix
ABSTRACT	xxi
CAPÍTULO I	1
1. Introducción.....	1
1.01. Justificación.....	2
1.02. Antecedentes.....	4
1.02.01. Historia del Yeso o Gypsum.....	4
CAPÍTULO II	8
2. Análisis Situacional.....	8
2.01. Ambiente Externo.....	8
2.01.01. Factor Económico.....	9
2.01.01.01. Producto Interno Bruto.....	9
2.01.01.02. Inflación.....	11
2.01.01.03. Tasa de Interés.....	11
2.01.01.03.01. Tasa de Interés Activa.....	12

2.01.01.03.02. Tasa De Interés Pasiva.....	13
2.01.01.04. Balanza Comercial.....	13
2.01.01.05. Riesgo País.....	14
2.01.02. Factor Social.....	15
2.01.02.01. Población Económicamente Activa (PEA).....	16
2.01.02.02. Empleo.....	17
2.01.02.03. Desempleo.....	17
2.01.03. Factor Legal.....	18
2.01.03.01. Registro Único de Contribuyentes (RUC).....	18
2.01.03.02. Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito.....	19
2.01.03.03. Municipio Metropolitano de Quito.....	20
2.01.03.04. Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE).....	22
2.01.03.05. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.....	23
2.01.03.06. Importación.....	24
2.01.03.06.01. Políticas de Comercio Exterior y Aranceles.....	27
2.01.04. Factor Tecnológico.....	27
2.02. Entorno Local.....	28
2.02.01. Clientes.....	29
2.02.02. Proveedores.....	29
2.02.03. Competidores.....	30
2.03. Análisis FODA.....	31
2.04. Propuesta Estratégica.....	32
2.04.01. Misión.....	32
2.04.02. Visión.....	33

2.04.03. Objetivos.....	34
2.04.03.01. Objetivo General.....	34
2.04.03.02. Objetivos Específicos.....	34
2.04.04. Principios y valores.....	35
2.04.04.01. Principios.....	35
2.04.04.02. Valores.....	36
2.04.05. Gestión Administrativa.....	38
2.04.05.01. Planificación.....	39
2.04.05.01.01. Diagrama de Gantt.....	39
2.04.05.02. Organización.....	40
2.04.05.02.01. Organigrama Estructural.....	40
2.04.05.02.02. Manual de Funciones.....	41
2.04.05.03. Dirección.....	43
2.04.05.03.01. Etapas de la dirección.....	44
2.04.05.04. Control.....	46
2.04.06. Gestión Operativa.....	47
2.04.06.01. Cadena de Valor.....	47
2.04.07. Gestión Comercial.....	48
2.04.07.01. Marketing mix.....	49
2.04.07.01.01. Producto.....	49
2.04.07.01.02. Precio.....	49
2.04.07.01.03. Plaza.....	50
2.04.07.01.04. Promoción.....	50
2.04.07.01.05. Logotipo.....	51
CAPÍTULO III.....	53

3. Estudio de Mercado.....	53
3.01. Análisis del Consumidor.....	53
3.01.01. Determinación de la población y muestra.....	54
3.01.01.01. Población.....	54
3.01.01.01.01. Población finita.....	55
3.01.01.02. Muestra.....	55
3.01.01.02.01. Fórmula para calcular la muestra de la población finita.....	55
3.01.02. Técnicas de obtención de información.....	57
3.01.02.01. Encuesta.....	57
3.01.02.01.01. Modelo de la encuesta.....	58
3.01.03. Análisis de la información.....	59
3.02. Oferta.....	68
3.02.01. Oferta Actual.....	68
3.02.02. Oferta Histórica.....	68
3.02.03. Oferta Proyectada.....	69
3.03. Productos Sustitutos.....	69
3.04. Demanda.....	70
3.04.01. Demanda Actual.....	70
3.04.02. Demanda Histórica.....	71
3.04.03. Demanda Proyectada.....	71
3.05. Balance Oferta-Demanda.....	72
3.05.01. Balance Actual.....	72
3.05.02. Balance Proyectado.....	72
CAPÍTULO IV.....	74
4. Estudio Técnico.....	74

4.01. Tamaño del Proyecto.....	74
4.01.01. Capacidad Instalada.....	75
4.01.02. Capacidad Óptima.....	76
4.02. Localización.....	76
4.02.01. Macro Localización.....	76
4.02.02. Micro Localización.....	77
4.02.03. Localización Óptima.....	78
4.03. Ingeniería del Producto.....	79
4.03.01. Definición del Bien.....	79
4.03.02. Distribución de la Planta.....	80
4.03.02.01. Plano de Planta	81
4.03.02.02. Método SLP.....	81
4.03.03. Proceso Comercial.....	83
4.03.03.01. Diagrama de Flujo Funcional ANSI.....	83
4.03.04. Muebles.....	84
4.03.05. Equipos.....	85
CAPÍTULO V.....	87
5. Estudio Financiero.....	87
5.01. Ingresos.....	87
5.01.01. Ingresos Operacionales.....	87
5.01.02. Ingresos no Operacionales.....	88
5.02. Costos.....	88
5.02.01. Costo de Ventas.....	89
5.02.02. Gastos Administrativos.....	89
5.02.03. Gastos de Ventas.....	90

5.02.04. Gastos Financieros.....	91
5.02.05. Costos Fijos.....	91
5.02.06. Costos Variables.....	92
5.03. Inversiones.....	92
5.03.01. Inversión Fija.....	92
5.03.02. Activos Fijos.....	93
5.03.03. Activos Nominales (diferidos).....	93
5.03.04. Capital de Trabajo.....	94
5.03.05. Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.....	95
5.03.06. Amortización de Financiamiento.....	97
5.03.06.01. Variables de viabilidad.....	97
5.03.07. Depreciaciones.....	98
5.03.08. Estado de Situación Inicial.....	99
5.03.09. Estado de Resultados Proyectado.....	99
5.03.10. Flujo de Caja Proyectado.....	100
5.04. Evaluación financiera.....	101
5.04.01. Tasa de Descuento (TMAR).....	101
5.04.02. VAN (Valor Actual Neto).....	102
5.04.03. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	103
5.04.03.01. Criterios de decisión.....	104
5.04.04. PRI (Período de Recuperación de la Inversión).....	104
5.04.05. RBC (Relación Costo Beneficio).....	105
5.04.06. Punto de Equilibrio.....	106
5.04.06.01. Gráfico punto de equilibrio.....	107
5.04.07. Análisis de Índices Financieros.....	107

5.04.07.01. Rendimiento Margen de Utilidad Neta.....	108
5.04.07.02. ROE (Rentabilidad sobre el Patrimonio).....	108
5.04.07.03. ROA (Rentabilidad sobre Activos).....	109
5.04.07.04. ROI (Rentabilidad sobre la Inversión).....	110
CAPÍTULO VI	111
6. Análisis de Impactos.....	111
6.01. Impacto Ambiental.....	111
6.02. Impacto Económico.....	112
6.03. Impacto Productivo.....	113
6.04. Impacto Social.....	113
CAPÍTULO VII	114
7. Conclusiones y Recomendaciones.....	114
7.01. Conclusiones.....	114
7.02. Recomendaciones.....	115
ANEXOS	117
BIBLIOGRAFÍA	125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 PIB sectorial.....	10
Tabla 2 Inflación.....	11
Tabla 3 Tasa de Interés Activa.....	12
Tabla 4 Tasa de Interés Pasiva.....	13
Tabla 5 Balanza Comercial.....	14
Tabla 6 Riesgo País.....	15
Tabla 7 Clientes.....	29
Tabla 8 Proveedores.....	30
Tabla 9 Competidores.....	30
Tabla 10 Matriz FODA.....	31
Tabla 11 Matriz Axiológica Principios.....	36
Tabla 12 Matriz Axiológica Valores.....	38
Tabla 13 Diagrama de Gantt.....	39
Tabla 14 Manual de Funciones del Administrador-Contador.....	42
Tabla 15 Manual de Funciones del Bodeguero.....	42
Tabla 16 Manual de Funciones del Vendedor.....	43
Tabla 17 Cadena de Valor.....	48
Tabla 18 Determinación de la población.....	55
Tabla 19 Tipo de Empresa.....	59
Tabla 20 Pregunta 1.....	60
Tabla 21 Pregunta 2.....	61
Tabla 22 Pregunta 3.....	62
Tabla 23 Pregunta 4.....	63

Tabla 24 Pregunta 5.....	64
Tabla 25 Pregunta 6.....	65
Tabla 26 Pregunta 7.....	66
Tabla 27 Pregunta 8.....	67
Tabla 28 Cálculo de la Oferta Actual.....	68
Tabla 29 Oferta Histórica.....	69
Tabla 30 Oferta Proyectada.....	69
Tabla 31 Cálculo de la Demanda Actual.....	70
Tabla 32 Demanda Histórica.....	71
Tabla 33 Demanda Proyectada.....	71
Tabla 34 Balance Actual.....	72
Tabla 35 Balance Proyectado.....	73
Tabla 36 Capacidad Instalada.....	75
Tabla 37 Capacidad Óptima.....	76
Tabla 38 Macro Localización.....	77
Tabla 39 Matriz de Factores Relevantes.....	79
Tabla 40 Grados de Cercanía.....	82
Tabla 41 Razones de Cercanía.....	82
Tabla 42 Simbología del Diagrama de Flujo.....	83
Tabla 43 Muebles y Enseres.....	85
Tabla 44 Equipo de Oficina.....	85
Tabla 45 Equipo de Computación.....	85
Tabla 46 Equipos.....	86
Tabla 47 Ingresos Operacionales.....	88
Tabla 48 Costo de Ventas.....	89

Tabla 49 Gastos Administrativos.....	90
Tabla 50 Gastos de Ventas.....	90
Tabla 51 Gastos Financieros.....	91
Tabla 52 Costos Fijos.....	91
Tabla 53 Costo Variable.....	92
Tabla 54 Activos Fijos.....	93
Tabla 55 Activos Diferidos.....	94
Tabla 56 Amortización.....	94
Tabla 57 Capital de Trabajo.....	95
Tabla 58 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.....	96
Tabla 59 Recursos Financieros.....	97
Tabla 60 Amortización del Préstamo.....	98
Tabla 61 Depreciaciones.....	99
Tabla 62 Estado de Situación Inicial.....	99
Tabla 63 Estado de Resultados Proyectado.....	100
Tabla 64 Flujo de Caja Proyectado.....	101
Tabla 65 Tasa de Descuento o TMAR.....	102
Tabla 66 Flujos Netos de Efectivo.....	103
Tabla 67 Valor Actual Neto.....	103
Tabla 68 Tasa Interna de Retorno.....	104
Tabla 69 Período de Recuperación de la Inversión.....	105
Tabla 70 Relación Costo Beneficio.....	105
Tabla 71 Punto de Equilibrio.....	106
Tabla 72 Rendimiento Margen de Utilidad Neta.....	108
Tabla 73 Rentabilidad Sobre el Patrimonio.....	109

Tabla 74 Rentabilidad Sobre Activos.....	109
Tabla 75 Rentabilidad Sobre la Inversión.....	110

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Producto Interno Bruto.....	10
Figura 2 Población Económicamente Activa.....	16
Figura 3 Tasa de Empleo A Nivel Nacional, Urbano y Rural 2007-2017.....	17
Figura 4 Tasa de Desempleo a Nivel Nacional, Urbano y Rural, 2007-2017.....	18
Figura 5 Organigrama de la Microempresa.....	41
Figura 6 Tarjeta de Presentación.....	51
Figura 7 Página Web.....	51
Figura 8 Logotipo.....	52
Figura 9 Tipo de Empresa.....	59
Figura 10 Pregunta 1.....	60
Figura 11 Pregunta 2.....	61
Figura 12 Pregunta 3.....	62
Figura 13 Pregunta 4.....	63
Figura 14 Pregunta 5.....	64
Figura 15 Pregunta 6.....	65
Figura 16 Pregunta 7.....	66
Figura 17 Pregunta 8.....	67
Figura 18 Macro localización.....	77
Figura 19 Micro localización.....	78
Figura 20 Plano de la planta	81
Figura 21 Matriz SLP.....	82
Figura 22 Diagrama de Flujo Funcional ANSI.....	84
Figura 23 Punto de Equilibrio.....	107

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Plancha de Gypsum.....	117
Anexo 2 Formulario para declaración del IVA persona natural.....	117
Anexo 3 Formulario para obtener la Licencia Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE).....	118
Anexo 4 Escritorio.....	118
Anexo 5 Silla tipo secretaria.....	119
Anexo 6 Archivador.....	119
Anexo 7 Mesa de centro.....	119
Anexo 8 Sillones de espera.....	119
Anexo 9 Caja registradora.....	120
Anexo 10 Teléfono inalámbrico.....	120
Anexo 11 Computadora LG.....	120
Anexo 12 Impresora Epson.....	121
Anexo 13 Amoladora.....	121
Anexo 14 Pistola de impacto.....	121
Anexo 15 Taladro atornillador.....	121
Anexo 16 Destornillador inalámbrico.....	122
Anexo 17 Flexómetro.....	122
Anexo 18 Tarjeta de presentación.....	122
Anexo 19 Página Web.....	123
Anexo 20 Logotipo de la microempresa.....	123
Anexo 21 Encuesta.....	124

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de factibilidad, muestra la posibilidad de importación y comercialización en el mercado, de la construcción en general; de un bien que consiste únicamente en planchas, para tumbados o paredes elaboradas con un material poco conocido que es el yeso, llamadas Gypsum, que está tomando mayor auge por poseer grandes beneficios.

Díaz Importadora, nombre comercial que se determinó para la microempresa, será constituida como Persona Natural, que se encontrará ubicada al Sur del Distrito Metropolitano de Quito, mostrando así la viabilidad del mismo mediante un análisis situacional, comprendido por factores externos e internos que mostrará el impacto en la implementación y desarrollo del proyecto.

Del mismo modo se aportará al crecimiento económico del país, por dicha razón se ha tomado la iniciativa de realizar un estudio, financiero, económico y social que proporcione una alternativa que reemplace otros productos similares utilizados en el campo de la construcción y este orientado a todos los extractos sociales.

Un estudio de mercado, permite conocer información acerca de la aceptación que tendrá el producto en el mercado mediante una encuesta realizada a las diferentes empresas dedicadas a la construcción, esta información también es de ayuda para los respectivos cálculos de la Oferta y Demanda.

Mediante una valoración financiera, se determinaron los costos y gastos del proyecto a realizar, utilizando una serie de indicadores financieros como: Valor

Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Tasa de Descuento (TMAR), Período de Recuperación de la Inversión (PRI), Relación Costo Beneficio (RCB), y de índices financieros como: Rentabilidad Sobre Activos (ROA), Rentabilidad Sobre el Patrimonio (ROE), Rentabilidad Sobre la Inversión (ROI), se conoce la factibilidad y rentabilidad del emprendimiento.

La proyección del Estado de Resultados, Flujo de Caja, ayuda ver el desarrollo y evolución que tendrá la microempresa durante los primeros cinco años de funcionamiento. Después de realizar las investigaciones correspondientes, un análisis completo al proyecto se culminó con las respectivas conclusiones y recomendaciones útiles y necesarias para el mismo.

ABSTRACT

The present project of feasibility, shows the possibility of import and commercialization in the market, of the construction in general; of a good that consists solely of plates, for lying down or walls made with a little known material that is gypsum, called Gypsum, which is taking more boom because of its great benefits.

Díaz Importadora, commercial name that was determined for the microenterprise, will be constituted as a Natural Person, which will be located in the South of the Metropolitan District of Quito, showing its viability through a situational analysis, comprised of external and internal factors that will show the impact on the implementation and development of the project.

In the same way it will contribute to the economic growth of the country, for this reason the initiative has been taken to carry out a study, financial, economic and social that provides an alternative that replaces other similar products used in the field of construction and is oriented to all the social extracts.

A market study, allows to know information about the acceptance that the product will have in the market through a survey made to the different companies dedicated to the construction, this information is also helpful for the respective calculations of Supply and Demand.

Through a financial valuation, the costs and expenses of the project to be carried out were determined, using a series of financial indicators such as: Net Present Value (VAN), Internal Rate of Return (TIR), Discount Rate (TMAR),

Recovery Period of Investment (PRI), Cost Benefit Ratio (RCB), and financial indexes such as: Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Return on Investment (ROI), the feasibility and profitability of entrepreneurship are known .

The projection of the Income Statement, Cash Flow, helps to see the development and evolution that the microenterprise will have during the first five years of operation. After carrying out the corresponding investigations, a complete analysis of the project was completed with the respective conclusions and recommendations useful and necessary for it.

CAPÍTULO I

1. Introducción

El presente trabajo de investigación se refiere a la importación y comercialización de Gypsum, la construcción uno de los sectores de mayor importancia dentro de la economía de cada país generando millones de ingresos, brindando empleo a varias personas, convirtiéndose en un sector estratégico para salir de crisis económica ya que no necesita como en otros sectores un tiempo de maduración, en el Ecuador representa el 10% del Producto Interno Bruto (PIB).

La posibilidad de importar y comercializar un bien que consiste en planchas para tumbados, paredes, ciertos tipos de decoración o acabados en la construcción que son elaboradas a base de yeso y cuya instalación no es nada complicada, tampoco lleva mucho tiempo instalar, son fabricadas bajo normas de calidad, también una de sus ventajas es que brinda facilidad para realizar detalles arquitectónicos, el precio de cada plancha varía según su medida, calidad y uso, sea para diseño interno o paredes externas.

En la actualidad está tomando mucha tendencia, es por eso que se ha tomado la iniciativa de realizar una correcta investigación tanto financiera, económica,

social. Para los cálculos de la oferta y demanda, se obtendrá datos del número de remodelaciones anuales, edificios construidos en Quito en los últimos años, también se recolectaran datos de las importaciones de Gypsum.

Realizar el estudio de factibilidad tiene como objetivo conocer la rentabilidad del mismo, los recursos que se necesitaran para llegar a cumplir con los objetivos, si será oportuno invertir o no de acuerdo a los resultados que se obtendrán durante la investigación, tener resultados positivos para así llegar a concretar con el proyecto y aportar al sector de la construcción brindando algo novedoso y de excelente calidad.

Dentro del proyecto se realizará un Plan de Negocio para la importación y comercialización de Gypsum, para lo cual se mostrará cada uno de los estudios pertinentes los que sean también de mayor importancia para el cumplimiento de los objetivos, también se aplicará las diferentes herramientas financieras, las que hacen más fácil la toma de decisiones.

Las micro pymes según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) son Los negocios con mayor crecimiento económico en los últimos años, apoyando al desarrollo de la matriz productiva del país, por tal motivo el proyecto se enfocara en la misma con la finalidad de apoyar al crecimiento económico con la implementación de nuevos negocios con el objetivo de satisfacer necesidades y generar empleo.

1.01 Justificación

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo la implementación de una microempresa dedicada a la importación y comercialización de Gypsum en el Distrito Metropolitano de Quito.

El Gypsum, material de construcción que permite ofrecer acabados modernos que ha ido incrementando por las múltiples ventajas, una de ellas y la principal es el ahorro de tiempo y dinero; para la construcción de una pared de cemento se tarda de dos a tres días para que quede completamente lista; mediante el uso de Gypsum la misma pared puede tardar tres horas en su instalación y no necesita de mucha mano de obra.

El Gypsum toma varias formas debido a que si se logra moldear y realizar varias figuras geométricas, gracias al Gypsum también se puede hacer el uso de luces indirectas que van colocadas en los tumbados dando un estilo muy diferente y que está de moda, además es un producto ecológico y no inflamable, al momento de su colocación se asemeja mucho a la madera y da la impresión de que su duración no será para mucho tiempo, pero es lo contrario también responden a las cargas sísmicas ya que el yeso es un material muy estable.

La importancia de llevar a cabo este proyecto de inversión es que se tendrá un mejor estilo de vida, además también permitirá acceder a fuentes de financiamiento para llegar a concluir con todo lo establecido en cuanto a rubros, para tomar la decisión de invertir o no en el presente proyecto se utilizara tres indicadores indispensables como es el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Costo Beneficio (RCB), los resultados que se obtengan permitirá analizar si es factible o no invertir, así como también el tiempo de recuperar la inversión si se llega a implementar la microempresa.

La implementación de una microempresa dedicada a la importación y comercialización de Gypsum generará empleo, aumentará la competitividad para

ofrecer un producto de calidad y optar por tener una propia fuente de ingresos económicos.

1.02. Antecedentes

Las microempresas en el Ecuador se calculan en alrededor de dos millones, las mismas que producen bienes y servicios; dentro de los que se pueden mencionar los de alimentos, confecciones, cuero y calzado, cerámica, gráfico, químico, plástico, madera, materiales de construcción, metalmecánica, electrónica (radio y TV), transporte, textil, turismo y hotelería, servicios profesionales, servicios generales y municipales. También se considera que en la actualidad las microempresas con mayor futuro son las que se dedican a comercializar algún producto o servicio. Ofrecer ante todo calidad, el comercializar Gypsum importado es una gran oportunidad, al crear una empresa se ofrece la oportunidad de brindar trabajo a familias desempleadas, a generar fuentes propias de ingreso. (LA HORA, 2008)

1.02.01. Historia del Yeso o Gypsum

El yeso se originó hace 200 millones de años como resultado de depósitos marinos cuando parte de lo que ahora son nuestros continentes eran inmensas extensiones oceánicas. Durante este período algunos mares se secaron y dejando así pedazos de yeso para posteriormente ser descubiertos por el hombre. Desde épocas memoriales el yeso, ha convivido con la humanidad y constituye uno de los más antiguos materiales de construcción. (Ricardo, 2008)

Durante el período neolítico se usó el yeso para elaborar cimientos y muros. En un imperio de la antigüedad conocido como Asiria se empleaba un yeso conocido como alabastro. Hace 6000 años preparaban argamasa que consiste en una mezcla de

algunos materiales como el cemento, la arena, el agua y cal y 1500 años después utilizaron estuco de yeso en el revestimiento interior de las pirámides. La civilización griega lo denominó gypsos (yeso) y la romana generalizó su uso en Europa y posteriormente los españoles lo introdujeron en América Latina. (Ricardo, 2008, pág. 1)

Este se obtiene directamente de la naturaleza por extracción en forma de roca de yeso (mineral de sulfato de calcio deshidratado) en canteras o minas y se procesa industrialmente con poca y delicada alteración. Este proceso consiste en la calcinación térmica del mineral triturado, eliminando así total o parcialmente el agua de cristalización químicamente combinada, al mezclarse con agua se endurece volviendo a su estado original. (Ricardo, 2008, pág. 1)

El yeso es un material que no es tóxico, respetuoso con el medio ambiente y sus residuos son biodegradables, es por eso que es uno de los componentes que se está utilizando hoy en día en muchas construcciones y presenta varias propiedades y beneficios como:

1. Es un material muy sensible a los cambios de humedad, es como un regulador así absorbe la humedad excesiva y la libera cuando hay sequedad.
2. La utilización de yeso en el recubrimiento interior de las edificaciones puede aumentar en un 35% la capacidad de aislamiento térmico frente a construcciones no revestidas.
3. Es completamente incombustible y muy resistente al fuego. El exponerse al calor se produce una gradual liberación del agua de cristalización en forma de vapor que retrasa la elevación de la temperatura absorbiendo el

calor, sin emanar gases tóxicos que son la causa principal de los incendios.

4. El yeso debido a su excelente plasticidad y moldeo posee varias posibilidades en su decoración. Es compatible con muchos materiales tales como: madera, pintura, papel, entre otros materiales-.
5. El yeso en estado plástico es muy manejable, liviano y se adhiere fácilmente a las superficies.(Ricardo, 2008, pág. 2)

El Gypsum es un mineral que abunda en la naturaleza y es extraído para una variedad de usos, principalmente, para la producción de placas de yeso y estuco. Se cree que la gran mayoría de depósitos de Gypsum del mundo fueron formados por la precipitación de minerales y la evaporación de mares interiores hace aproximadamente 140 millones de años. El Gypsum es también es producto sintético. Uno de los procesos usa la desulfuración de gases que son dañinos para el medio ambiente, provenientes de chimeneas de plantas de energía a base de carbón, para crear Gypsum benigno y benéfico.(Chiguano, 2014, pág. 1)

Una solución muy práctica y rápida para construir un tumbado en el hogar, oficina, salones o cualquier ambiente es el Gypsum o tumbado falso. Antes de construir un acabado basado en Gypsum es fundamental tomar en cuenta las condiciones climáticas de la obra, se recomienda que el nivel de temperatura este entre quince y treinta grados centígrados y que además exista una humedad relativa del 75%. (Chiguano, 2014, pág. 1)

El Gypsum es una nueva tendencia para la construcción, estas planchas elaboradas a base de yeso permite construir no solo tumbado, sino también paredes muy resistentes a todo, y debido a las características que posee se realizan trabajos

arquitectónicos, dar varias formas a los tumbados de acuerdo al gusto de cada cliente, en la actualidad ya no se utiliza las tradicionales construcciones a base de cemento, bloques y otros materiales que a más de llevar un tiempo largo de trabajo, el Gypsum minimiza este tiempo ya que para su colocación no se necesita mucha mano de obra y no puede tardar más que unas horas.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

“El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno.”

(Salgado, 2016, pág. 15)

Cada una de las microempresas busca tener aceptación dentro del medio en el cual se va a desenvolver, para esto es importante realizar un análisis situacional de cada uno de los factores que tendrán influencia en el desarrollo del mismo que permitirán tomar decisiones y plantear estrategias.

2.01. Ambiente Externo

“También conocido como entorno y corresponde a aquellos factores externos sobre los cuales la empresa no tiene influencia directa, mientras que si puede verse afectada por alguno de estos factores.” (Paturel, 2006, pág. 34)

Son factores que no pueden ser controlados por la microempresa pero que de una u otra manera afecta, por eso es necesario realizar un análisis de cada uno de estos factores para sujetarse a los posibles cambios.

2.01.01. Factor Económico

Las decisiones tomadas en este campo afectan a la casi totalidad de los sectores; es conveniente entonces observar con cuidado sus perspectivas. También es indispensable de los objetivos de la inflación, de la estabilidad monetaria, de la evolución del poder de compra de las familias, etc., para conocer la situación de un país. (Paturel, 2006, pág. 36)

El análisis de este factor permitirá examinar los diferentes elementos que afectarán de una manera positiva o negativa a la creación de una nueva microempresa, es significativo conocer la situación económica del país y tomar ciertas decisiones para el progreso de la microempresa.

2.01.01.01. Producto Interno Bruto

El producto interno bruto es la suma de todos los bienes y servicios finales que produce un país o una economía, tanto si han sido elaborados por empresas nacionales o extranjeras dentro del territorio nacional, que se registran en un período determinado, generalmente un año. (Economía y algo más, 2012)

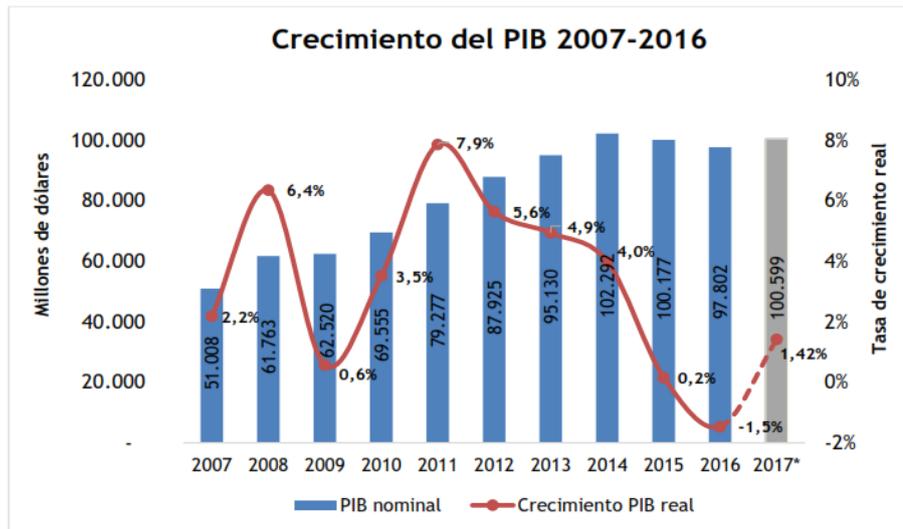
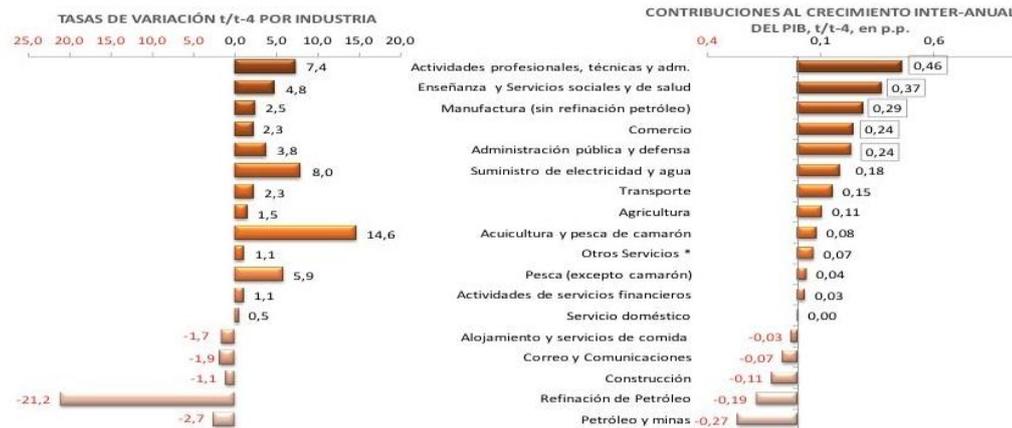


Figura 1 Producto Interno Bruto
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Tabla 1:
PIB sectorial



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Según los datos obtenidos de Banco Central del Ecuador la economía del país presentan un crecimiento en el primer trimestre lo que significa una oportunidad para la nueva microempresas emprendedora, así podrá aportar a la economía, importando y comercializando bienes y servicios. Uno de los sectores que cuenta con cifras positivas y aporta a la economía del país, es el comercial.

2.01.01.02. Inflación

“La inflación no es un fenómeno monetario; es el resultado de los desequilibrios de carácter real que se manifiesta en forma de aumentos del nivel general de precios” (Mántey Bastón & Levy Orlik, 2005, pág. 21)

Tabla 2:
Inflación

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2017	-0.22%
Octubre-31-2017	-0.09%
Septiembre-30-2017	-0.03%
Agosto-31-2017	0.28%
Julio-31-2017	0.10%
Junio-30-2017	0.16%
Mayo-31-2017	1.10%
Abril-30-2017	1.09%
Marzo-31-2017	0.96%
Febrero-28-2017	0.96%
Enero-31-2017	0.90%
Diciembre-31-2016	1.12%
Noviembre-30-2016	1.05%
Octubre-31-2016	1.31%
Septiembre-30-2016	1.30%
Agosto-31-2016	1.42%
Julio-31-2016	1.58%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Según datos oficiales presentados por el Banco Central del Ecuador, la inflación del país en los últimos meses es negativa, lo que significa una amenaza para el desarrollo del nuevo proyecto, puesto que los precios no tienen una estabilidad que garantice los movimientos de la microempresa.

2.01.01.03. Tasa de Interés

La tasa de interés indica el costo que representa obtener dinero mediante un préstamo y se expresa como un porcentaje del capital por unidad de tiempo. La unidad de tiempo normalmente utilizada para expresar las tasas de interés es de un año. (Vidaurri Aguirre, 2008, pág. 121)

La tasa de interés, es un factor importante que permitirá determinar el valor a pagar por solicitar un préstamo a una entidad financiera, este préstamo se realizará con el fin de financiar la inversión para la implementación de la nueva microempresa.

2.01.01.03.01. Tasa de Interés Activa

Es el porcentaje que las entidades bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las diferentes disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca. (Hernández Mangones, 2006, pág. 322)

Tabla 3:
Tasa de Interés Activa

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2017	7.83%
Noviembre-30-2017	7.79%
Octubre-31-2017	7.86%
Septiembre-30-2017	8.19%
Agosto-31-2017	7.58%
Julio-31-2017	8.15%
Junio-30-2017	7.72%
Mayo-31-2017	7.37%
Abril-30-2017	8.13%
Marzo-31-2017	8.14%
Febrero-28-2017	8.25%
Enero-31-2017	8.02%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Analizando las cifras de interés del año 2017, se observa que existen variaciones considerables en los porcentajes, el mes de Diciembre tiene un aumento con referencia al mes pasado, lo que significa una amenaza para la creación de la microempresa, puesto que el interés es muy alto y no se puede acceder fácilmente a un préstamo para el financiamiento.

2.01.01.03.02. Tasa De Interés Pasiva

“Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.” (Hernández Mangones, 2006, pág. 322)

Tabla 4:
Tasa de Interés Pasiva

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2017	4.91 %
Octubre-31-2017	4.80 %
Septiembre-30-2017	4.97 %
Agosto-31-2017	4.96 %
Julio-31-2017	4.84 %
Junio-30-2017	4.80 %
Mayo-31-2017	4.82 %
Abril-30-2017	4.81 %
Marzo-31-2017	4.89 %
Febrero-28-2017	5.07 %
Enero-31-2017	5.08 %
Diciembre-31-2016	5.12 %
Noviembre-30-2016	5.51 %
Octubre-31-2016	5.75 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

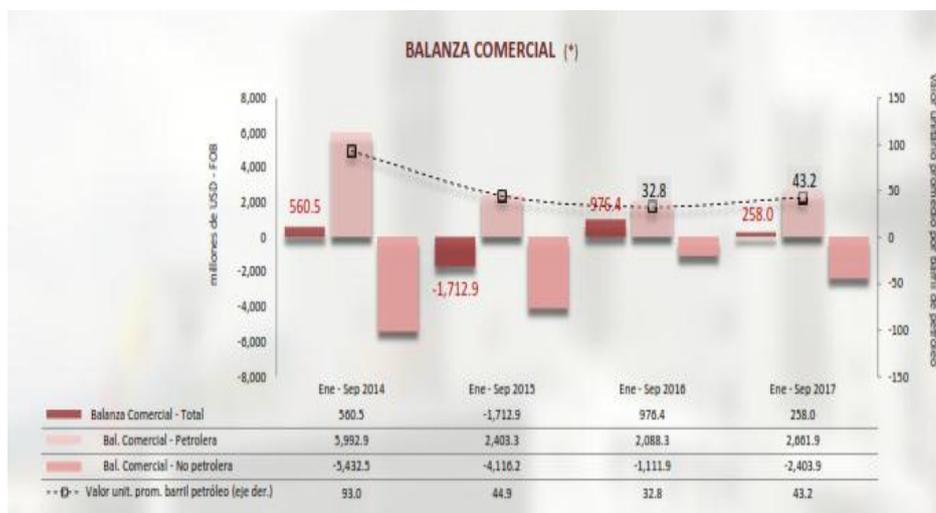
Según cifras del Banco Central del Ecuador, la tasa pasiva tiene un aumento del 0.11% en el mes de Noviembre, para el presente emprendimiento esto significa una oportunidad, ya que la microempresa podrá generar interés por tener dinero en una entidad bancaria.

2.01.01.04. Balanza Comercial

La balanza comercial es un estado contable donde se registran sistemáticamente las operaciones de intercambio de mercancías que realizan los países entre sí en un período determinado (regularmente un año). Esta balanza no es nada más que el registro de las importaciones y exportaciones de un cierto país.

(Zorilla Arena, 2003, pág. 199)

Tabla 5:
Balanza Comercial



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Según información del Banco Central del Ecuador, la Balanza Comercial para el país es favorable con un saldo a favor de \$2,661.9 millones siendo esto una oportunidad para la microempresa, las importaciones también tuvieron un aumento debido a que el gobierno retiró las salvaguardias y algunos impuestos, así se puede importar de una manera tranquila y segura.

2.01.01.05. Riesgo País

El riesgo país puede definirse en un sentido amplio haciendo referencia al riesgo que aparece cuando se opera en o con un país determinado, incluso importando o exportando. Se refiere a posibles consecuencias negativas, sobre el valor de los activos situados en ese país o los derechos sobre residentes en el mismo, resultantes de alteraciones en las estructuras políticas, económicas y sociales del país en cuestión. (Beraza Garmendia, Ahumada Carazo, Hoyos Iruarrizaga, & Peña Cerezo, 2015, pág. 241)

Tabla 6:
Riesgo País

FECHA	VALOR
Diciembre-04-2017	496.00
Diciembre-03-2017	507.00
Diciembre-02-2017	507.00
Diciembre-01-2017	507.00
Noviembre-30-2017	507.00
Noviembre-29-2017	507.00
Noviembre-28-2017	508.00
Noviembre-27-2017	505.00
Noviembre-26-2017	510.00
Noviembre-25-2017	510.00
Noviembre-24-2017	510.00
Noviembre-23-2017	517.00
Noviembre-22-2017	517.00
Noviembre-21-2017	527.00
Noviembre-20-2017	543.00
Noviembre-19-2017	552.00
Noviembre-18-2017	552.00
Noviembre-17-2017	552.00
Noviembre-16-2017	557.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

El Riesgo País en los meses de Noviembre y Diciembre del 2017 cuenta con cifras altas, según datos establecidos por el Banco Central del Ecuador. En el país existe poca inversión extranjera debido al mal manejo económico y político, generando incertidumbre al momento de invertir, esto para el emprendimiento significa una amenaza.

2.01.02. Factor Social

Factores sociales, se relacionan con la adaptación del proyecto al ambiente y a la comunidad. Estos factores son poco atendidos, pero no menos importantes. En específico, se refieren al nivel general de los servicios sociales con que cuenta la comunidad, como escuelas, hospitales, centros recreativos, facilidades culturales y de capacitación de empleados y otro. (Baca Urbina, 2001, pág. 88)

Los factores sociales conforman el clima dentro del cual la microempresa se va a desenvolver, también hace referencia a todo lo que ocurre dentro de una sociedad.

2.01.02.01. Población Económicamente Activa (PEA)

La población económicamente activa comprende a las personas de 12 años en adelante, que producen bienes o servicios, es decir el conjunto de personas que realiza algún tipo de actividad económica dentro de un país (población ocupada) o que buscan la oportunidad de hacerlo (población abierta desocupada). (Sánchez Rosado , 2005, pág. 37)

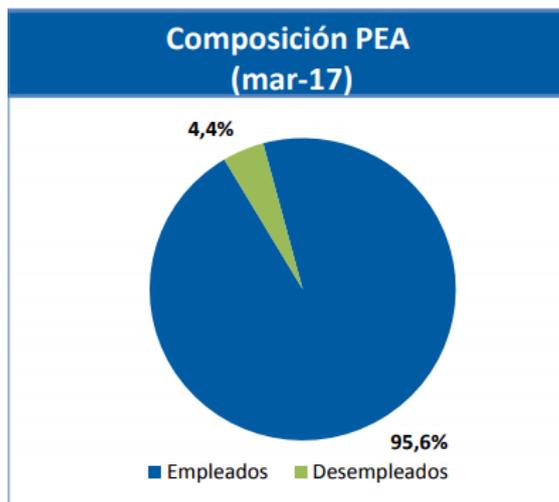


Figura 2 Población Económicamente Activa
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censos

La Población Económicamente Activa representa una oportunidad para la nueva microempresa ya que existe un porcentaje del 95.6% de personas que buscan un empleo, que desean aportar a la producción del país y están dispuestos a realizar alguna actividad.

2.01.02.02. Empleo

El empleo es una actividad que realiza una persona a cambio de una remuneración, por lo tanto la tasa de empleo representa el porcentaje de trabajadores que se encuentran activos dentro de un país.

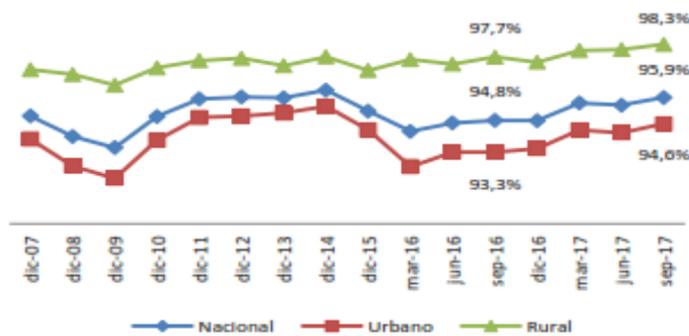


Figura 3 Tasa de Empleo A Nivel Nacional, Urbano y Rural 2007-2017

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censos

El empleo en el país ha tenido un aumento del 94.8% al 95.9%, esto es una oportunidad para la microempresa ya que si hay personas que cuentan con un trabajo formal, tienen sus propios ingresos y cuentan con los medios económicos para adquirir el producto.

2.01.02.03. Desempleo

“El desempleo es otra variable importante de analizar, la tasa de desempleo mide el número de personas que buscan activamente un trabajo sin encontrarlo, como porcentaje o fracción de la fuerza laboral total.” (Larraín B. & Sachs, 2002, pág. 8)

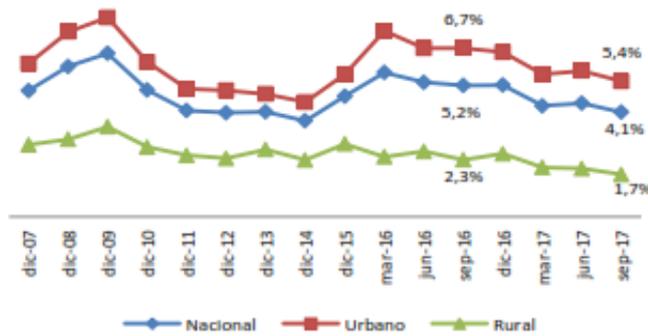


Figura 4 Tasa de Desempleo a Nivel Nacional, Urbano y Rural, 2007-2017

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censos

El desempleo es un factor importante, pero para el proyecto representa una amenaza, a pesar de que el porcentaje de desempleo ha disminuido de 5.2% a 4.1%, aún existe un porcentaje considerado de personas desempleadas que no tienen los recursos necesarios, para adquirir el producto que será puesto al mercado.

2.01.03. Factor Legal

“Comprende las leyes y reglamentos de cada país, son factores que inciden directamente en la orientación y en los costes de las políticas productivas y comerciales de la empresa.” (Rodés Bach, 2014, pág. 28)

Para la implementación de una nueva microempresa es necesario conocer tanto de leyes nacionales como internacionales que detallen los requisitos necesarios para que la empresa pueda iniciar sus actividades.

2.01.03.01. Registro Único de Contribuyentes (RUC)

El Registro Único de Contribuyentes sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional dentro del Ecuador. Corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o

sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos. (Servicio de Rentas Internas, s.f.)

Requisitos persona natural

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo. (Servicio de Rentas Internas, s.f.)

2.01.03.02. Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito

El permiso de Bomberos en la ciudad de Quito se emite a todo local previo a la aprobación de su funcionamiento. Se otorga de acuerdo según el tipo de actividad y riesgo:

Tipo A

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

Tipo B

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

Tipo C

Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales. (Foros Ecuador.ec, 2013)

Requisitos para obtener el permiso de bomberos:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC; y
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados). (Foros Ecuador.ec, 2013)

El permiso de los bomberos se lo actualiza cada año. Las empresas de categoría dos y tres (de mayor riesgo) lo sacan como requisito previo para obtener la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE). El trámite es gratuito. Según la normativa, en las empresas se debe colocar un extintor de 10 libras por cada 100 m² de espacio útil. Los componentes del dispositivo pueden ser CO₂, polvo químico seco, todo depende del proceso productivo que se realice. La red hídrica es un sistema necesario para las industrias que superan los 500 m² de extensión. Se encuentra conformada por una reserva de agua (cisterna), gabinetes y rociadores. Los rociadores se deben instalar en el subsuelo y en los espacios de almacenamiento. Estos se los coloca a una distancia de 4,5 metros cada uno. Una vez que se enciende la alerta de incendios estos se activan automáticamente. (Foros Ecuador.ec, 2013)

2.01.03.03. Municipio Metropolitano de Quito

Patente

La patente municipal es un requisito obligatorio que deben cumplir los trabajadores independientes para ejercer la actividad económica y poder obtener el RUC. El requisito está vigente desde 2010 y se lo obtiene a partir de un formulario. Las fechas límites de pago se establecen por el noveno dígito del RUC, y van del 10 al 28 de junio. (Foros Ecuador.ec, 2016)

Requisitos para obtener la patente:

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas
- Si el trámite lo realiza una tercera persona:
 - Carta autorización del Contribuyente o Representante Legal si es persona jurídica.
 - Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
- En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

Requisitos adicionales:

- Copia de la licencia de conducir categoría profesional (En el caso de que realice actividades de transporte).
- En caso de discapacidad, copia del carné del CONADIS.
- En caso de artesanos, copia de la calificación artesanal vigente. (Foros Ecuador.ec, 2016)

2.01.03.04. Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE)

“La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.” (Foros Ecuador.ec, 2014)

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía.

Requisitos para obtener la LUAE:

- Formulario único de solicitud de LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal
- Copia de la papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones
- Calificación artesanal de la Junta Nacional de la Defensa del Artesano o MIPRO (sólo para jurídicos)
- En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo (sólo para artesanos)

- Para colocar rótulo: En caso de propiedad horizontal: Autorización de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal. En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local. En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo. (Foros Ecuador.ec, 2014)

2.01.03.05. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Para la solicitud de registro de un nuevo empleador se lo debe realizar en la página del IESS mediante los siguientes pasos:

- Ingresar a la página web www.iess.gob.ec Servicios por Internet
- Escoger Empleadores- Actualizar datos del registro patronal
- Escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico)
- Ingresar los datos obligatorios
- Digitar el número de RUC y (En caso de doméstica digitar número de cédula)
- Seleccionar el tipo de empleador
- En el resumen del Registro de Empleador al final del formulario se visualizará imprimir solicitud de clave.

Una vez registrados los datos solicitados, tiene que acercarse a las oficinas de Historia Laboral del Centro de Atención Universal del IESS a solicitar la clave de empleador, con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.

- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de un servicio básico (agua , luz o teléfono)
- Calificación artesanal si es artesano calificado.
- Original de la cédula de ciudadanía.(Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, s.f.)

2.01.03.06. Importación

Obtención del Registro de Importador

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

- 1) Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y certificación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador:<http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data:<http://www.securitydata.net.ec/>

- 2) Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecupass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

- Actualizar base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica. (Aduana del Ecuador SENA E)

Como desaduanizar una mercancía importada

Para realizar los trámites de desaduanización de mercancías, es necesario la asesoría y el servicio de un Agente acreditado por el SENA. El listado de Agentes de Aduana autorizados se encuentra en la siguiente ruta: www.aduana.gob.ec **Agentes de Aduana**

La Declaración Aduanera de Importación (DAI) deberá ser transmitida por un proveedor de Software o en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, en un período no superior a quince días calendario previo a la llegada del medio de transporte, y hasta treinta días calendarios siguientes a la fecha de su arribo; de no cumplirse en ese plazo, la mercancías estarán inmersas en una de las causales del abandono tácito, según lo estipula el literal a) del artículo 142 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

De acuerdo al tipo de mercancía a importar, se deberán adjuntar los siguientes documentos a la DAI:

Documentos de acompañamiento:

Se constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. (Art. 72 del Reglamento al Libro V del Copci).

Documentos de soporte:

Constituirán la base de la información de la DAI a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión

de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Art. 73 del Reglamento al Libro V del Copci).

- Documento de Transporte
- Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial
- Certificado de Origen (cuando proceda)
- Documentos que el SENA E o el Organismo regulador de Comercio Exterior considere necesarios.

Transmitida la DAI, el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador le otorgará un número de validación (Refrendo) y el canal de aforo que corresponda. (Aduana del Ecuador SENA E)

Tributos que se debe pagar por un producto importado

Para determinar el valor a pagar de tributos al comercio exterior, es necesario conocer la clasificación arancelaria del producto importado.

Para obtener la Base Imponible se debe obtener el valor CIF de su mercancía, que sirve para el cálculo de los impuestos. El valor CIF se obtiene de sumar:

- PRECIO FOB* (Valor de las facturas)
- FLETE (Valor del transporte internacional)
- SEGURO (Valor de la prima)

Los impuestos a pagar por el Importador será la suma de los siguientes valores:

AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías): Son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en porcentajes según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la importación).

FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia): Impuesto que administra el INFA. 0.5% del valor CIF.

ICE (Impuesto a los Consumos Especiales): Administrado por el SRI, porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen.

IVA (Impuesto al Valor Agregado): Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE. (Aduana del Ecuador SENA)

2.01.03.06.01. Políticas de Comercio Exterior y Aranceles

Los acuerdos comerciales de cualquier índole, inciden directamente en la cantidad y facilidades con que un producto de otro país pueda ingresar al mercado nacional; en el presente caso el Gypsum y muchos artículos más, producidos y procedentes de Chile, ingresan al Ecuador con exoneración del 100% de los Derechos Arancelarios, gracias al Acuerdo de Complementación Económica (ACE 32), firmado al amparo de la ALADI (Asociación Latinoamérica de Integración), según Decreto Ejecutivo 2039 publicado en el Registro Oficial N° 603 de Enero 3 de 1995 y que tiene vigencia desde 01-04-2002 en forma indefinida, es decir, hasta que las partes lo decidan. (Vaca, 2009, pág. 51)

2.01.04. Factor Tecnológico

Los cambios tecnológicos se dan constantemente y algunas empresas son más afectadas que otras por esos cambios. Es importante analizar las nuevas tecnologías, su ritmo de evolución y las posibles aplicaciones. Los permanentes avances tecnológicos pueden convertir rápidamente a algunos de los productos de la empresa en obsoletos. (Biasca, 2005, pág. 50)

Otro aspecto fundamental a la hora de analizar el entorno general empresarial, es el Factor Tecnológico. Se refiere a uno de los factores de mayor efecto sobre la actividad empresarial. La ciencia proporciona el conocimiento y la tecnología lo usa. Tecnología se refiere a la suma total del conocimiento que se tiene de las formas de hacer las cosas. Sin embargo su principal influencia es sobre la forma de hacer las cosas, cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y los servicios.(Pérez Ramírez & Carrillo Benito, 2000)

La repercusión de la tecnología se manifiesta en nuevos productos, máquinas, herramientas, materiales y servicios. Algunos beneficios de la tecnología son: mayor productividad, estándares más altos de vida, más tiempo de descanso y una mayor variedad de productos. Sin embargo, deben ponderarse los beneficios de la tecnología contra los problemas que conllevan estos avances, un claro ejemplo son los embotellamientos de tránsito y la contaminación del agua y del aire. Se requiere un enfoque equilibrado que la aproveche y al mismo tiempo disminuya algunos de sus efectos colaterales indeseables.(Pérez Ramírez & Carrillo Benito, 2000)

En el presente proyecto el Factor Tecnológico representa una oportunidad para la microempresa, porque por medio del avance de la tecnología se puede acceder a una mejor comunicación entre cliente y proveedor. Para el desarrollo de las actividades de la microempresa se necesitará de un equipo de computación, y maquinaria que facilite la instalación de las planchas de Gypsum.

2.02. Entorno Local

El entorno local comprende los factores que pueden ser controlados, para obtener cambios y un buen funcionamiento de la organización, dentro de este

entorno se encuentran los posibles clientes, proveedores y competidores, analizando cada uno ayudara a determinar las fortalezas y debilidades de la microempresa.

2.02.01. Clientes

“El cliente es la persona, empresa u organización que adquiere productos o servicios a un proveedor. A la persona que tiene la primera relación de acercamiento por información y no ha pagado o contratado, se debe llamar prospecto.” (Vidales Rubí, 2003, pág. 112)

Tabla 7:
Clientes

Empresa	Descripción
Sicon Cía. Ltda.	Parque de los Recuerdos, calle de las Avellanas 4W y el Juncal, esquina
Personas naturales	Personas dedicadas a la construcción y remodelación de edificios, casas, locales y otros.
Empresas	Empresas dedicadas a la construcción.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

Los clientes representan una oportunidad de para la microempresa, pues ellos serán quienes por medio de la publicidad que se realice, obtengan información suficiente acerca del producto y lo adquieran, serán una parte fundamental para el crecimiento de la empresa, sin los clientes no hay ingresos económicos que sustenten el negocio.

2.02.02. Proveedores

“Los proveedores son personas o empresas quienes proporcionan los recursos que la empresa necesita para producir un bien o un servicio.” (Kotler & Armstrong, 2003, pág. 119)

Tabla 8:
Proveedores

Empresa	Artículo	Ubicación	Descripción
KNAUF	Planchas Gypsum	Chile	Mayorista
Comercializadora CONDELL	Planchas Gypsum	Chile	Mayorista

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

Los proveedores también representan una oportunidad para la microempresa, pues ellos serán quienes mediante acuerdos de negociación proporcionarán los productos para comercializar dentro de la ciudad. Estos son los principales proveedores seleccionados ya que son grandes empresas a nivel internacional que pueden facilitar de planchas de Gypsum y también porque son países cercanos.

2.02.03. Competidores

Los competidores son las personas o empresas que ofrecen el similar producto o servicio a los clientes.

Tabla 9:
Competidores

Empresa	Ubicación	Descripción
Gypsum Ecuador	6 de Diciembre n43-64 y Tomás de Berlanga	Ofrece diversidad de materiales
Tec-Gypsum Cía. Ltda.	De Las Toronjas N50-163 y Av. Eloy Alfaro	Atención permanente
Megapisos Gypsum.	Caldas Oe1-222 y Vargas. Centro Histórico. Diagonal a la Basílica del Voto Nacional.	Precios accesibles

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

Los competidores representan una amenaza de frente a la microempresa, pues son empresas que ofrecen el mismo producto y llevan años en el mercado, gracias a las buenas estrategias aplicadas. Se ha podido determinar a tres posibles fuertes competidores, para poder sobresalir se deberá aplicar precios accesibles, calidad en

el producto, buenas relaciones con los clientes para generar confianza y que la microempresa llegue a tener éxito.

2.03. Análisis FODA

La matriz de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas (FODA) es una herramienta de ajuste importante que ayuda a los gerentes a crear estrategias para la organización. El ajuste de los factores tanto externos e internos es la parte más difícil de desarrollar en una matriz FODA y requiere un criterio acertado para la toma de decisiones que ayudarán al mejor funcionamiento y desenvolvimiento de la empresa. (Fred R., 2003, pág. 200)

Tabla 10:
Matriz FODA

Oportunidades	Impacto			Amenazas	Impacto		
	Bajo	Medio	Alto		Bajo	Medio	Alto
Producto Interno Bruto			x	Inflación			x
Tasa de interés pasiva	x			Tasa de interés activa		x	
Balanza Comercial			x	Riesgo País		x	
PEA		x		Desempleo		x	
Empleo		x		Competidores			x
Tecnología			x				
Clientes			x				
Proveedores			x				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

Mediante el análisis del ambiente externo y entorno local, se determina la matriz FODA, la microempresa cuenta con varias oportunidades como: el Producto Interno Bruto, Tasa de interés pasiva, Balanza Comercial, PEA, Empleo, Tecnología, Clientes, Proveedores, y amenazas: Inflación, Tasa de interés activa, Riesgo País, Desempleo, Competidores, para su implementación, con los resultados de esta matriz

se formulan estrategias que permitan aprovechar dichas oportunidades y superar dichas amenazas para la iniciativa del proyecto.

2.04. Propuesta Estratégica

La planeación estratégica se concibe como “el proceso que consiste en decidir sobre la misión, visión, valores, objetivos y estrategias de una organización, sobre los recursos que serán utilizados y las políticas generales que orientarán la adquisición y coordinación de tales recursos, considerando a la empresa como una entidad total, en un mediano y largo plazo.” (Luna González, 2015, pág. 61)

La Propuesta Estratégica, permite desarrollar y poner en marcha lo planificado con el fin de lograr cumplir con los objetivos trazados, dentro de esta propuesta se establecerá la misión, visión, principios y valores de la microempresa.

2.04.01. Misión

“Misión o razón de ser de la organización es un breve enunciado que sintetiza los principios, propósitos, estrategias y valores esenciales que deberán ser conocidos, comprendidos por todas las personas que colaboran en el desarrollo del negocio.” (Luna González, 2015, pág. 61)

La misión está ligada a la razón de ser o motivo de la empresa y tiene que ver mucho con la actividad que realice la organización, los recursos que disponga una vez que se redacte la misión, debe ser dada a conocer a todos los trabajadores para que en conjunto se llegue a cumplir el objetivo principal.

Factores clave:

- **Giro del negocio:** Importación y comercialización de planchas de Gypsum.
- **Valor o principio fundamental:** Confianza, calidad.

- **Target:** Público en general.
- **Método de trabajo:** Importar planchas de Gypsum de buena calidad y comercializar a precios cómodos.

Importadora Díaz, una microempresa joven e innovadora en la importación y comercialización de planchas de Gypsum, basados en brindar confianza, calidad para satisfacer las necesidades de los clientes y proveedores, prometiendo excelencia en el servicio para ser competitivos en el mercado.

2.04.02. Visión

“Visión o intención estratégica es el estado futuro deseado: la aspiración de la empresa.” (Luna González, 2015, pág. 61)

La visión figura lo que la empresa quiere lograr, lo que anhela llegar a ser, el rumbo que deber seguir para cumplir con sus expectativas a largo plazo.

Factores clave:

- **Producto o servicio:** Planchas de Gypsum.
- **Factor de diferencia:** Importación del material.
- **Situación deseada:** Reconocimiento en el mercado.
- **Tiempo:** 3 años.
- **Principio fundamental:** Calidad.
- **Alcance:** Local.

Para el año 2020, ser una empresa reconocida y líder a nivel Nacional en la importación y comercialización de planchas de Gypsum, ofreciendo a los clientes un producto de calidad y precios competitivos en el mercado.

2.04.03. Objetivos

Los objetivos son los propósitos o metas a alcanzar que estén ligados a la estrategia de la empresa, están basados en la visión, misión y los valores de una organización y perfilan las acciones y operaciones que se llevaran a cabo. Los objetivos proporcionan las directrices o pautas de actuación encaminadas a mejorar la actividad y rendimiento de una organización. (García Padilla, 2015, pág. 45)

El objetivo es a donde se pretende llegar, el resultado de lo que se espera lograr dentro de la organización, es como una meta o un propósito, cada uno de los objetivos debe ser correctamente elaborado, deben ser claros y precisos ya que serán de gran ayuda para la microempresa.

2.04.03.01. Objetivo General

Conseguir que el producto, las planchas de Gypsum, tenga aceptación en el mercado Nacional, cubrir las necesidades de los clientes cumpliendo con los estándares de calidad y desarrollando un plan de marketing eficaz.

2.04.03.02. Objetivos Específicos

Estos objetivos se desglosan del objetivo general y son los que ayudaran al cumplimiento del mismo.

- Realizar un estudio adecuado sobre los factores internos y externos que afectan a la implementación de la microempresa, valorándolos en la matriz FODA.
- Generar el plan estratégico para la microempresa de tal manera que se mencione el objetivo que se planea lograr.
- Desarrollar el estudio de mercado para determinar la población insatisfecha.

- Ejecutar el estudio técnico para determinar el tamaño del proyecto.
- Hacer el estudio financiero para determinar la inversión que se requerirá para el emprendimiento, y con el ello la viabilidad y factibilidad el mismo.

2.04.04. Principios y valores

2.04.04.01. Principios

“Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que regulan la vida de una organización, son la base sobre la cual se constituye la misión y visión.”

(Amaya Amaya, 2005, pág. 23)

Los principios como tal, son normas que rigen la conducta de cada una de las personas, el comportamiento que se tiene para con otras personas, en una microempresa es importante que se den a conocer los principios que se practicarán para generar un buen ambiente de trabajo y que sobre todo apoyen al cumplimiento de los objetivos de la microempresa.

Los principios son:

- **Mejora continua:** ser cada día mejores, importando un producto de calidad, nunca se llega a ser perfectos, pero si se busca lograr serlo.
- **Trabajo en equipo:** motivar el trabajo en conjunto, creando buenas relaciones entre los miembros de la microempresa para llegar a cumplir con el objetivo planteado.
- **Permanencia:** crear entre la microempresa, sus clientes y proveedores un trato duradero, brindando confianza y capacitaciones constantes.

- **Orientación al cliente:** satisfacer el gusto de los clientes, siempre encaminados en sus necesidades y en el favoritismo que tienen por la microempresa.
- **Compromiso:** mantener una comunicación directa con los trabajadores, esto ayuda a la organización a lograr las metas trazadas.

Tabla 11:
Matriz Axiológica

Principio/Aplicación	Sociedad	Usuarios	Comunidad	Empresa
Mejora continua: ser cada día mejores, importando un producto de calidad, nunca se llega a ser perfectos.				X
Trabajo en equipo: motivar el trabajo en conjunto, creando buenas relaciones entre los miembros de la microempresa para llegar a cumplir con el objetivo planteado.				X
Permanencia: crear entre la microempresa, sus clientes y proveedores un trato duradero, brindando confianza y capacitaciones constantes.		X		X
Orientación al cliente: satisfacer el gusto de los clientes, siempre encaminados en sus necesidades y en el favoritismo que tienen por la microempresa.		X		
Compromiso: mantener una comunicación directa con los trabajadores, esto ayuda a la organización a lograr las metas trazadas.		X		X

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

2.04.04.02. Valores

“Los valores constituyen los cimientos sobre los que se edifican los demás conceptos clave de la empresa. Al ser creencias sobre lo que es deseable, valioso y justificable, los valores movilizan y amplifican las energías de una organización.”

(Gimbert, 2003, pág. 24)

Los valores son el conjunto de principios, corresponden a las normas de conducta de los empleados y son elementales para el buen desenvolvimiento del personal y son propios de la microempresa.

Los valores son:

- **Puntualidad:** exigir a los trabajadores respetar el tiempo de entrada y salida, así como también con los clientes, al momento de la entrega del producto.
- **Honestidad:** encaminado a los miembros de la microempresa y clientes, promover la verdad como principal instrumento para crear confianza.
- **Calidad:** entregar a los clientes un producto importado de excelente calidad.
- **Justicia:** tiene más orientación hacia los empleados, hace referencia a conceder a cada uno lo que se merece, tanto en su salario como en las actividades que deberán realizar.
- **Seguridad:** garantizar que el producto importado cumpla con todos los requisitos legales, que al momento de ser entregado cumpla con los estándares de calidad.

Tabla 12:
Matriz Axiológica

Valor/Aplicación	Sociedad	Usuarios	Comunidad	Empresa
Puntualidad: exigir a los trabajadores respetar el tiempo de entrada y salida, así como también con los clientes, al momento de la entrega del producto.		X		X
Honestidad: encaminado a los miembros de la empresa y clientes, promover la verdad como principal instrumento para crear confianza.		X		X
Calidad: entregar a los clientes un producto importado de excelente calidad.		X		
Justicia: tiene más orientación hacia los empleados, hace referencia a conceder a cada uno lo que se merece, tanto en su salario como en las actividades que deberán realizar.				X
Seguridad: garantizar que el producto importado cumpla con todos los requisitos legales, que al momento de ser entregado cumpla con los estándares de calidad.		X		X

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

2.04.05. Gestión Administrativa

La gestión administrativa consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y cosas mediante el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planeación, organización, dirección y control. (Anzola, 2002, pág. 70)

La Gestión Administrativa recoge las actividades que realiza un grupo de personas, orientadas a coordinar los recursos disponibles para conseguir los objetivos planteados. Estas actividades corresponden a: la Planeación, Organización, Dirección y Control.

2.04.05.01. Planificación

La planificación es un proceso en el cual se define de manera sistemática los lineamientos estratégicos, o líneas maestras, de la empresa u organización, y se los desarrolla en guías detalladas para la acción, se asignan recursos y se plasman en documentos llamados planes, estos planes son realizados para el futuro y cumplimiento de objetivos. (Francés , 2006, pág. 23)

La Planificación corresponde, al proceso donde se detallan las actividades que se deben realizar para cumplir con los objetivos de una manera organizada y obtener el bienestar para la organización.

2.04.05.01.01. Diagrama de Gantt

El Diagrama de Gantt consiste en una representación gráfica sobre dos ejes: en el horizontal se representa el tiempo y en el vertical, las actividades. A cada una de éstas corresponde una línea horizontal cuya longitud indica su duración y cuya posición indica los momentos de inicio y finalización. (Azinian, 2009, pág. 91)

El Diagrama de Gantt es una herramienta donde se define der una manera ordenada, las actividades a realizar dentro de la microempresa de acuerdo a cada área asignada, y en qué tiempo serán realizadas.

Tabla 13:
Diagrama de Gantt

Nº	ACTIVIDAD/SEMANA	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO					
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
1	Idea de negocio	■	■																								
2	Análisis Situacional			■	■	■																					
3	Estudio de Mercado					■	■	■	■	■																	
4	Estudio Técnico									■	■	■	■														
5	Estudio Financiero												■	■	■	■	■										
6	Análisis de Impacto																■	■	■	■							
7	Implementación																		■	■	■						
8	Ejecución																				■	■	■				
9	Evaluación																					■	■	■			
10	Informe final																								■	■	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

Como se puede observar en el presente Diagrama de Gantt se establecieron las actividades a realizar y el tiempo de duración de las mismas para llevar a cabo el proyecto.

2.04.05.02. Organización

La Organización consiste en distribuir el trabajo entre el grupo, para establecer y reconocer las relaciones y la autoridad necesarias, implica:

- El diseño de tareas y puestos
- Designar a las personas idóneas para ocupar los puestos.
- La estructura de la organización.
- Los métodos y procedimientos que se emplearán. (Blandez Ricalde, 2014, pág. 6)

La Organización de la microempresa indica cómo está estructurada internamente y se visualiza en el organigrama estructural; las funciones de cada cargo están detalladas en el manual de funciones.

2.04.05.02.01. Organigrama Estructural

“Los organigramas es una representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización, que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.”

(Fleitman, 2000)

Los organigramas ayudan a conocer como estará conformada la microempresa, su personal y el área a la cual pertenecen.

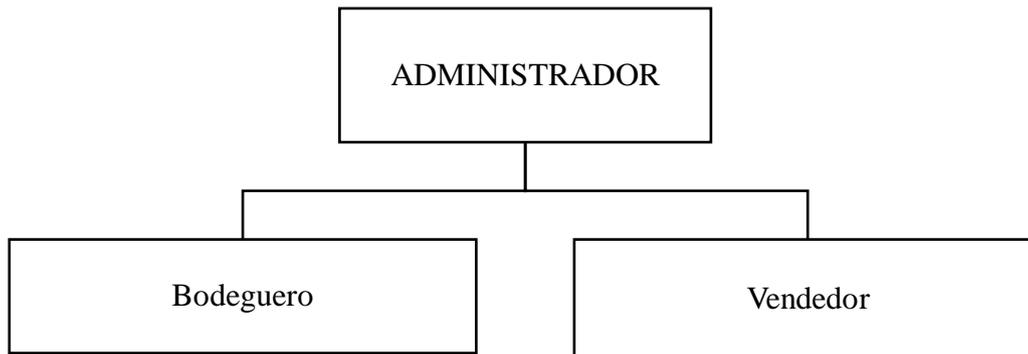


Figura 5 Organigrama de la Microempresa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

2.04.05.02.02. Manual de Funciones

El Manual de Funciones es una herramienta que ayuda a definir y dar a conocer el perfil que necesita una persona para postular por un puesto de trabajo, también es un documento donde quedan plasmadas las actividades de cada uno de los integrantes de una organización, así como también el cargo que ocupa.

Objetivo del Manual

El objetivo del siguiente manual es, servir de apoyo para el presente proyecto dirigido a cada miembro de la organización, con el fin de dar a conocer sus actividades laborales y su cargo.

Políticas del Manual

1. Cada una de las actividades se debe cumplir a cabalidad.
2. Cada norma o ley establecida, debe ser respetada por todos los integrantes de la microempresa.
3. No se pueden hacer alteraciones al manual por parte de ningún empleado sin autorización de la Gerencia.

Tabla 14:
Manual de Funciones del Administrador-Contador

 <p>DÍAZ IMPORTADORA QUITO-ECUADOR</p>
Nombre del cargo: Administrador-Contador
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Controlar cada una de las operaciones que debe realizar la microempresa. • Ser el representante legal de la microempresa. • Firmar y autorizar la paga mensual de los empleados. • Realizar declaraciones tributarias. • Pagar impuestos. • Planificar actividades para el cumplimiento de los objetivos. • Ordenar, distribuir el trabajo a cada uno de los miembros de la microempresa. • Elaborar reportes financieros que ayuden a la toma de decisiones. • Elaborar cheques para pagos a los proveedores. • Evaluar la situación financiera de la microempresa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

Tabla 15:
Manual de Funciones del Bodeguero

 <p>DÍAZ IMPORTADORA QUITO-ECUADOR</p>
Nombre del cargo: Bodeguero
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llevar el registro de ingreso y salida de materiales, herramientas y producto. • Controlar el correcto almacenaje del producto en la bodega. • Verificar calidad del producto. • Verificar los documentos de despacho. • Archivar las órdenes de pedido por día. • Mantener en orden y limpio el lugar de trabajo. • Brindar una atención excelente al cliente. • Realizar el cierre mensual del inventario del producto. • Reportar novedades al administrador sobre faltante de mercadería.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

Tabla 16:
Manual de Funciones del Vendedor



QUITO-ECUADOR

Nombre del cargo: Vendedor

Funciones:

- Dar a conocer el producto, precio y promoción.
- Atraer nuevos clientes usando técnicas innovadoras.
- Informar al cliente las garantías del producto.
- Participar activamente en la solución de problemas al momento de la venta del producto.
- Contestar a inquietudes de los clientes.
- Asistir a capacitaciones.
- Lograr buenos volúmenes de ventas.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

2.04.05.03. Dirección

La dirección consiste en conducir el talento y el esfuerzo de los demás para lograr los resultados esperados, implica:

- Determinar cómo se dirigirá el talento de las personas.
- Determinar el estilo de dirección adecuado.
- Orientar a las personas al cambio.
- Determinar estrategias para solución de problemas, así como la toma de decisiones. (Blandez Ricalde, 2014, pág. 6)

La Dirección dentro de una microempresa es un proceso donde la gerencia en conjunto con los jefes de cada departamento conduce a los trabajadores al cumplimiento de objetivos, para realizar esto es importante el tipo de liderazgo que será empleado, la integración con la microempresa, la motivación que se les brindara, así como la toma de decisiones ayudarán a ofrecer una excelente dirección.

2.04.05.03.01. Etapas de la dirección

- 1) **Toma de decisiones:** una decisión es la elección de un curso de acción entre varias alternativas. Una de las funciones más valiosas del administrador es la toma de decisiones, de ahí la importancia que en la fase de dirección se realice con eficacia y eficiencia para que la empresa alcance sus objetivos.

(Luna González, 2015, pág. 114)

“En la realidad, el arte de tomar decisiones es básico. Tomar decisiones es identificar y seleccionar un curso de acción para enfrentar un problema específico y obtener ventajas cuando se presenta una oportunidad.” (Luna González, 2015, pág. 114)

La toma de decisiones es una de las funciones más relevantes dentro de la Gestión Administrativa, ya que una decisión ayuda a solucionar un problema dentro de la microempresa, una mala decisión ocasionaría dificultades en el funcionamiento de actividades dentro de la microempresa.

- 2) **Integración:** para que la empresa cuente con los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos, debe aplicar el proceso de integración que consiste en identificar las necesidades de todos los recursos mencionados para satisfacer a toda la organización y cumplir de esta forma sus expectativas. (Luna González, 2015, pág. 102)

“Integración de recursos consiste en satisfacer las necesidades de la empresa eligiendo, combinando y armonizando diferentes elementos, con el propósito de hacer llegar los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos en las mejores condiciones y oportunamente.” (Luna González, 2015, pág. 102)

La Integración ayuda a que todos los miembros de la microempresa trabajen en conjunto para cumplir con los objetivos, para tener una buena integración hay que definir las necesidades que tiene la organización, así como también de los recursos humanos y recursos económicos que necesita una microempresa para su funcionamiento.

- 3) Motivación:** es el proceso para estimular a los empleados para que realicen su trabajo, que los llevará a cumplir con la meta deseada. Motivar significa mover, conducir, impulsar a la acción. La motivación es un elemento básico de la dirección, porque a través de ésta se logra la realización del trabajo para lograr los objetivos de la empresa. (Luna González, 2015, pág. 112)

La Motivación es incentivar a un trabajador para que realice de una manera adecuada sus funciones y colabore con el cumplimiento de los objetivos de la microempresa.

- 4) Comunicación:** es un proceso bilateral, un circuito en el que interactúan y se interrelacionan dos o más personas, a través de un conjunto de signos o símbolos parecidos, para ambos conocidos. Es la interactividad que existe entre personas para transmitir un mensaje. (Díez Freijeriro, 2010, pág. 8)

Mantener una comunicación directa entre trabajadores, esto permitirá que exista coordinación y cooperación para cumplir con las metas planteadas.

- 5) Liderazgo:** “es el conjunto de cualidades y hábitos positivos que motivan y permiten a un individuo conducir a un grupo de personas al logro de fines superiores por caminos acotados por principios y valores de alto contenido moral.” (Castañeda, 2005, pág. 21)

Ser líder no es nada fácil, la persona que esté al frente de la microempresa debe tener carácter pero también debe motivar a su grupo para sobresalir. En la nueva microempresa se practicará un liderazgo transformacional, este liderazgo tiene las características de: establecer vínculos directos y de confianza en cada equipo de trabajo, promueve la estimulación intelectual, da una constante motivación e inspiración a toda la microempresa y sus participantes. Buscar iniciativas para la solución de problemas, ser más competitivos en el mercado. Compartir ideas y dejar que todos sean partícipes y generar un buen clima laboral.

2.04.05.04. Control

El control consiste en la revisión de lo planeado y lo logrado; implica determinar:

- Las actividades que necesitan ser controladas.
- Los medios de control que se emplearán. (Blandez Ricalde, 2014, pág. 6)

El Control ayuda a verificar que no existan malos procesos dentro de una microempresa, regular actividades que aseguren que se están cumpliendo como fueron planificadas, mediante técnicas como:

- **La observación y la inspección:** ver con atención lo que se va a realizar dentro de la microempresa y verificar que se realice como está proyectado.
- **Las rutinas o procedimiento de control interno:** confirmar si lo realizado es correcto o erróneo, y tomar medidas de precaución.
- **Informes:** documentos que reflejan con detalle la ejecución de cada una de las actividades como: el control de personal mediante hojas de asistencia, control de productos existentes en la bodega mediante Tarjetas Kardex.

- **Planes financieros y presupuestos:** cálculos estimados, en términos numéricos de las operaciones que realizará la microempresa y su probable resultado.

2.04.06. Gestión Operativa

Gestión o planificación operativa es la técnica o táctica que está subordinada a la planificación estratégica, que con un cierto tiempo de duración suele establecer los objetivos parciales que se debe asumir para llegar a los objetivos fijados por la planificación estratégica. (Huertas García & Domínguez Galcerán, 2008, pág. 21)

Esta gestión es el conjunto de procesos para una mejora de la microempresa, el objetivo del proceso es ofrecer un producto de calidad, excelencia en el servicio al cliente para el cumplimiento de los objetivos plasmados.

2.04.06.01. Cadena de Valor

La cadena de valor es la herramienta principal de análisis estratégico de costes de un negocio. Identifica las actividades, funciones y procesos de negocio que se ejecutan durante el diseño, la producción, la comercialización, la entrega y el soporte de un producto o servicio. Esta cadena refleja la evolución de un negocio. (Sánchez Gómez, 2008, pág. 34)

Esta Cadena de Valor identifica las actividades que realiza la microempresa, en este caso es la importación y comercialización de planchas de Gypsum. Acciones que se realizará dentro de la microempresa, la publicidad que se efectuará para que el cliente tenga información del producto y lo adquiera, así como también la atención que se brindará al cliente.

Tabla 17:
Cadena de Valor



2.04.07. Gestión Comercial

La gestión comercial también conocida como Marketing que por una parte es el conjunto de conceptos y teorías para comprender las relaciones entre las empresas que ofrecen productos y servicios y los compradores de éstos; por otra parte, el marketing es una práctica de gestión, una función empresarial responsable de la comercialización de productos y servicios. (Belío Galindo & Sainz, 2007, pág. 15)

“Marketing es la función de la empresa responsable de conocer, conquistar y mantener clientes, gracias a una satisfacción constante de sus necesidades y a una creación de relaciones positivas e innovadoras con tales clientes.” (Belío Galindo & Sainz, 2007, pág. 15)

La Gestión Comercial es la manera en como la microempresa dará a conocer el producto o servicio, utilizando medios para llegar a ellos, satisfacer sus necesidades, lograr que la empresa sea reconocida y ganar posicionamiento en el país.

2.04.07.01. Marketing mix

Este tipo de marketing permite analizar los aspectos internos de una organización, se hace un estudio de las cuatro variables principales como producto, precio, plaza, promoción para conocer el posicionamiento de la empresa y las estrategias que se utilizara para lograr el objetivo principal.

2.04.07.01.01. Producto

“El producto es el conjunto de características tangibles e intangibles que satisfacen las necesidades y deseos de los consumidores.” (Castro Corrales, 1997, pág. 15)

Las planchas de Gypsum pueden ser instaladas en el interior o exterior de una construcción, las medidas y longitud varían de acuerdo a la necesidad del cliente, por su componente que es el yeso son muy resistentes a la humedad, etc. Existen planchas para tumbados y para también paredes que podrán ser utilizadas para dar acabados modernos con diseños personalizados.

2.04.07.01.02. Precio

Es la asignación de un valor a un producto o servicio, para que se puedan realizar los intercambios en una economía; en la sociedad de un país y por supuesto en la empresa, necesitamos asignar un valor monetario a los productos o servicios. (Castro Corrales, 1997, pág. 16)

El precio es la cantidad de dinero que los clientes deberán cancelar por la adquisición de las planchas de Gypsum. Se tomara los siguientes aspectos:

- Precios de los principales competidores.
- Establecer precios cómodos y accesibles para todo el público.

- Negociar precios con los países proveedores del producto.

2.04.07.01.03. Plaza

“Esta variable ayuda a hacer llegar el producto y los servicios desde la fábrica hasta el último consumidor. Los mayoristas y los minoristas hacen posible que el producto llegue al cliente.” (Castro Corrales, 1997, pág. 16)

La microempresa estará ubicada al Sur de Quito en el sector La Villaflora, este lugar fue elegido ya que no existe mucha competencia, consta de vías de transporte, es un sector muy comercial.

2.04.07.01.04. Promoción

“Consiste en dar a conocer el producto o servicio a través de distintas actividades promocionales, una muy usual es la publicidad que se apoya en los medios masivos de comunicación para promocionar el producto o servicio.” (Castro Corrales, 1997, pág. 16)

La promoción es el conjunto de estrategias, métodos que la microempresa va a emplear para dar a conocer el producto. Una estrategia de promoción es ofrecer descuentos del 20% y 30% en compras al por mayor. Se realizará la publicidad mediante:

- Tarjetas de presentación



Figura 6 Tarjeta de Presentación
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

- Página Web

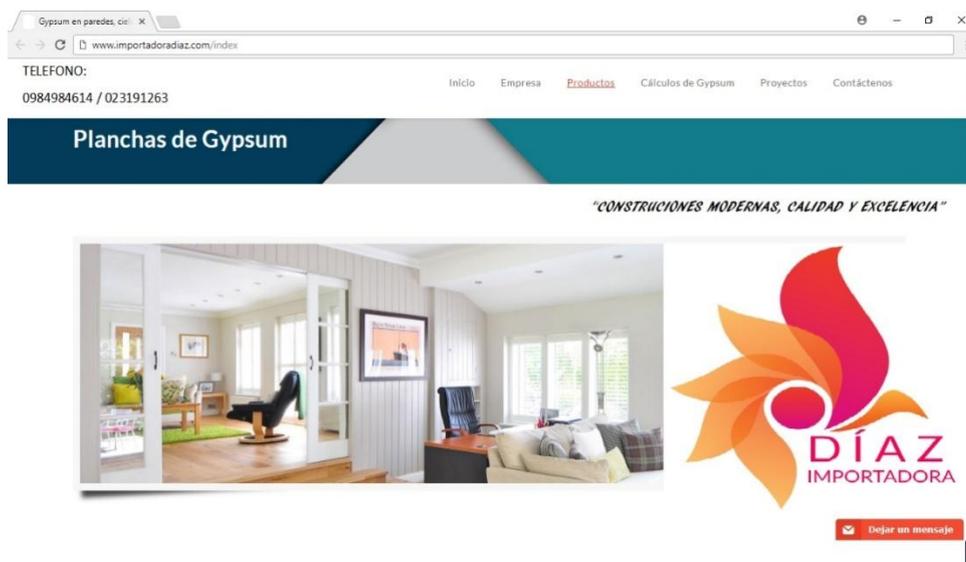


Figura 7 Página Web
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

2.04.07.01.05. Logotipo

Es una imagen acompañada de letras que va a representar a la nueva empresa.



Figura 8 Logotipo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

Slogan:

“CONSTRUCCIONES MODERNAS, CALIDAD Y EXCELENCIA”

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

El estudio o investigación de mercado es el conjunto de técnicas útiles para obtener información acerca de la oferta y de la demanda, principalmente de un bien o servicio determinado que será producido y puesto a la venta por la unidad económica; y para pronosticar sus tendencias futuras, de tal manera que pueda identificar y reaccionar ante los cambios de forma eficiente y oportuna. (Valbuena Alvarez, 2000, pág. 196)

Un correcto estudio de mercado permitirá dar a conocer el nivel de aceptación del producto que en este caso son las planchas de Gypsum, también obtener información acerca de los clientes y la competencia, este estudio es el punto de partida para los siguientes análisis como es el técnico, tamaño del proyecto, financiero y evaluación del proyecto.

3.01. Análisis del Consumidor

“El análisis del comportamiento del consumidor es el estudio de cómo los individuos, los grupos y las organizaciones eligen, compran, usan y se deshacen de

bienes, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades y deseos.”(Kotler & Keller, 2012, pág. 151)

Mediante el análisis del consumidor se podrá determinar la frecuencia con la que las personas o empresas adquieren planchas de Gypsum para la construcción y acabados de paredes o techos, conocer aspectos como el precio, cantidad, calidad que requieren para satisfacer sus necesidades.

3.01.01. Determinación de la Población y Muestra

Esta es la ubicación del emprendimiento:

El presente proyecto se desarrollará en el Sur de la Ciudad de Quito, en la Parroquia Eloy Alfaro, sector La Villaflora.

3.01.01.01. Población

La población o también conocida como universo es el conjunto de elementos, individuos o cosas que es objeto de interés y que se pueden estudiar la totalidad de sus elementos, y si esto no es posible, se pueden estudiar los elementos de una muestra que permita realizar estudios inferenciales. (Álvarez Cáceres, 2007, pág. 219)

Para determinar la población del proyecto se obtuvo información del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), Directorio de Empresas, donde se determina que el 3.51% corresponde al sector de la construcción, es decir, un total de 29.648 empresas.

Tabla 18:
Determinación de la población

Sector	%	N°
Construcción	3.51%	29.648

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Díaz Johana

3.01.01.01.01. Población finita

Se determina población finita porque consta de un número de elementos fijos que si pueden ser contabilizados, se toma como referencia que estos elementos sean menor a treinta mil.

3.01.01.02. Muestra

Una muestra es una parte, más o menos grande, pero representativa de un conjunto o población, cuyas características deben reproducirse lo más aproximado posible. Las muestras son parte de la población metódicamente seleccionada que se somete a ciertos contrastes estadísticos para inferir resultados sobre la totalidad del universo investigado. (Hernández Blázquez, 2001, pág. 127)

La muestra corresponde a la parte que es tomada de la población con el propósito de obtener información mediante la aplicación de una fórmula que a continuación se detalla:

3.01.01.02.01. Fórmula para calcular la muestra de la población finita

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

Simbología:

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza

P= probabilidad de éxito

Q= probabilidad de fracaso

N= tamaño de la población

e= error muestral

Tabulación:

n= tamaño de la muestra

Z= 95%=1.96

P= 50%

Q= 50%

N= 29648

e= 5%

Cálculo de la población

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 29648}{(29648 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

n= 379 encuestas

Según resultados obtenidos 379 empresas dedicadas a la construcción serán las encuestadas.

3.01.02. Técnicas de obtención de información

“Son todas las formas posibles de que se vale el investigador para obtener la información necesaria en el proceso investigativo. Hace relación al procedimiento, condiciones y lugar de recolección de datos, dependiendo de las distintas fuentes de información.” (Gomez, 2011)

En el presente proyecto, para obtener información necesaria para el desarrollo del mismo se empleará una encuesta, ya que es una herramienta muy útil donde con preguntas claras y precisas se obtendrá datos para calcular y analizar la oferta y demanda.

3.01.02.01. Encuesta

La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población. (Abascal & Ildefonso Grande, 2005, pág. 14)

La encuesta se realiza de una manera directa con el objetivo de conocer la opinión de los posibles consumidores, la aceptación que tendrá el producto y así poder llevar a cabo el proyecto.

3.01.02.01.01. Modelo de la encuesta



ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA ENCUESTA

OBJETIVO:

La siguiente encuesta tiene como objetivo recolectar información necesaria para conocer el comportamiento de los consumidores en cuanto al nivel de adquisición de planchas de Gypsum.

INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

Tipo de Empresa:

Pequeña Mediana

Sector al que pertenece:

Construcción Otro

INSTRUCTIVO

Marque con una (X), en una sola opción de respuesta.

1.- ¿Tiene alguna marca o proveedor de Gypsum que sea de su preferencia?

SI NO

2.- ¿De las siguientes opciones cuál es su principal proveedor de Gypsum?

Sicon Cía. Ltda.
Acimco Ecuador
Gypsum Ecuador
IMPROGYP
Otro Cuál: _____

3.- ¿Cuántas veces en el mes compra Gypsum?

1 a 5 6 a 10 11 en adelante

4.- ¿Qué tipo de planchas de Gypsum prefiere comprar usted?

Nacional
Chilena
Alemana

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada plancha de Gypsum?

Nacional \$7,25
Chilena \$ 9,25
Alemana \$11,25

6.- ¿Le gustaría la implementación de una microempresa de importación y comercialización de Gypsum en el Sur de Quito?

SI NO

7.- ¿Cuál de las siguientes características atrae su atención al momento de comprar Gypsum?

Diseño Calidad Precio

8.- ¿Para realizar su pago le gustaría hacerlo mediante?

Efectivo Cheque Tarjeta de crédito

“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”

3.01.03. Análisis de la información

A continuación se presenta los resultados de las encuestas realizadas.

Tipo de Empresa:

Tabla 19:
Tipo de Empresa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Pequeña	215	57%
Mediana	164	43%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

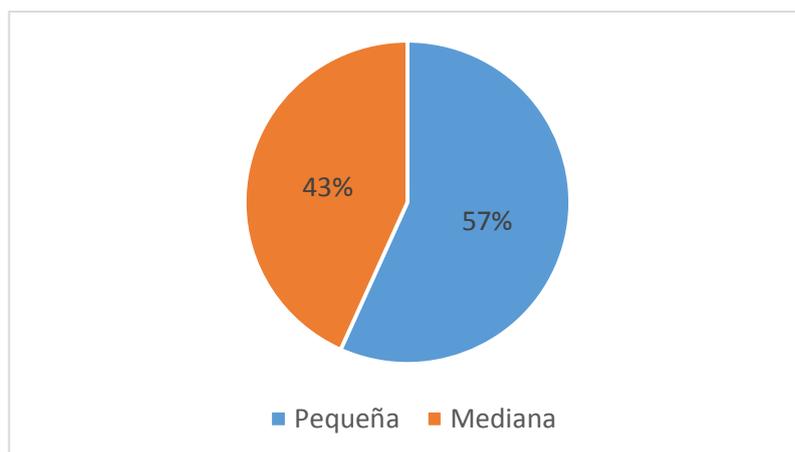


Figura 9 Tipo de Empresa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

Mediante las encuestas realizadas, se puede determinar que el 57% corresponden a pequeñas empresas, mientras que el 43% restante corresponde a medianas empresas, dando como resultado el 100% de empresas encuestadas.

1.- ¿Tiene alguna marca o proveedor de Gypsum que sea de su preferencia?

Tabla 20:
Pregunta 1

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	202	53%
No	177	47%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

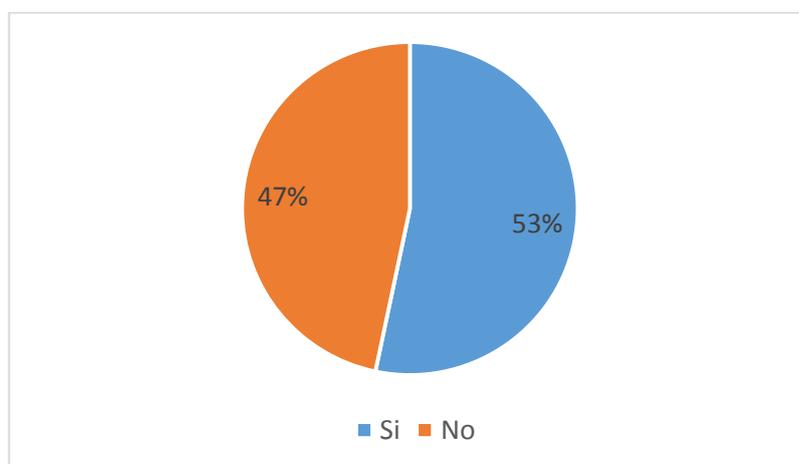


Figura 10 Pregunta 1

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

Según datos obtenidos el 47% de las empresas encuestadas no tienen un proveedor que es de su preferencia, mientras en el 53% restante si tiene, es decir que sería una buena oportunidad para dar a conocer el producto que ofrecerá la nueva microempresa.

2.- ¿De las siguientes opciones cuál es su principal proveedor de Gypsum?

Tabla 21:
Pregunta 2

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sicon Cía. Ltda.	85	22%
Acimco Ecuador	37	10%
Gypsum Ecuador	25	7%
IMPROGYP	35	9%
Otro	197	52%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

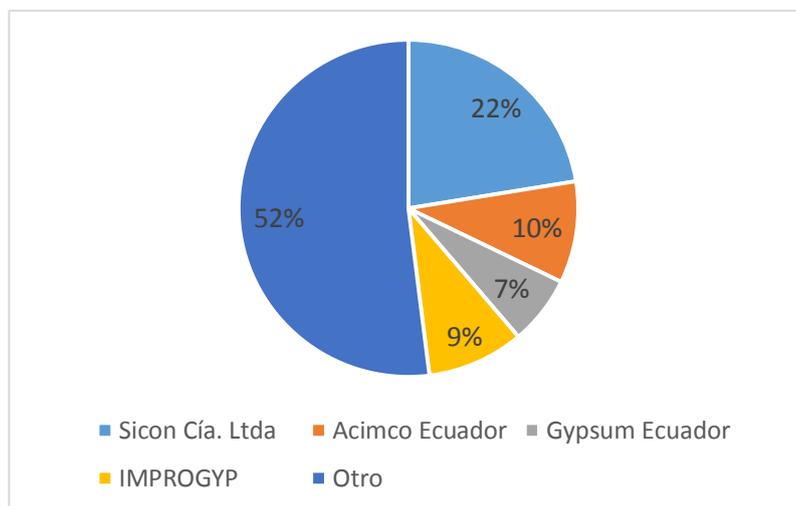


Figura 11 Pregunta 2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

De un total de 379 empresas encuestadas, con referencia a proveedores principales, el 22% optó por Sicon Cía. Ltda., el 10% por Acimco Ecuador, el 7% por Gypsum Ecuador, el 9% por IMPROGYP y el 52% cuenta con otro proveedor y corresponde a la mayoría de la población encuestada y se debería dar a conocer a cada una la idea del presente proyecto.

3.- ¿Cuántas veces en el mes compra Gypsum?

Tabla 22:
Pregunta 3

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5	257	68%
6 a 10	65	17%
11 en adelante	57	15%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

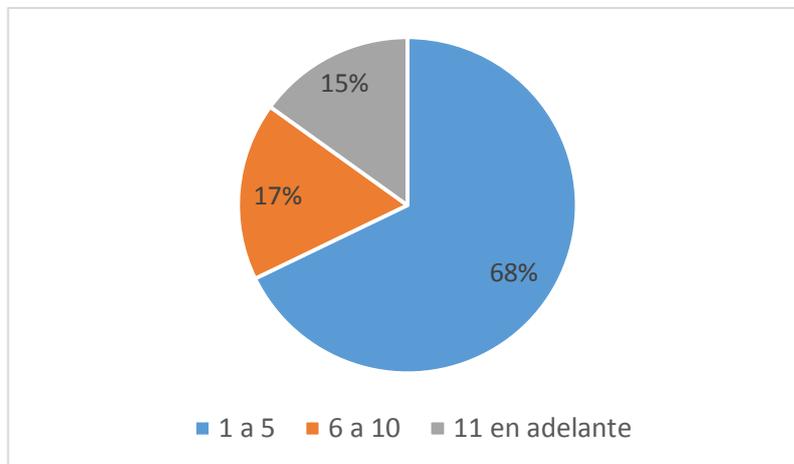


Figura 12 Pregunta 3

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

Se puede apreciar que la mayor parte de las empresas encuestas, es decir, el 68% compran de una a cinco veces en el mes las planchas de Gypsum, el 17% de seis a diez veces y el 15% restante de once veces en adelante, esta información permitirá conocer la frecuencia de compra y venta del producto.

4.- ¿Qué tipo de planchas de Gypsum prefiere comprar usted?

Tabla 23:
Pregunta 4

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	33	9%
Chilena	285	75%
Alemana	61	16%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

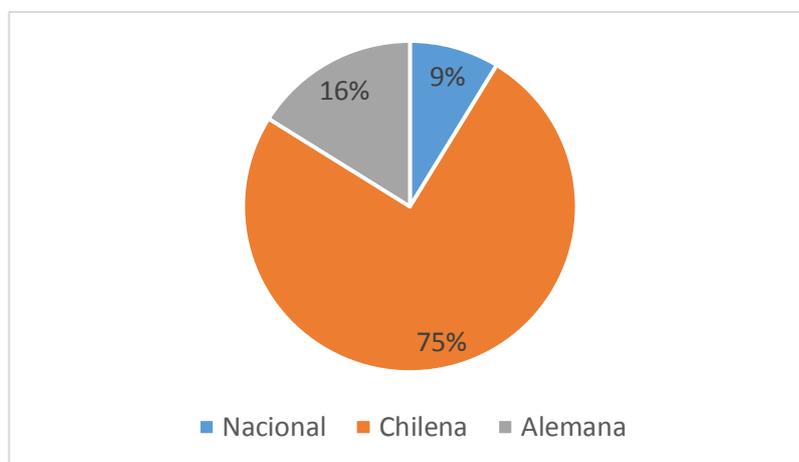


Figura 13 Pregunta 4

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

Se observa que el 9% de las empresas encuestadas prefiere comprar planchas de Gypsum Nacional, un 16% planchas de Gypsum Alemanas y mientras que el 75% de empresas prefiere Gypsum Chileno, siendo este el de mayor aceptación.

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada plancha de Gypsum?

Tabla 24:
Pregunta 5

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Nacional \$7,25	32	8%
Chilena \$9,25	291	77%
Alemana \$11,25	56	15%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

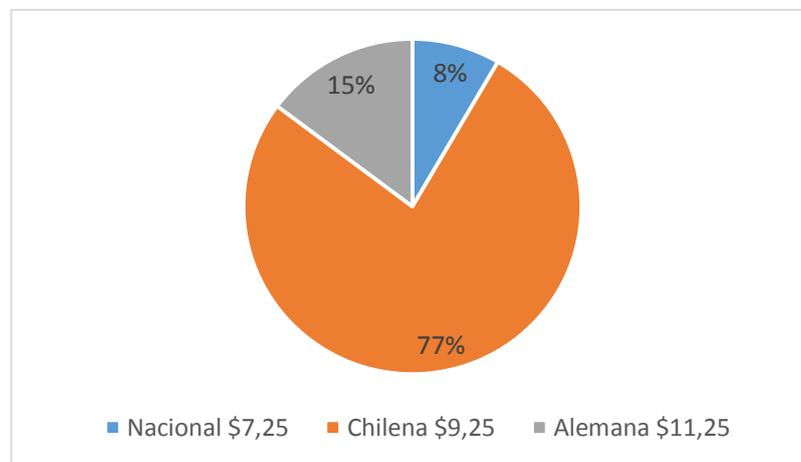


Figura 14 Pregunta 5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

Mediante la encuesta realizada acerca del precio, el 8% de las empresas estarían dispuestas a pagar \$7,25 por una plancha Nacional, el 15% pagaría \$11,25 por planchas Alemanas, y un 77% pagaría \$9,25 por una plancha Chilena. Estos resultados permitirán definir el precio del producto de acuerdo a las necesidades de cada persona.

6.- ¿Le gustaría la implementación de una microempresa de importación y comercialización de Gypsum en el Sur de Quito?

Tabla 25:
Pregunta 6

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	300	79%
No	79	21%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

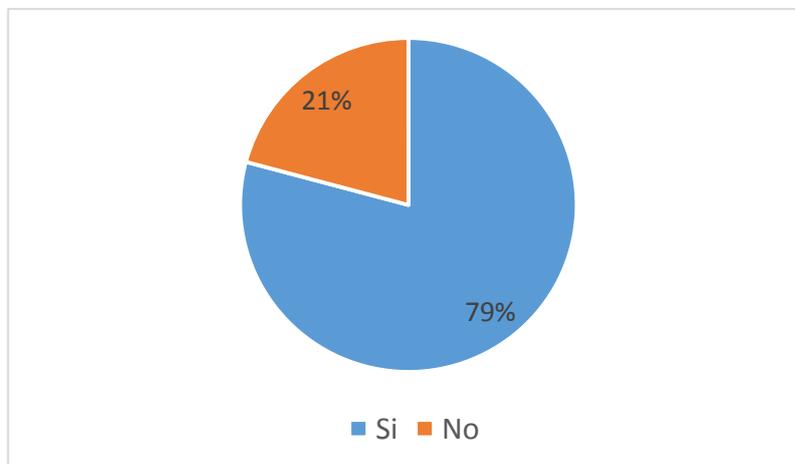


Figura 15 Pregunta 6

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

De acuerdo a la información que se logró, el 79% de las empresas están de acuerdo en la implementación de la microempresa, mientras que el 21% restante no está de acuerdo, esto es una gran oportunidad ya que se tiene un porcentaje considerable de aceptación en el mercado.

7.- ¿Cuál de las siguientes características atrae su atención al momento de comprar Gypsum?

Tabla 26:
Pregunta 7

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Diseño	35	9%
Calidad	220	58%
Precio	124	33%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

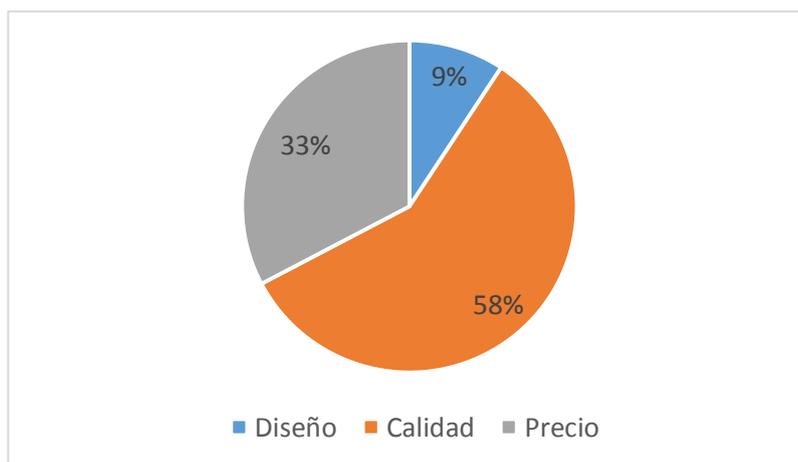


Figura 16 Pregunta 7

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

Según resultados de las encuestas, el 58% de las empresas para realizar sus compras prefieren calidad del producto, el 33% se fija más en el precio al momento de comprar, y el 9% restante en el diseño, esta información ayudará al momento de importar ya que la mayoría de empresas solicitan calidad.

8.- ¿Para realizar su pago le gustaría hacerlo mediante?

Tabla 27:
Pregunta 8

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	106	28%
Cheque	85	22%
Tarjeta de crédito	188	50%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

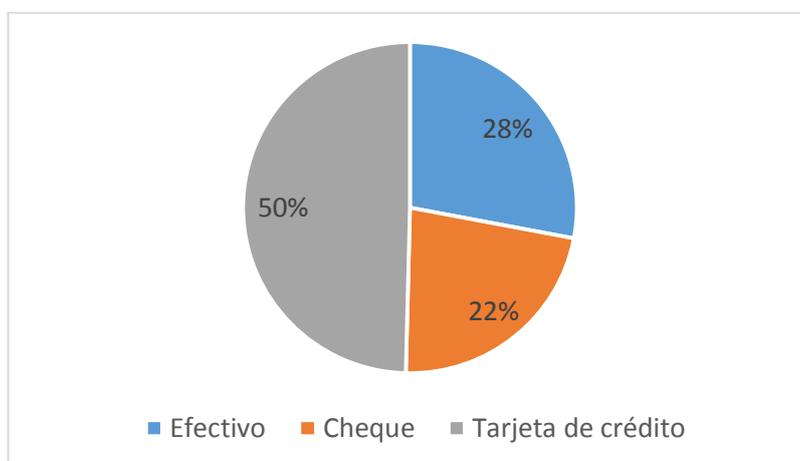


Figura 17 Pregunta 8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

Del total de empresas encuestadas, el 50% prefieren realizar sus pagos mediante una tarjeta de crédito, el 28% desearía pagar en efectivo y el 22% restante le gustaría pagar con cheque, esto es de acuerdo a las comodidades de cada una de las empresas.

3.02. Oferta

La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un período dado. (Ávila Macedo, 2003, pág. 45)

La Oferta es la cantidad de un producto o servicio que se ofrecerá en un mercado, estableciendo un precio y dentro de un tiempo señalado.

3.02.01. Oferta Actual

El objetivo de analizar la Oferta Actual es para medir la cantidad de productos, en este caso planchas de Gypsum que se ofrecerá en el mercado. La oferta actual del presente proyecto se determina multiplicando la demanda actual por el porcentaje de la competencia.

Tabla 28:
Cálculo de la Oferta Actual

DEMANDA ACTUAL	% DE COMPETENCIA	OFERTA ACTUAL
255.238,62	52%	132.724,08

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

3.02.02. Oferta Histórica

El objetivo del cálculo y análisis de una Oferta Histórica es determinar el comportamiento de la oferta en un futuro con la información que se obtenga del producto o servicio. Para calcular la oferta histórica del proyecto se toma como referencia el porcentaje de la Inflación que es de 0.19%.

Tabla 29:
Oferta Histórica

Año	Factor	Oferta
2018		132.724,08
2017	0,19%	132.471,90
2016	0,19%	132.220,21
2015	0,19%	131.968,99
2014	0,19%	131.718,25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

3.02.03. Oferta Proyectada

El cálculo de la oferta proyectada permite determinar una estimación apegada al desarrollo de los factores influyentes a la posible oferta que surja en el ciclo de vida de la microempresa que es aproximadamente 5 años. Para realizar el cálculo se toma en cuenta el porcentaje de la inflación, que es de 0.19%.

Tabla 30:
Oferta Proyectada

Años	Factor de Proyección	Oferta
2018	0,19%	132.724,08
2019	0,19%	132.976,26
2020	0,19%	133.228,91
2021	0,19%	133.482,05
2022	0,19%	133.735,66

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

3.03. Productos Sustitutos

“Los productos sustitutos son aquellos que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores pero se basan en una tecnología diferente.”

(Rivera Camino, 2007, pág. 244)

Como Producto Sustituto del presente proyecto se puede tomar en cuenta los conocidos cielos rasos o falsos, ya que tienen un parecido a las planchas de Gypsum, su instalación, precios, calidad y demás características.

3.04. Demanda

“La demanda no es una simple cantidad de un producto, sino que es toda una relación o lista de las cantidades de una mercancía que los compradores estarían dispuestos a adquirir a los diversos precios posibles.” (Ávila Macedo, 2003, pág. 41)

Para el proyecto, es importante tener datos específicos de la Demanda, ya que permitirá conocer la cantidad de productos que los clientes están dispuestos a adquirir y de la misma manera definir el precio del mismo dentro del mercado en el cual se ofrecerá el producto.

3.04.01. Demanda Actual

Mediante los datos obtenidos de las encuestas realizadas, se procede a realizar el cálculo de la demanda tomando en cuenta, el número de empresas dedicadas a la construcción, que fue dividido para cuatro, el consumo aparente de los clientes, la frecuencia de compra, aceptación del precio y aceptación del producto.

Tabla 31:
Cálculo de la Demanda Actual

Variables	%	
Población Empresas Constructoras	7.412	7.412
Consumo aparente	79%	5.855
Frecuencia compra frecuencia anual	68%	3.982
Aceptación Precio	12	47.781
Precio	77%	36.791
Aceptación Producto	9,25	340.318,16
Demanda Actual	75%	255.238,62

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

3.04.02. Demanda Histórica

En todo proyecto es indispensable tener datos históricos, es decir la demanda de un producto o servicio de años anteriores, con la información que se obtiene de las encuestas realizadas se procede a realizar el respectivo cálculo. Como factor de proyección se toma en cuenta el porcentaje del crecimiento del sector de la construcción que corresponde al 1.80%.

Tabla 32:
Demanda Histórica

Años	Factor de proyección	Demanda
2018	1,80%	255.238,62
2017	1,80%	250.644,32
2016	1,80%	246.132,72
2015	1,80%	241.702,33
2014	1,80%	237.351,69

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

3.04.03. Demanda Proyectada

Para el cálculo de la demanda proyectada del presente proyecto, se toma como referencia el porcentaje del crecimiento del sector de la construcción, y se proyecta para los próximos cinco años.

Tabla 33:
Demanda Proyectada

Años	Factor de Proyección	Demanda
2018	1,80%	255.238,62
2019	1,80%	259.832,91
2020	1,80%	264.509,90
2021	1,80%	269.271,08
2022	1,80%	274.117,96

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

3.05. Balance Oferta-Demanda

Para conocer la demanda disponible del proyecto, se deber conocer los datos de la oferta y demanda proyectada. En este balance se podrá también determinar la demanda insatisfecha, por cuanto se debe conservar un equilibrio entre la oferta y demanda.

3.05.01. Balance Actual

En este balance se podrá conocer la demanda insatisfecha, la misma que corresponde a la cantidad de productos que probablemente se consuma en un futuro. Para obtener la demanda insatisfecha se resta la demanda de 1255.238,62 y la oferta de 132.724,08 dando como resultado 122.514,54.

Tabla 34:
Balance Actual

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
2018	255.238,62	132.724,08	122.514,54

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

3.05.02. Balance Proyectado

Una vez que ya se obtenga datos de la oferta y demanda, la diferencia que existe entre las dos, es la demanda insatisfecha, se calcula con el propósito de establecer la población que no está conforme con el producto que se ofrece en el mercado.

Tabla 35:
Balance Proyectado

Años	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
2018	255.238,62	132.724,08	122.514,54
2019	259.832,91	132.976,26	126.856,66
2020	264.509,90	133.228,91	131.280,99
2021	269.271,08	133.482,05	135.789,04
2022	274.117,96	133.735,66	140.382,30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente. Para esto se deberán examinar detenidamente las opciones tecnológicas posibles de implementar, así como sus efectos sobre las futuras inversiones, costos y beneficios. (Sapag Chain, 2007, pág. 95)

Mediante el Estudio Técnico se conoce el costo empleado en cada una de las operaciones a realizarse dentro del proyecto, así como la inversión que se efectuará para el cumplimiento del mismo.

4.01. Tamaño del Proyecto

El estudio del Tamaño de un Proyecto, es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Algunas variables se conjugan para

determinar el tamaño del proyecto: la demanda esperada, la disponibilidad de insumos, localización, el valor de los equipos, el financiamiento del proyecto.

4.01.01. Capacidad Instalada

La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir un determinado bien o servicio. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse. En todo sistema de producción o de prestación de servicios se requiere de una dotación de recursos físicos, humanos, tecnológicos, maquinaria y equipos, para poder procesar la materia prima e insumos relacionados hasta transformarla el producto terminado o servicios prestados. Esa cantidad de infraestructura constituye la capacidad instalada y, como es obvio, una mayor infraestructura conduce a mayor capacidad instalada y una mayor cantidad de producción. (Mejía Cañas, 2013, pág. 1)

Tabla 36:
Capacidad Instalada

Áreas	Medidas	Dimensiones
Área administrativa	4,00m x 4,00m	16,00m ²
Baño principal	1,30m x 2,00m	2,60m ²
Área de ventas	4,00m x 3,50m	14,00m ²
Recepción	3,00m x 2,00m	6,00m ²
Área de espera	4,00m x 4,00m	16,00m ²
Corredor	1,50m x 11,80m	17,70m ²
Área de bodega	5,00m x 5,00m	25,00m ²
Parqueadero	5,00m x 4,50m	22,50m ²
Total		119,80m²

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

La Capacidad Instalada, corresponde al total de infraestructura que necesitará la microempresa para cumplir con la actividad de comercializar las planchas de Gypsum, Díaz Importadora requiere de un total de 119,80m², los cuales estarán

distribuidos en las diferentes áreas para el desarrollo de las diligencias de la microempresa.

4.01.02. Capacidad Óptima

Esta capacidad se expresa en la cantidad producida por unidad de tiempo. Es decir el total de unidades, en este caso planchas de Gypsum, que se deberá vender a la semana, mes y año.

Tabla 37:
Capacidad Óptima

Detalle	Semana	Mes	Año
Gypsum	212	917	11.000

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

4.02. Localización

El estudio de Localización tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas conduzca hacia el mayor beneficio para los usuarios y la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores condicionantes. En general un proceso para el estudio de la localización consiste en abordar el problema “de lo macro y de lo micro”.(Rosales Posas, 2007, pág. 116)

La Localización consiste, en determinar el lugar adecuado para la implementación de la microempresa analizando diferentes factores que pueden afectar al crecimiento de la misma.

4.02.01. Macro Localización

La macro localización para el proyecto está determinada por la descripción de la zona o el contexto donde el proyecto impacta a través de sus diferentes costos y

beneficios. El examen de macro localización lleva a la preselección de una de las áreas globales de mayor conveniencia. (Rosales Posas, 2007, pág. 116)

La Macro Localización ayuda a establecer el lugar exacto donde será ubicada la microempresa, para el presente proyecto la ubicación es el sur del Distrito Metropolitano de Quito, es importante tener cercanía con clientes y proveedores.

Tabla 38:
Macro Localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Eloy Alfaro

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

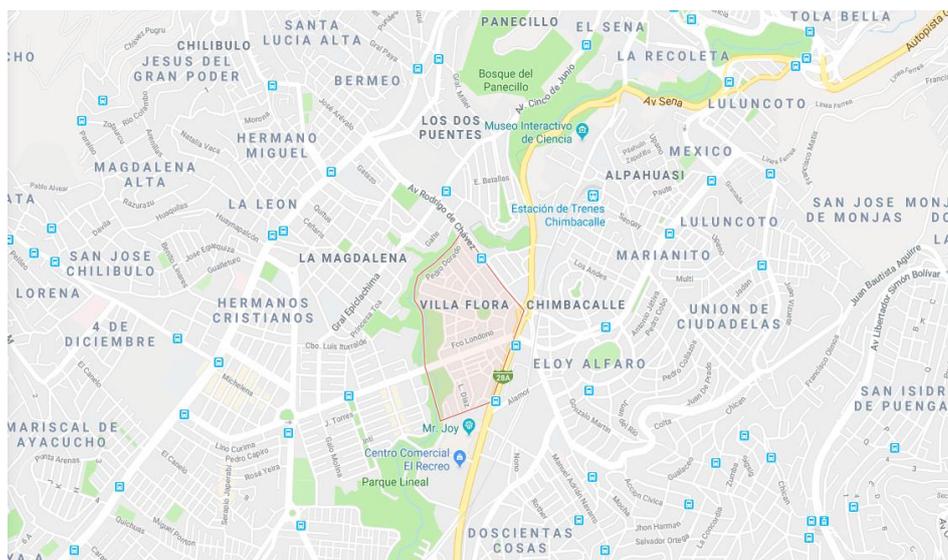


Figura 18 Macro localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

4.02.02. Micro Localización

El micro localización, es decir, la definición puntual del sitio de ubicación para el proyecto dentro de una macro zona, es importante aspectos como: las vías de comunicación y medios de transporte, los servicios públicos básicos, el tamaño y la

Tabla 39:
Matriz de Factores Relevantes

Nro.	Factor	Peso	La Villaflora		Chimbacalle		San	Bartolo
			Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
1	Transporte	0,18	9	1,62	8	1,44	8	1,21
2	Cercanía con el cliente	0,15	8	1,20	9	1,35	7	0,98
3	Tecnología	0,17	9	1,53	8	1,36	9	1,02
4	Infraestructura	0,10	9	0,90	7	0,70	8	0,78
5	Disponibilidad servicios básicos	0,19	9	1,71	9	1,71	8	0,85
6	Competidores	0,11	7	0,77	8	0,88	7	1,26
7	Arriendos	0,10	8	0,80	9	0,90	8	0,72
Total		1	59	8,53	58	8,34	55	6,82

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

4.03. Ingeniería del Producto

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Baca Urbina, 2010, pág. 89)

Dentro de la Ingeniería del Producto se manifiesta la elaboración del producto siguiendo un terminante proceso. El presente proyecto no está destinado a la elaboración del producto, está enfocado a la importación y comercialización de planchas de Gypsum.

4.03.01. Definición del Bien

Toda actividad empresarial conduce a un producto, que puede ser un bien o un servicio. Podemos entender, entonces, que los bienes y servicios son materializaciones de actividades diferentes. Un producto es algo que se puede

ofrecer al mercado para ser adquirido, usado o consumido, para satisfacer un deseo o una necesidad. (Ildefonso Grande, 2005, pág. 26)

Entre la definición del bien se detallan las características que posee el producto o bien que será comercializado en el mercado.

El producto que prevé ofrecer Importadora Díaz es plancha de Gypsum, esta plancha es básicamente hecha a base de yeso, cubierta por ambos lados con papel 100% reciclado, vienen de diferentes dimensiones, su uso es para interiores como tumbados y paredes. Las planchas son fabricadas para que sean resistentes ante la humedad y fuego.

La diferencia de este material de construcción con los tradicionales es el peso, precio e instalación. La instalación es directamente con tornillos o clavos, no genera desperdicio. Este producto es principalmente utilizado en la construcción de casas, edificios. Su colocación ahorra tiempo, dinero y mano de obra

4.03.02. Distribución de la Planta

“Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.” (Baca Urbina, 2010, pág. 94)

La distribución de la planta corresponde a la disposición de cada una de las áreas, departamentos o espacios en cómo estará distribuida las instalaciones de la microempresa.

4.03.02.01. Plano de Planta

Un plano es un dibujo a escala donde consta cada una de las áreas y como se van a relacionar, se tendrá un conocimiento anticipado de la distribución de los departamentos en el espacio que dispone la microempresa para desempeñar las actividades.

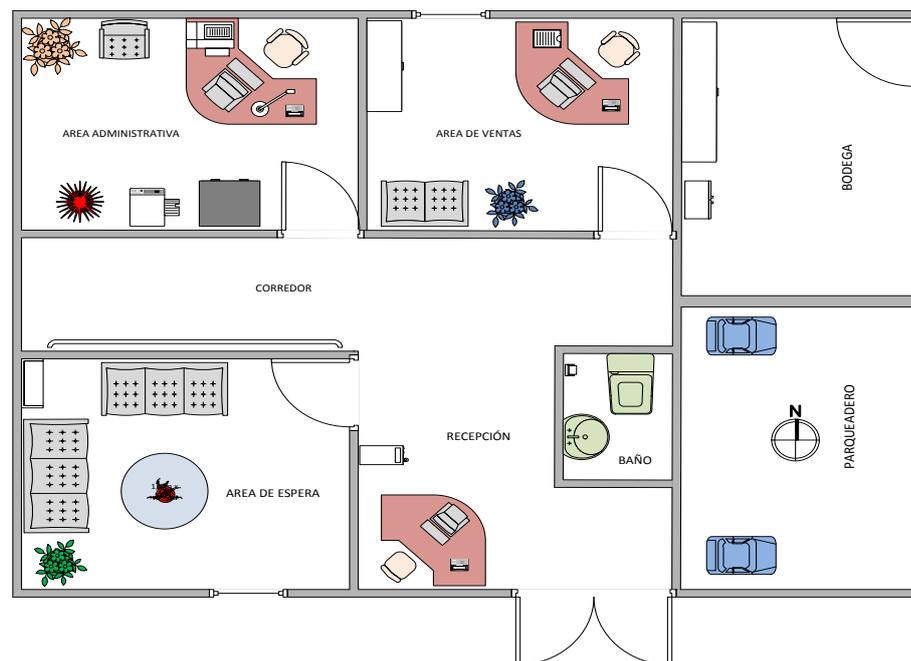


Figura 20 Plano de la planta
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

4.03.02.02. Método SLP

“El método SLP utiliza una técnica poco cuantitativa al proponer distribuciones con base en la conveniencia de cercanía entre los departamentos. Este método emplea una simbología internacional.” (Baca Urbina, 2010, pág. 97)

La matriz SLP es una herramienta importante, donde se va a distribuir y analizar las áreas que conforman la microempresa, evaluando cada una de ellas de acuerdo a los

grados y razones de cercanía que son establecidos de acuerdo al propio criterio de cómo se manejará la microempresa.

Tabla 40:
Grados de Cercanía

Letra	Orden de proximidad
A	Absolutamente necesario
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Ordinaria o normal
U	Unimportante (sin importancia)
X	Indeseable
XX	Muy indeseable

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

Tabla 41:
Razones de Cercanía

Número	Razón
1	Por flujo de información
2	Conveniencia
3	Flujo de proceso
4	Higiene
5	Control

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

ÁREA ADMINISTRATIVA					
BAÑO PRINCIPAL	O4	E1			
ÁREA DE VENTAS	X4	X4	O2	U2	
RECEPCIÓN	A1	U2	X4	X4	U5
ÁREA DE ESPERA	A1	U4	I5		
BODEGA	X4				

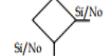
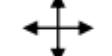
Figura 21 Matriz SLP

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

4.03.03. Proceso Comercial

El proceso comercial inicia con el marketing o la publicidad del producto, las estrategias que se aplicaran para dar conocer el producto a los clientes y satisfacer sus necesidades.

Tabla 42:
Simbología del Diagrama de Flujo

Símbolo	Significado	¿Para qué se utiliza?
	Inicio / Fin	Indica el inicio y el final del Diagrama de Flujo.
	Operación / Actividad	Símbolo de proceso, representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento
	Datos	Indica la salida y entrada de datos.
	Almacenamiento / Archivo	Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.
	Decisión	Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos.
	Líneas de flujo	Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.
	Conector de página	Representa la continuidad del diagrama en otra página.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Díaz Johana

4.03.03.01. Diagrama de Flujo Funcional ANSI

El Diagrama de Flujo Funcional, muestra el movimiento o proceso entre las áreas de la microempresa.

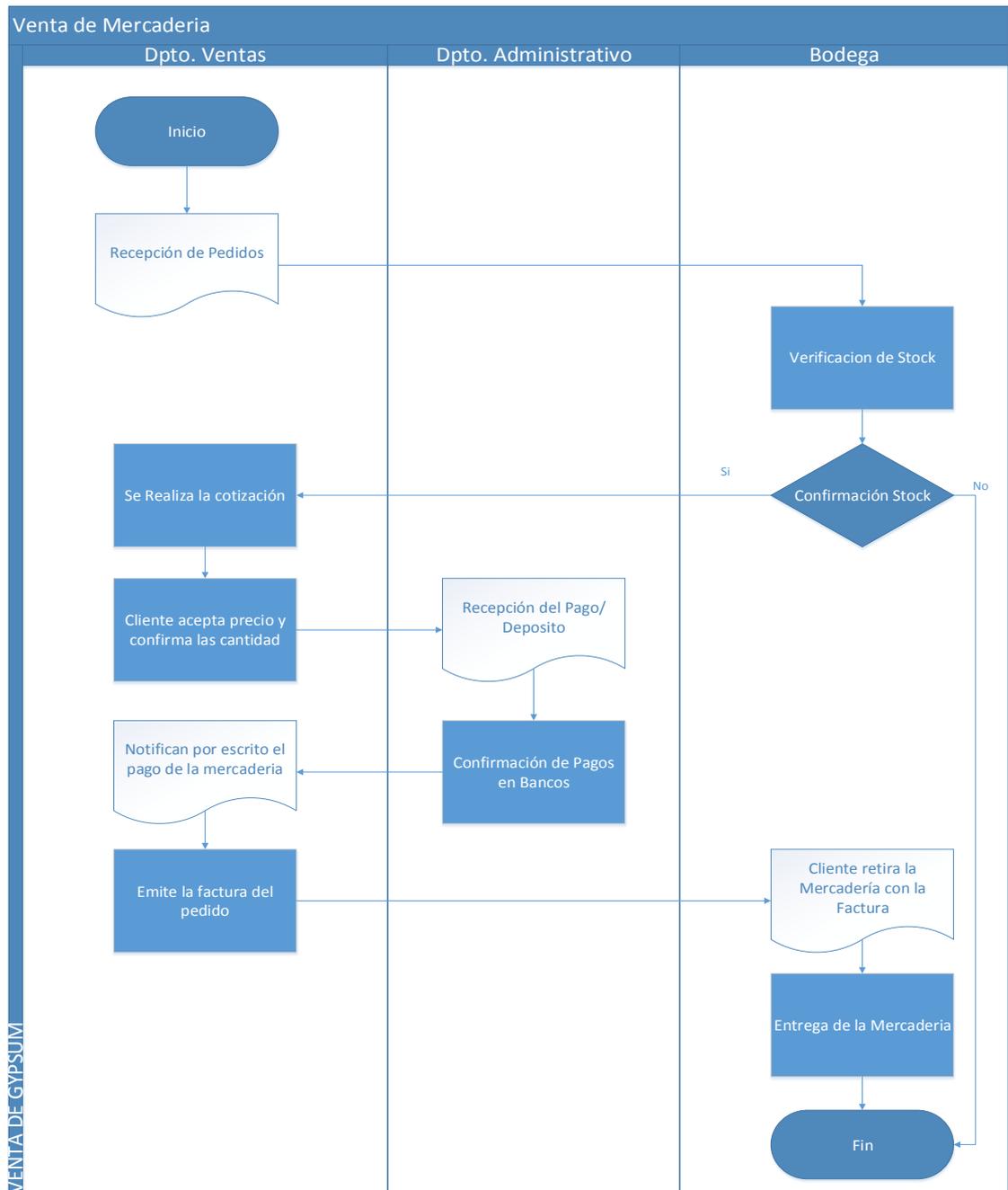


Figura 22 Diagrama de Flujo Funcional ANSI

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

4.03.04. Muebles

Mueble es considerado a cada uno de los mobiliarios tangibles que pueden ser trasladados de un lugar a otro, son objetos que facilitan las actividades laborales comunes que se realiza dentro de la microempresa.

Tabla 43:
Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad
Escritorio	1
Silla tipo secretaria	1
Archivador	1
Mesa de centro	1
Sillones de espera	5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

4.03.05. Equipos

Los equipos son los aparatos que se utilizarán dentro de la microempresa para cumplir con ciertas actividades, al momento de ofrecer el producto, y tienen relación con las actividades cotidianas del trabajador.

Tabla 44:
Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad
Caja registradora Bematech	1
Teléfono inalámbrico Uniden At3100	1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

Tabla 45:
Equipo de Computación

Descripción	Cantidad
Computadora LG Core 15	2
Impresora Epson L380	1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

Tabla 46:
Equipos

Descripción	Cantidad
Amoladora Dewalt 7 pulgas D28491	1
Pistola de impacto Neumático Dss 260/2	1
Taladro atornillador Ingco 12v	1
Destornillador Inalámbrico	3
Flexómetro Fixit 250 Cm Level Pro 3	2

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

El Estudio Financiero de un proyecto resume; los ingresos, costos, activos, pasivos, el capital propio con que la microempresa se va a manejar así como la inversión que se deberá realizar, mediante esta evaluación se podrá determinar si el proyecto es viable. Con los resultados que se obtenga se podrá hacer el análisis de los indicadores: TMAR, TIR, VAN, PRI, ROA, ROE Y ROI.

5.01. Ingresos

5.01.01. Ingresos Operacionales

“Los ingresos operacionales, o ingresos de operación, son aquellos que están directamente asociados a la razón de ser del negocio. Se originan por el objeto social para el que fue creada la empresa”. (Guzmán Vásquez, Romero Cifuentes, & Guzmán Vásquez, 2005, pág. 111)

Tabla 47:
Ingresos Operacionales

Año	Cantidad	Precio	Ingreso total
2018	11.000	9,25	101.750,00
2019	11.198	9,25	103.581,50
2020	11.400	9,25	105.445,97
2021	11.605	9,25	107.343,99
2022	11.814	9,25	109.276,19

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

Los Ingresos Operacionales corresponden a los ingresos que tendrá la microempresa por la comercialización de las planchas de Gypsum. El cálculo se realizó multiplicando la cantidad por el precio, la respectiva proyección para los próximos cinco años, se utilizó la tasa de crecimiento del sector de la construcción que es de 1,80%.

5.01.02. Ingresos no Operacionales

“Los ingresos no operaciones u otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma”.(Guzmán Vásquez, Romero Cifuentes, & Guzmán Vásquez, 2005, pág. 112)

Los ingresos no operacionales corresponden al dinero extra que la microempresa puede llegar a tener. En el presente proyecto no se cuenta con estos ingresos ya que no posee actividades diferentes a la importación y comercialización de planchas de Gypsum.

5.02. Costos

“Son todas aquellas “salidas” de mercancía, que en su momento fueron compradas con la intención de procesarse y/o venderse. Los costos están compuestos

por ventas (a precios de compra), promociones, mermas y fugas”.(Cuevas, 2004, pág. 29)

“Los costos son los valores que se desembolsan para realizar la elaboración del producto”. (Baca Urbina, 2006, pág. 169)

5.02.01. Costo de Ventas

“El costo de ventas corresponde al costo de las mercancías vendidas. La metodología para su cálculo depende del tipo de empresa”. (Barajas Novoa, 2008, pág. 52)

Para el respectivo cálculo de costo de ventas del presente proyecto de importación y comercialización se tomó como referencia el precio de compra que corresponde a seis dólares con setenta centavos y las unidades posibles de venta.

Tabla 48:
Costo de Ventas

Detalle	Costo unitario	Unidades mes	Costo mes	Unidades año	Costo anual
Gypsum	6,70	917	6.142	11.000	73.700

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

5.02.02. Gastos Administrativos

“Los gastos de administración son todos los egresos relacionados con la gente que dirige u opera en una empresa. Los rubros que lo integran son: sueldos y salarios, seguro social, vacaciones, entre otros”. (Cuevas, 2004, pág. 37)

Dentro de los gastos administrativos están los beneficios que por Ley le corresponde a cada trabajador y está reflejado en el rol de pagos.

Tabla 49:
Gastos Administrativos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Sueldo Personal			1.186,18	14.234,20
Arriendos	1	300,00	300,00	3.600,00
Suministros de Limpieza	1	10,00	10,00	120,00
Suministros de Oficina	1	30,00	30,00	360,00
Agua Potable	1	10,00	10,00	120,00
Luz Eléctrica	1	40,00	40,00	480,00
Teléfono	1	15,00	15,00	180,00
Internet	1	20,00	20,00	240,00
Total			1.611,18	19.334,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

5.02.03. Gastos de Ventas

“Los gastos de ventas son aquellos egresos que se efectúan para tratar de incrementar las ventas. Como por ejemplo: la publicidad, comisiones sobre ventas (en algunos casos), artículos promocionales, anuncios, entre otros”.(Cuevas, 2004, pág. 37)

En el presente proyecto los rubros tomados en cuenta para calcular los gastos de ventas son los que a continuación se detallan:

Tabla 50:
Gastos de Ventas

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total Mensual	Total Anual
Sueldo del vendedor	1	513,32	513,32	6159,79
Página Web	1	300,00	300,00	300,00
Artículos promocionales	200	1,00	200,00	200,00
Tarjetas	500	0,12	60,00	60,00
Total			1.073,32	6.719,79

Fuente Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

5.02.04. Gastos Financieros

“Los gastos financieros son aquellos egresos relacionados con transacciones financieras. Son todos aquellos en los que incurre una empresa como consecuencia del uso de capitales puestos a su disposición por terceras personas”.(Cuevas, 2004, pág. 37)

Los Gastos Financieros comprende el interés que se debe cancelar por el préstamo bancario a realizarse, para el financiamiento que necesitará la microempresa para cumplir con sus actividades.

Tabla 51:
Gastos Financieros

Descripción	Valor
Interés a Corto Plazo	32,76
Interés a Largo Plazo	386,52
Total	419,28

Fuente Investigación Propia
Elaborado por: Díaz Johana

5.02.05. Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos que se mantienen constantes y que se pagan así no exista producción por ejemplo: los sueldos, depreciaciones, alquiler, entre otros.

Tabla 52:
Costos Fijos

Descripción	Valor
Gastos Administrativos	19.334,20
Gastos de Ventas	6.719,79
Gasto Financiero	307,57
Total costo fijo	26.361,56

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Díaz Johana

5.02.06. Costos Variables

Estos costos son aquellos que cambian de acuerdo a la producción que tenga la empresa como por ejemplo: la materia prima directa. En el presente proyecto el costo variable es el costo unitario del producto.

Tabla 53:
Costo Variable

Descripción	
Costo Variable Unitario	6,70

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

5.03. Inversiones

Se define la inversión como el proceso por el cual un sujeto decide vincular unos recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios futuros, también líquidos a lo largo de un plazo de tiempo que denominamos vida útil de la inversión. (García Parra & Jordá Lloret, 2004, pág. 169)

La inversión también puede ser conocida como el capital inicial o los recursos que se necesita la microempresa para poder iniciar sus actividades, y se la puede recuperar de acuerdo a la utilidad o ganancia que genere la microempresa.

5.03.01. Inversión Fija

Inversión fija (activos fijos tangibles). Compra de bienes con una vida útil superior a 1 año y están sujetas a depreciaciones. Está constituida por el conjunto de bienes que se requieren, generalmente, durante la etapa de instalación que se utilizan a lo largo de su vida útil, por lo tanto su finalidad es proveer las condiciones necesarias para que el proyecto lleve a cabo sus actividades. (Puentes Montañez, 2011, pág. 118)

5.03.02. Activos Fijos

Los activos fijos, también llamados propiedades, planta y equipo, son activos perdurables, usados en las operaciones del negocio y no sujetos a venta. Su forma física es lo que constituye su utilidad. El gasto relacionado con los activos fijos es la depreciación. Entre los activos fijos, los terrenos son únicos y no está sujeto a la depreciación. (Horngren, Harrison, & Smith Bamber, 2003, pág. 386)

Los Activos Fijos son bienes de propiedad de la microempresa, tienen una vida relativamente larga y están sujetos a depreciación de acuerdo a los años de su vida útil, estos Activos se detallan a continuación:

Tabla 54:
Activos Fijos

Concepto	Total
Inversiones en Activos Fijos	
Maquinaria y Equipo	393,96
Muebles y Enseres	693,00
Equipo de Computación	1.223,00
Equipo de Oficina	93,00
Total de Activos Fijos	2.402,96

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

5.03.03. Activos Nominales (diferidos)

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos. Por diferentes circunstancias, la empresa decide comprar o pagar algunos gastos que no utilizará de forma inmediata, sino que los irá usando y consumiendo con el transcurso del tiempo; mientras esto sucede, permanecen en calidad de activos. (Mendoza Roca & Ortiz Tovar, 2016, pág. 338)

Los Activos Nominales o también conocidos como diferidos, son aquellas inversiones que se realizan sobre activos constituidos necesarios para poner en marcha el proyecto.

Tabla 55:
Activos Diferidos

Concepto	Total
Activos Diferidos	
Gasto de Constitución	120,00
Estudio de Factibilidad	300,00
Total de Activos Diferidos	420,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

Tabla 56:
Amortización

Descripción	Valor	Vida Útil del Proyecto	Vida Útil				
			2018	2019	2020	2021	2022
Gasto							
Constitución	120,00	5	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Estudio de Factibilidad	300,00	5	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Total			84,00	84,00	84,00	84,00	84,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

5.03.04. Capital de Trabajo

Las inversiones que reflejan incrementos en las ventas, ocasionan necesidades adicionales en los rubros de cuentas por cobrar. Para compensar esto, se da un aumento parcial en las fuentes espontáneas de financiamiento especialmente del rubro de cuentas por pagar. La parte que no es compensada se denomina como capital neto de trabajo y representa una salida de efectivo. (Fernández Espinoza, 2007, pág. 117)

El capital de trabajo resume los rubros que la microempresa debe realizar para cumplir con sus actividades, gastos que le corresponde efectuar, por lo cual representa una salida de dinero para la microempresa.

Tabla 57:
Capital de Trabajo

Descripción	1 Mes	2 Mes	3 Mes
Inventario de Mercaderías	6.141,67	6.141,67	6.141,67
Gastos de administración			
Sueldo Personal Administración	1.186,18	1.186,18	1.186,18
Arriendos	300,00	300,00	300,00
Suministros de Limpieza	10,00	10,00	10,00
Suministros de Oficina	30,00	30,00	30,00
Agua Potable	10,00	10,00	10,00
Luz Eléctrica	40,00	40,00	40,00
Teléfono	15,00	15,00	15,00
Internet	20,00	20,00	20,00
Gastos de ventas			
Sueldo del vendedor	513,32	513,32	513,32
Página Web	300,00	300,00	300,00
Artículos promocionales	200,00	200,00	200,00
Tarjetas	60,00	60,00	60,00
Total	8.826,17	8.826,17	8.826,17

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

5.03.05. Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

En este apartado se resume de una manera ordenada todos los gastos que se debe efectuar para la implementación de la microempresa y su funcionamiento, los recursos propios con los que se cuenta, así como también los recursos que serán cubiertos mediante un préstamo.

Tabla 58:
Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Concepto	Uso de Fondos	Recursos Propios	Recursos Financiados
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria y Equipo	393,96	393,96	
Muebles y Enseres	693,00	693,00	
Equipo de Computación	1.223,00	1.223,00	
Equipo de Oficina	93,00	93,00	
Total de Activos Fijos	2.402,96	2.402,96	0,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	120,00	120,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	300,00	
Total de Activos Diferidos	420,00	420,00	0,00
Capital de trabajo			
Inventario de Mercaderías	6.141,67	900,00	5.241,67
Gastos De Administración			
Sueldo Personal Administración	1.186,18	1.186,18	
Arriendos	300,00	300,00	
Suministros de Limpieza	10,00	10,00	
Suministros de Oficina	30,00	30,00	
Agua Potable	10,00	10,00	
Luz Eléctrica	40,00	40,00	
Teléfono	15,00	15,00	
Internet	20,00	20,00	
Gastos De Ventas			
Sueldo del vendedor	513,32	513,32	
Página Web	300,00	300,00	
Artículos promocionales	200,00	200,00	
Tarjetas	60,00	60,00	
Total Capital de Trabajo	8.826,17	3.584,50	5.241,67
Total De Inversión	11.649,13	6.407,46	5.241,67
Participación	100%	55%	45%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

5.03.06. Amortización de Financiamiento

Mediante la tabla de amortización se podrá conocer el valor que la microempresa deberá pagar por concepto de intereses que genera un préstamo, hasta cumplir con el valor total solicitado a la entidad bancaria. La microempresa deberá cancelar un interés del 15%.

5.03.06.01. Variables de Viabilidad

Disponibilidad de recursos:

Tabla 59:
Recursos Financieros

Concepto	Porcentaje
Capital propio	55%
Financiamiento	45%
Total	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

Para cubrir las necesidades de la empresa se necesitará de un financiamiento del 45%, por lo cual se optará por solicitar un préstamo en BanEcuador, el 55% restante corresponde a capital propio.

Tabla 60:
Amortización del Préstamo

Inversión	:	100%	11.649,13		
Cap. Propio	:	55%	6.407,46		
Financiamiento:		45%	5.241,67		
Plazo	:		24	Meses	
Interés	:		15,00%	0,63%	
Pagos	:		Mensual		
Período	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	5.241,67	0,00	0,00	0,00	5.241,67
1	5.241,67	32,76	235,87	203,11	5.038,55
2	5.038,55	31,49	235,87	204,38	4.834,17
3	4.834,17	30,21	235,87	205,66	4.628,51
4	4.628,51	28,93	235,87	206,94	4.421,57
5	4.421,57	27,63	235,87	208,24	4.213,33
6	4.213,33	26,33	235,87	209,54	4.003,79
7	4.003,79	25,02	235,87	210,85	3.792,94
8	3.792,94	23,71	235,87	212,17	3.580,77
9	3.580,77	22,38	235,87	213,49	3.367,28
10	3.367,28	21,05	235,87	214,83	3.152,45
11	3.152,45	19,70	235,87	216,17	2.936,28
12	2.936,28	18,35	235,87	217,52	2.718,76
13	2.718,76	16,99	235,87	218,88	2.499,88
14	2.499,88	15,62	235,87	220,25	2.279,63
15	2.279,63	14,25	235,87	221,63	2.058,01
16	2.058,01	12,86	235,87	223,01	1.835,00
17	1.835,00	11,47	235,87	224,40	1.610,59
18	1.610,59	10,07	235,87	225,81	1.384,79
19	1.384,79	8,65	235,87	227,22	1.157,57
20	1.157,57	7,23	235,87	228,64	928,93
21	928,93	5,81	235,87	230,07	698,86
22	698,86	4,37	235,87	231,50	467,36
23	467,36	2,92	235,87	232,95	234,41
24	234,41	1,47	235,87	234,41	0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

5.03.07. Depreciaciones

“La depreciación es la pérdida del valor de un activo físico (edificios, maquinarias, muebles, etc.) con motivo de uso”.(Palacios Gomero, 2006, pág. 127)

La Depreciación es la disminución del valor de cada uno de los Activos Fijos, es decir el desgaste del mismo conforme pasa los años, para calcular este valor se toma en cuenta la vida útil de cada uno de los activos, se utilizó el método de depreciación de línea recta.

Tabla 61:
Depreciaciones

Descripción	Año 0	Vida	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		Útil					
Maquinaria y Equipo	393,96	10	39,40	39,40	39,40	39,40	39,40
Muebles y Enseres	693,00	10	69,30	69,30	69,30	69,30	69,30
Equipos de Oficina	93,00	10	9,30	9,30	9,30	9,30	9,30
Equipos de Computación	1.223,00	3	407,67	407,67	407,67	0,00	0,00
Total	2.402,96		525,66	525,66	525,66	118,00	118,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

5.03.08. Estado de Situación Inicial

El Estado de Situación Inicial es el balance o informe que refleja con lo que la empresa va a iniciar sus actividades, es decir, los activos, pasivos y capital social.

Tabla 62:
Estado de Situación Inicial

EMPRESA "DÍAZ IMPORTADORA"	
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	
ACTIVOS	
Activo Corriente	2.684,50
Bancos	2.684,50
Activo no Corriente	8.964,63
Maquinaria y Equipo	393,96
Muebles y Enseres	693,00
Equipo de Computación	1.223,00
Equipo de Oficina	93,00
Inventario Mercadería	6.141,67
Activo Diferido	420,00
Total activos	11.649,13
PASIVOS	
Pasivos no Corrientes	5.241,67
Préstamo Bancario por Pagar	5.241,67
Patrimonio	6.407,46
Capital	6.407,46
Total Pasivo más Patrimonio	11.649,13

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

5.03.09. Estado de Resultados proyectado

El estado de resultados es un informe que está compuesto por los ingresos y los gastos, este informe nos demuestra si existe utilidad o pérdida para la

microempresa y estará proyectado para cinco años. Para las proyecciones se manejó el porcentaje de la inflación que es de 0,19%, y la tasa de crecimiento del sector de la construcción que es de 1,80%

Tabla 63:
Estado de Resultados Proyectado

EMPRESA "DÍAZ IMPORTADORA"					
ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO					
PERÍODO 2018-2022					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	101.750,00	103.581,50	105.445,97	107.343,99	109.276,19
(-) Costo de Ventas	73.700,00	73.840,03	73.980,33	74.120,89	74.261,72
(=) Utilidad Bruta en Ventas	28.050,00	29.741,47	31.465,64	33.223,11	35.014,47
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	19.334,20	19.370,93	19.407,74	19.444,61	19.481,56
Gastos de Ventas	6.719,79	6.732,56	6.745,35	6.758,16	6.771,00
Gastos Financieras	307,57	111,71	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	1.688,44	3.526,27	5.312,55	7.020,33	8.761,90
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	1.688,44	3.526,27	5.312,55	7.020,33	8.761,90
(-) 15 % Participación Laboral	253,27	528,94	796,88	1.053,05	1.314,29
(=) Utilidad Antes de I.R.	1.435,17	2.997,33	4.515,67	5.967,28	7.447,62
(-) Impuesto a la Renta PNOC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta	1.435,17	2.997,33	4.515,67	5.967,28	7.447,62

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

5.03.10. Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja representa el movimiento de las entradas y salidas del efectivo dentro de un tiempo determinado, estos flujos permitirá realizar el análisis de los indicadores financieros como el VAN, refleja si el proyecto es rentable o no, si puede implementar la microempresa, la TMAR, demuestra la tasa mínima de riesgo a la que se expone el proyecto de inversión, la TIR que muestra la rentabilidad real de la microempresa.

Tabla 64:
Flujo de Caja Proyectado

EMPRESA “DÍAZ IMPORTADORA” FLUJO DE CAJA PROFORMADO PERÍODO 2018-2022					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	101.750,00	103.581,50	105.445,97	107.343,99	109.276,19
(-) Costo de Ventas	73.700,00	73.840,03	73.980,33	74.120,89	74.261,72
(=) Utilidad Bruta en Ventas	28.050,00	29.741,47	31.465,64	33.223,11	35.014,47
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	19.334,20	19.370,93	19.407,74	19.444,61	19.481,56
Gastos de Ventas	6.719,79	6.732,56	6.745,35	6.758,16	6.771,00
Gastos Financieras	307,57	111,71	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	1.688,44	3.526,27	5.312,55	7.020,33	8.761,90
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	1.688,44	3.526,27	5.312,55	7.020,33	8.761,90
(-) 15 % Participación Laboral	253,27	528,94	796,88	1.053,05	1.314,29
(=) Utilidad Antes de I.R.	1.435,17	2.997,33	4.515,67	5.967,28	7.447,62
(-) Impuesto a la Renta PNOC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta	1.435,17	2.997,33	4.515,67	5.967,28	7.447,62
(+) Depreciaciones	525,66	525,66	525,66	118,00	118,00
(+) Amortizaciones	84,00	84,00	84,00	84,00	84,00
(=) Excedente operacional	2.044,84	3.606,99	5.125,33	6.169,27	7.649,61

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

5.04. Evaluación financiera

Mediante esta evaluación se podrá estudiar la factibilidad y rentabilidad de la microempresa, mediante el respectivo cálculo de indicadores como, el VAN, TMAR, TIR, PRI, RCB, Punto de Equilibrio.

5.04.01. Tasa de Descuento (TMAR)

Una tasa de descuento es la que permite traer unos ingresos futuros a valor presente. Existen dos factores clave, y hay que tener en cuenta este método de valoración para definir la tasa de descuento: el costo de oportunidad y el riesgo de la inversión. Es también la tasa de rentabilidad mínima que exige una inversión para llevarse a cabo. (Franco Montoya & Echeverri Echeverri, 2012, pág. 171)

“La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) es aquella tasa de ganancia que cualquier inversionista exige ganar por realizar cualquier tipo de inversión”. (Baca Urbina & Romero Vallejo, 2014, pág. 125)

Para realizar el cálculo de la TMAR se tomará como referencia el porcentaje de la tasa activa y la tasa pasiva, valores que serán tomados del Banco Central de Ecuador.

Tabla 65:
Tasa de Descuento o TMAR

Concepto	Porcentaje
Tasa Activa	7,83%
(+)Tasa Pasiva	4,86%
TMAR =	0,1269
TMAR =	12,69%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

Analizando y calculando los indicadores como la tasa activa equivalente al 7,83% y la tasa pasiva el 4,86% da como resultado Una Tasa Mínima Aceptable de Riesgo del 12,69% a la que el inversionista puede exponer el proyecto.

5.04.02. VAN (Valor Actual Neto)

Este indicador de evaluación permite conocer el valor del dinero actual (hoy) que va a recibir el proyecto en el futuro, a una tasa de interés (tasa de actualización o descuento) y un período determinado (horizonte de evaluación), a fin de comparar este valor con la inversión inicial. (Hamilton Wilson, 2005, pág. 172)

Este indicador financiero, calcula el valor presente de los flujos de caja futuros, influidos por una inversión, determina si el proyecto es rentable o no.

Tabla 66:
Flujos Netos de Efectivo

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión total	-11.649,13			1.223,00		
Excedente operacional		2.044,84	3.606,99	5.125,33	6.169,27	7.649,61
Flujos de efectivo	-11.649,13	2.044,84	3.606,99	6.348,33	6.169,27	7.649,61

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

Tabla 67:
Valor Actual Neto

VAN =	- Inversión	+	$\frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1}$	+	$\frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2}$	+	$\frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3}$	+	$\frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4}$	+	$\frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$
VAN =	-11.649,13	+	$\frac{2.044,84}{1,1269}$	+	$\frac{3.606,99}{1,26990}$	+	$\frac{6.348,33}{1,43105}$	+	$\frac{6.169,27}{1,61266}$	+	$\frac{7.649,61}{1,81730}$
VAN =	-11.649,13	+	1.814,57	+	2.840,37	+	4.436,12	+	3.825,54	+	4.209,33
VAN =	-11.649,13	+	17.125,92								
VAN =	5.476,80										

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

El Valor Actual Neto del proyecto, es de \$5.476,80 de una inversión inicial de \$11.649,13 lo que indica que el proyecto si es rentable por contar con un valor positivo.

5.04.03. TIR (Tasa Interna de Retorno)

“La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r), que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos”.(Fernández Espinoza, 2007, pág. 132)

Es un indicador financiero que muestra la rentabilidad real de la microempresa, es decir que hace que el Valor Actual Neto de todos los flujos de efectivo tanto positivos como negativos de una inversión sea igual a cero.

5.04.03.01. Criterios de decisión

- Si la TMAR es (>) a la TIR el proyecto no es rentable
- Si la TMAR es (<) a la TIR el proyecto es rentable

Tabla 68:
Tasa Interna de Retorno

VAN =	- Inversión	+	$\frac{FNE\ 1}{(1+i)^1}$	+	$\frac{FNE\ 2}{(1+i)^2}$	+	$\frac{FNE\ 3}{(1+i)^3}$	+	$\frac{FNE\ 4}{(1+i)^4}$	+	$\frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$
VAN =	-11.649,13	+	$\frac{2.044,84}{1,1269}$	+	$\frac{3.606,99}{1,26990}$	+	$\frac{6.348,33}{1,43105}$	+	$\frac{6.169,27}{1,61266}$	+	$\frac{7.649,61}{1,81730}$
VAN =	-11.649,13	+	1.814,57	+	2.840,37	+	4.436,12	+	3.825,54	+	4.209,33
VAN =	-11.649,13	+	17.125,92								
VAN =	5.476,80										
TIR =	26,94%										
TMAR =	12,69%										

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

De acuerdo a los criterios de decisión, el proyecto es rentable ya que la TMAR es menor a la TIR, se tiene como resultados una TIR de 26,49% y la TMAR corresponde a 12,69%.

5.04.04. PRI (Período de Recuperación de la Inversión)

El PRI es un indicador financiero que demuestra el tiempo en el que se va a recuperar la inversión, tomando como límite de tiempo de uno a cinco años y de uno a diez años.

Tabla 69:
Período de Recuperación de la Inversión

Período	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-11.649,13	-11.649,13	1,00	-11.649,13	-11.649,13
1	2.044,84	-9.604,29	0,89	1.814,57	-9.834,56
2	3.606,99	-5.997,30	0,79	2.840,37	-6.994,19
3	6.348,33	351,04	0,70	4.436,12	-2.558,07
4	6.169,27	6.520,31	0,62	3.825,54	1.267,47
5	7.649,61	14.169,93	0,55	4.209,33	5.476,80

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

Al realizar el respectivo cálculo sobre este indicador, el Período de Recuperación a valores constantes es de tres años, y a valores actualizados se recuperará al cuarto año de funcionamiento de actividades de la microempresa, por lo tanto el proyecto es viable.

5.04.05. RBC (Relación Costo Beneficio)

Este indicador financiero se calcula utilizando los ingresos (beneficios) y egresos (costos) del Estado de Resultados, es la relación entre lo que se gana y se gasta, permite determinar resultados por cada dólar.

Tabla 70:
Relación Costo Beneficio

Ingresos	Costos totales	Ingreso actualizado	Costos actualizados
101.750,00	100.061,56	372.237,03	355.074,93
103.581,50	100.055,23		
105.445,97	100.133,41		
107.343,99	100.323,67		
109.276,19	100.514,28		

$$RCB = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costos}}$$

$$RCB = 1,05$$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante este indicador financiero se obtiene una Relación Costo Beneficio de 1,05 y se puede llegar a la conclusión que el emprendimiento es rentable, ya que los ingresos son mayores a los costos invertidos en el desarrollo del proyecto.

5.04.06. Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos, es decir, la utilidad operativa es cero”.(Horngren, Foster, & Datar, 2007, pág. 65)

Tabla 71:
Punto de Equilibrio

Costos Fijos:	
Gastos Administrativos	19.334,20
Gastos de Ventas	6.719,79
Gasto Financiero	307,57
Total Costo Fijo	26.361,56
Precio de Venta	9,25
Costo Variable Unitario	6,70

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

$$\text{P.E.} = \frac{\text{CF}}{p - \text{Cvu}} = \frac{26.361,56}{2,55} = \mathbf{10.338 \text{ Unidades}}$$

$$\text{P.E.} = 10.338 \times 9,25 = \mathbf{95.625,26 \text{ Ventas}}$$

5.04.06.01. Gráfico punto de equilibrio

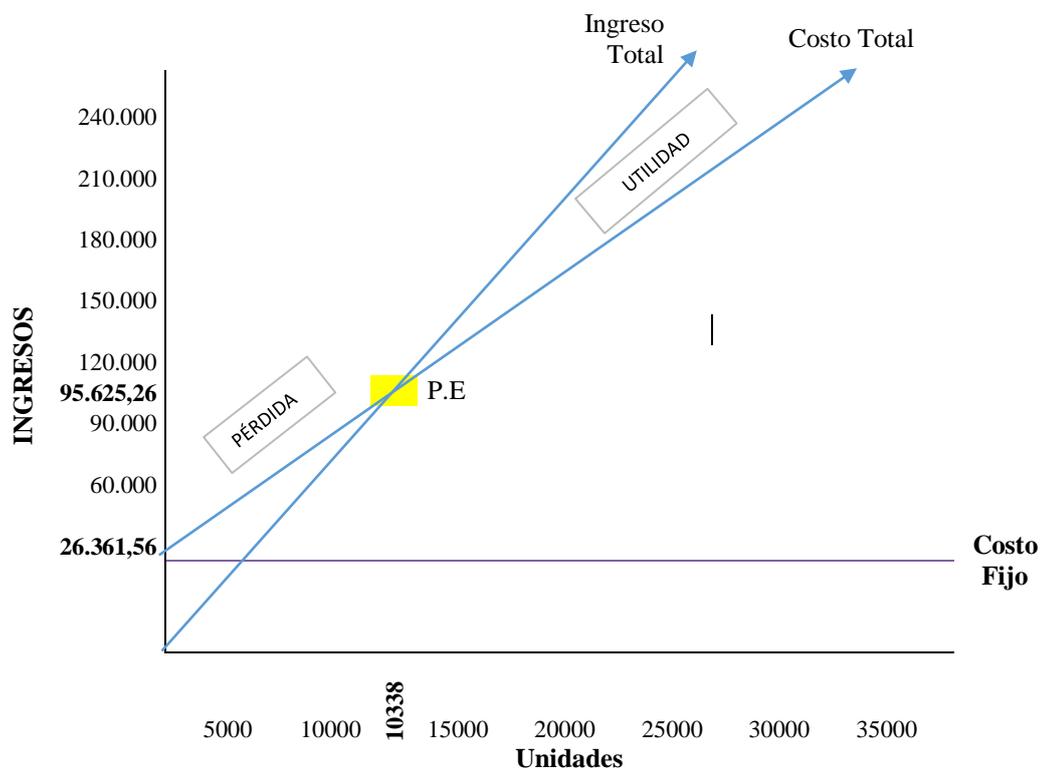


Figura 23 Punto de Equilibrio
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Díaz Johana

5.04.07. Análisis de Índices Financieros

Otro método para conocer la situación financiera de una empresa, es el análisis por medio de los índices o razones financieras que se calculan con la información del Balance General y del P y G. Este método suministra información sobre cuatro temas principales: la liquidez, el endeudamiento, la eficiencia y la rentabilidad de la empresa. (Barajas Novoa, 2008, pág. 86)

El análisis de estos índices es importante para determinar por ejemplo, la capacidad que tiene la microempresa para cubrir sus deudas, si podrá acceder a nuevos créditos, entre otros aspectos.

5.04.07.01. Rendimiento Margen de Utilidad Neta

Se calcula el Margen de Utilidad Neta al dividir el ingreso neto después de impuestos entre las ventas. El margen de utilidad neto es una proporción de utilidades importante que muestra qué tan eficientemente la compañía puede convertir ventas en ganancias netas. (Kokemuller, pág. 1)

Tabla 72:

Rendimiento Margen de Utilidad Neta

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

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{1.435,17}{101.750,00}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 0,0141 * 100 \mathbf{1,41\%}$$

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

Analizando el índice de Rendimiento Margen de Utilidad Neta, se puede observar que las ventas de la microempresa de 101.750,00, generarán el 1,41% de utilidad. Esto quiere decir que por cada dólar en venta, se crea 1,41 centavos de utilidad neta.

5.04.07.02. ROE (Rentabilidad sobre el Patrimonio)

Este índice mide el rendimiento que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en la sociedad; es decir, el ROE trata de medir la capacidad que tiene la empresa de remunerar a sus accionistas. (Lorenzana , s.f., pág. 1)

Tabla 73:

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

$$\text{R.O.E} = \frac{1.435,17}{6.407,46}$$

$$\text{R.O.E} = \underline{\underline{0,22}}$$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

Mediante el cálculo del índice de Rentabilidad sobre el Patrimonio, se obtiene como resultado que la utilidad neta corresponde al 22% del patrimonio. Esto quiere decir que los socios de la microempresa obtendrán un rendimiento sobre su inversión inicial del 22%.

5.04.07.03. ROA (Rentabilidad sobre Activos)

Este índice financiero es la relación entre el beneficio logrado en un determinado periodo y los activos totales de una empresa. Se utiliza para medir la eficiencia de los activos totales de la misma independientemente de las fuentes de financiación utilizadas y de la carga fiscal del país en el que la empresa desarrolla su actividad principal. (Lorenzana , s.f.)

Tabla 74:

$$\text{Rentabilidad Sobre Activos}$$
$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos no Corrientes}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{1.435,17}{8.964,63}$$

$$\text{R.O.A} = \underline{\underline{0,16}}$$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

Los valores obtenidos mediante el cálculo del índice de Rentabilidad sobre Activos, indican que de acuerdo a la cantidad invertida en Activos la microempresa obtendrá un rendimiento del 16%.

5.04.07.04. ROI (Rentabilidad sobre la Inversión)

Este índice financiero mide la rentabilidad de una inversión, es decir, la relación que existe entre la utilidad neta o la ganancia obtenida, y la inversión.

(Arturo, 2012, pág. 1)

Tabla 75:
Rentabilidad Sobre la Inversión

$$\text{R.O.I} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$$
$$\text{R.O.I} = \frac{1.435,17}{11.649,13}$$
$$\text{R.O.I} = \underline{\underline{0,12}}$$

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Díaz Johana

Análisis:

Analizando este índice se determina que la rentabilidad que tendrá la microempresa sobre la inversión de 11.649,13 será del 12%.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

En este capítulo se detallará el impacto que causa el proyecto mediante la implementación de la nueva microempresa.

6.01. Impacto Ambiental

La evaluación de impacto ambiental responde a un principio general de la política y el derecho ambiental que es el principio de prevención, según el cual es preferible evitar, desde el principio, la creación de contaminaciones o daños en lugar de combatir posteriormente sus efectos. (Andrés Abellán, 2006, pág. 73)

El Impacto Ambiental que generará Díaz Importadora se puede definir que es mínimo, ya que al ser una importadora y comercializadora no causará mayor efecto sobre una posible contaminación al medio ambiente, como puede ser el caso de las empresas de producción, las cuales requieren de materia prima y por ende generan desechos, residuos que pueden ser dañinos para el ecosistema.

El producto que ofrece la microempresa también está elaborado con papel reciclado, esto ayuda a fomentar el reciclaje, los sobrantes que existan de las

planchas de Gypsum puedes ser reutilizadas para trabajos pequeños ya sea para la misma empresa o personas ajenas a la misma.

Otro punto importante de mencionar es que, en la actualidad el país ha implementado la modalidad de la facturación electrónica, a la cual todas las empresas deben acogerse a ella, esto ayudará a disminuir en gran cantidad el consumo de papel.

6.02. Impacto Económico

Al implementar la microempresa se obtendrá un impacto positivo, ya que se generará plazas de empleo, y en la actualidad el país necesita más producción, generar más ingresos para tener una estabilidad económica. Si se tiene un buen funcionamiento, se demuestra desempeño no solo se podrá ofrecer el producto en Quito, sino también en las diferentes provincias.

También se debe recordar que es algo complejo cumplir todas las necesidades de los clientes, ya que conforme pasa el tiempo, cambian los gustos, la tecnología avanza cada vez más, crecen los niveles de competitividad al existir empresas que ofrecen calidad, precios accesibles. Para eso es necesario optar por un buen plan de marketing para que el producto este vigente en el mercado.

La proyección estimada de crecimiento del sector de la construcción es una ventaja para la microempresa, se tendrá mayor oportunidad de ofrecer las planchas de Gypsum a las diferentes empresas, mantenerse en el mercado, contribuir al desarrollo económico y con ello aportar de gran manera en cuanto al Producto Interno Bruto del país.

6.03. Impacto Productivo

El objetivo de llevar a cabo el presente proyecto, es ayudar en el cambio que pretende hacer el gobierno, al decir que se debe generar fuentes de empleo, pero también un aspecto negativo que no está a favor de los productos importados, pero lo importante es generar trabajo para todas las personas que lo necesitan.

Un punto importante es que tanto el sector de la construcción según cifras proyectadas tendrá un crecimiento considerable, siendo esto una gran oportunidad para la microempresa que ofrece Gypsum, ya que en la actualidad las construcciones ya no son las mismas tradicionales, al ofrecer un nuevo producto de calidad, la microempresa tendrá ventas altas y se podrá mantener en el mercado generando más empleo.

6.04. Impacto Social

Díaz Importadora tendrá un impacto social positivo al generar empleo, esto ayudará a que cada uno de los trabajadores mejore su estilo de vida. También se promoverá la educación, es decir, que la microempresa no contratará a personas con título profesional, pero que si sean personas que deseen crecer y que trabaje conjuntamente para lograr los objetivos de la microempresa.

Al ser una microempresa importadora, se deberá establecer términos de negociación con otro país, mantener una buena comunicación y promover la hermandad con otros países.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

- Realizando el análisis situacional, es decir el ambiente interno y externo se pudo conocer que el presente proyecto cuenta con más oportunidades que amenazas, siendo esto favorable para continuar con la idea de negocio. También permitió conocer los correspondientes aspectos legales que se debe cumplir tanto para importar como para el funcionamiento de la microempresa. Es decir obtener el permiso de funcionamiento, el Registro Único de Contribuyentes (RUC), permiso de los bomberos, la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE), obtener el Registro de Importador, conocer los tributos que se debe cancelar por un producto importado y las Políticas de Comercio Exterior.
- Mediante el Estudio de Mercado y con la ayuda de una encuesta dirigida a empresas dedicadas a la construcción se obtiene información sobre la aceptación que tendrá el producto como el precio, frecuencia de compra, la

oferta que corresponde a 132.724,08 y una demanda de 255.238,62 que obtendrá el mismo dentro del mercado.

- A través de un Estudio Técnico se pudo conocer el total de infraestructura que requiere la microempresa para cumplir con sus funciones, corresponde a un total de 119,80m² y como estará distribuida la planta de acuerdo a los departamentos que existirán. Determinar una localización admisible de acuerdo a factores que influyen como: el transporte, la cercanía con el cliente, servicios básicos, competidores, arriendo, entre otros.
- Efectuando un Estudio Financiero, mediante una estructuración de ingresos y gastos se puede conocer si la microempresa tendrá pérdidas o ganancias conforme se vaya desarrollando el proyecto, para poner en marcha el emprendimiento se necesita una inversión de \$11.649,13 de la cual los recursos propios corresponde \$6.407,46, un financiamiento de \$5.241,67. La tasa activa y pasiva ayudo a determinar una TMAR de 12,69%, con los Flujos de Caja y la inversión inicial se obtuvo un VAN positivo de \$5.476,80, demostrando que el proyecto es viable. El Período de Recuperación de la Inversión será en tres años. Analizando la Rentabilidad sobre el Patrimonio se deduce que por cada dólar invertido en el patrimonio la empresa tiene \$0,22 centavos para dividendos futuros, todo esto demuestra que el proyecto es viable.

7.02. Recomendaciones

- Para poner en marcha el proyecto se recomienda aplicar un buen plan de marketing para incentivar a los clientes a comprar el producto, que se tenga un buen concepto de la microempresa y el producto que ofrece. Cumplir con

todos los aspectos legales, tanto para la importación del producto como para la implementación de la microempresa.

- Se recomienda para obtener más información sobre la aceptación del producto, precio, marca, frecuencia de compra, etc., optar por otras técnicas de obtención de información, por ejemplo una entrevista, en la cual se puede realizar preguntas abiertas, subjetivas, cerradas o concretas, así conseguir una información más amplia que ayude al desarrollo del proyecto.
- Contar con un total de infraestructura necesaria y suficiente para cada departamento que funcionará. Para su instalación buscar un lugar donde no exista mucha competencia, que el arriendo sea aceptable, contar con todos los servicios básicos y que principalmente exista cercanía con los clientes.
- Optar por una entidad financiera que brinde una tasa de interés más baja ya que es un porcentaje considerable que se necesita financiar, es decir, un 45%. Se recomienda también buscar un costo de venta bajo con el propósito de brindar un precio que sea accesible para cada una de las personas o empresas que deseen adquirir el producto.

ANEXOS

Anexo 1 Plancha de Gypsum



Anexo 2 Formulario para declaración del IVA persona natural

SRI		DECLARACION DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO		No.	000000000
100 IDENTIFICACION DE LA DECLARACION					
DECLARACION MENSUAL				103	AÑO
DECLARACION SEMESTRAL				104	Nº FORMULARIO QUE SE RECTIFICA
SEMESTRE				01	IMPORTEANTE: SIRVASE LEER INSTRUCCIONES AL REVERSO
PERIODO				02	
200 IDENTIFICACION DEL SUJETO PASIVO (AGENTE DE PERCEPCION O RETENCION)					
Razón Social, Denominación o Apellidos y Nombres Completos					
300 PROPORCION DE CREDITO TRIBUTARIO APLICABLE EN ESTE MES					
VENTAS CON TARIFA 12% + EXPORTACIONES					
BALDO DEL CREDITO TRIBUTARIO MES ANTERIOR					
DEVOLUCIONES DE IVA SOLICITADAS EN ESTE MES					
BALDO CREDITO TRIBUTARIO A APLICARSE EN ESTE MES					
500 RESUMEN DE VENTAS Y OTRAS OPERACIONES DEL PERIODO QUE DECLARA					
VENTAS NETAS GRAVADAS CON TARIFA 12% (EXCLUYE ACTIVOS FLUJOS Y OTROS)					
VENTAS NETAS GRAVADAS CON TARIFA 12%					
OTROS CON TARIFA 12%					
DEVOLUCIONES EN VENTAS MEDIANTE NOTAS DE CREDITO EMITIDAS CON IVA TARIFA 10% Y 14%					
VENTAS NETAS GRAVADAS CON TARIFA CERDO					
VENTAS DE ACTIVOS FLUJOS GRAVADAS CON TARIFA CERDO					
EXPORTACIONES DE BIENES					
EXPORTACIONES DE SERVICIOS					
TOTAL VENTAS Y EXPORTACIONES (EXCLUYE ACT. FLUJOS)					
TOTAL IMPUESTO					
600 RESUMEN DE COMPRAS Y OTRAS OPERACIONES DEL PERIODO QUE DECLARA					
COMPRAS LOCALES NETAS DE BIENES GRAVADOS CON TARIFA 12% (EXCLUYE ACTIVOS FLUJOS)					
COMPRAS LOCALES DE BIENES GRAVADOS CON TARIFA 12%					
COMPRAS LOCALES DE ACTIVOS FLUJOS GRAVADOS CON TARIFA 12%					
IMPORTACIONES GRAVADAS CON TARIFA 12% (EXCLUYE ACT. FLUJOS)					
IMPORTACIONES DE ACTIVOS FLUJOS GRAVADAS CON TARIFA 12%					
DEVOLUCIONES DE BIENES MEDIANTE LA RECEPCION DE NOTAS DE CREDITO CON IVA TARIFA 10% Y 14%					
IVA SOBRE EL VALOR DE LA DEPRECIACION DE ACTIVOS EN INTERNACION TEMPORAL					
IVA EN LEASING INTERNACIONAL					
COMPRAS LOCALES DE BIENES Y SERVICIOS GRAVADOS CON TARIFA CERDO					
IMPORTACIONES GRAVADAS CON TARIFA CERDO					
SUBTOTAL CREDITO TRIBUTARIO DEL MES					
700 RESUMEN IMPOSITIVO					
IMPUESTO RESULTANTE DEL MES					
BALDO DE CREDITO TRIBUTARIO MES ANTERIOR					
RETENCIONES EN LA FUENTE DE IVA QUE LE HAN SIDO EFECTUADAS					
BALDO DE CREDITO TRIBUTARIO PARA EL PROXIMO MES					
SUBTOTAL A PAGAR					
800 DECLARACION DEL SUJETO PASIVO COMO AGENTE DE RETENCION DEL IVA					
VALOR DEL IVA					
VALOR RETENIDO					
IVA CAUSADO POR LA COMPRA DE BIENES					
IVA RETENIDO POR EMPRESAS EMISORAS DE TALENTOS DE CREDITO					
IVA CAUSADO POR LA PRESTACION DE SERVICIOS					
IVA CAUSADO POR LA PRESTACION DE SERVICIOS DE PROFESIONALES					
IVA CAUSADO POR EL ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES A PERSONAS NATURALES					
IVA CAUSADO EN LA DISTRIBUCION DE COMBUSTIBLES					
IVA CAUSADO EN OTRAS COMPRAS DE BIENES Y SERVICIOS CON EMISION DE LIQUIDACION DE COMPRAS Y PRESTACION DE SERVICIOS					
IVA CAUSADO EN LA DEPRECIACION DE ACTIVOS EN INTERNACION TEMPORAL					
IVA CAUSADO EN LEASING INTERNACIONAL					
TOTAL IVA RETENIDO					
TOTAL IVA A PAGAR					
900 VALORES A PAGAR Y FORMA DE PAGO					
PAGO PREVIO					
TOTAL IMPUESTO A PAGAR					
INTERESES POR MOROSIDAD					
MULTAS					
TOTAL PAGADO					
DECLARO QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA DECLARACION SON VERDADEROS, POR LO QUE ASUMO LA RESPONSABILIDAD CORRESPONDIENTE (ARTICULO 98 DE LA L.R.T.)					
FIRMA CONTRIBUYENTE (Representante Legal)					
FIRMA CONTADOR					
NOMBRE :					
C.I. No. :					
RUC No. :					
MEDIANTE CHEQUE, DEBITO BANCARIO, EFECTIVO U OTRAS FORMAS DE PAGO					
MEDIANTE COMPENSACIONES					
MEDIANTE NOTAS DE CREDITO					
DETALLE DE NOTAS DE CREDITO					
DETALLE DE COMPENSACIONES					

Anexo 3 Formulario para obtener la Licencia Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE)

FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) EN EL D.M.Q.



INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
RUC / RISE:			Nombre Comercial:
Establecimiento No.:	Principal:	Sucursal:	Patente / RAET:
Actividad Económica:		Predio No.:	Área útil del establecimiento (m2)
PERSONA NATURAL			
CC. / Pasaporte:	Nombres y Apellidos:		
PERSONA JURÍDICA			
CC. / Pasaporte Repr. Legal:	Nombres y Apellidos Repr. Legal:		
Fecha Nombramiento Repr. Legal:	Razón Social:		
IDENTIFICACION DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN)			
(Cuyo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación del establecimiento).			
Texto del Rótulo		Ubicación del rótulo	Local
		Tamaño de la fachada	m ² <input type="checkbox"/> Propio
		Adosado a la fachada frontal	m ² <input type="checkbox"/> Arrendado
		Adosado a la pared medianera	m ²
		Adosado a la pared lateral	m ²
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
Parroquia	Calle principal	Número	Calle secundaria
Sector o Referencia para Ubicación		Piso	Oficina / Departamento
Edificio	Edificio		Edificio
Teléfono 1	Teléfono 2	e-mail	Horario de atención

Anexo 4 Escritorio



mercado libre escritorio oficina Solo en Muebles

Reg

Escritorio Usado De Oportunidad Mueble Oficina
U\$S 150
Usado - Pichincha (Quito)

Escritorio De Oficina \$155 Negociable
U\$S 155
Usado - Pichincha (Quito)

Anexo 5 Silla tipo secretaria



Silla Giratoria Oficinas Escritorios Económicas Nuevas
U\$S 28

125 vendidos - Pichincha (Quito)

Anexo 6 Archivador



Bibliotecas , Archivadores, Casilleros ,muebles De Oficina,
U\$S 180

3 vendidos - Pichincha (Quito)

Anexo 7 Mesa de centro

mercado libre | mesa de centro | Solo en Muebles



Mesa De Centro Sala Ovalada
U\$S 55
11 vendidos - Pichincha (Quito)

Anexo 8 Sillones de espera

mercado libre | sillones espera

Búsquedas relacionadas: sillones de espera oficina - sillas de espera usadas - salas de espera - sillón espera - mesa para manicure

Sillones espera
104 resultados

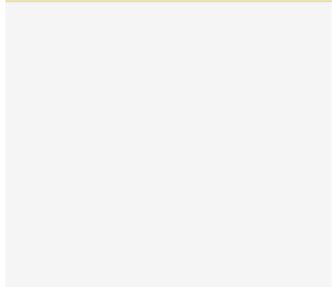
Ordenar publicaciones
Más relevantes | [Grid Icon] [List Icon]



Sofá De Espera,sillones De Espera,
U\$S 55
Usado - Pichincha (Quito)

Anexo 9 Caja registradora

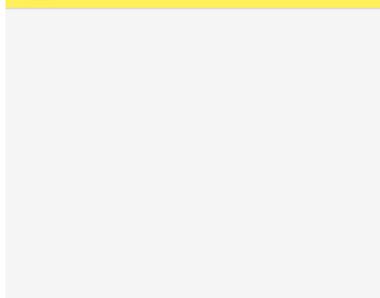
 **mercado libre** Registr



 Registradora - Caja De Dinero Bematech Promocion
U\$S 66
3 vendidos - Pichincha (Quito)

Anexo 10 Teléfono inalámbrico

 **mercado libre** Solo en Teléfonos Fijos y Accesorios



  Teléfono Inalámbrico Uniden At3100,
U\$S 27
4 vendidos - Pichincha (Quito)

Anexo 11 Computadora LG



  Computadora Cpu Intel Core I5 3.0 7ma Gen 2tb 4gb Led 20, 17
U\$S 508
100 vendidos - Pichincha (Quito)

Anexo 12 Impresora Epson



Anexo 13 Amoladora



Anexo 14 Pistola de impacto



Anexo 15 Taladro atornillador



Anexo 16 Destornillador inalámbrico



mercado libre | destornilladores

Para oficinas (7)
Accesorios para Vehículos (5)
[Ver todos](#)

Condición
Nuevo (512)
Usado (4)

 **Taladro Destornillador Inalámbrico Nuevo**
U\$S 25
39 vendidos - Pichincha (Quito)

Anexo 17 Flexómetro



mercado libre | flexómetros Solo en Industrias y Oficinas [Regístrate](#)

Más relevantes | 

Categorías
Herramientas (5)
Medidores (2)
Cintas (1)
Para oficinas (1)
Taladro (1)
Otros (51)

 **Flexometro Laser De Nivel 4 En 1 Fixit 250 Cm Level Pro 3**
U\$S 11⁴⁸
140 vendidos - Pichincha (Quito)

Anexo 18 Tarjeta de presentación

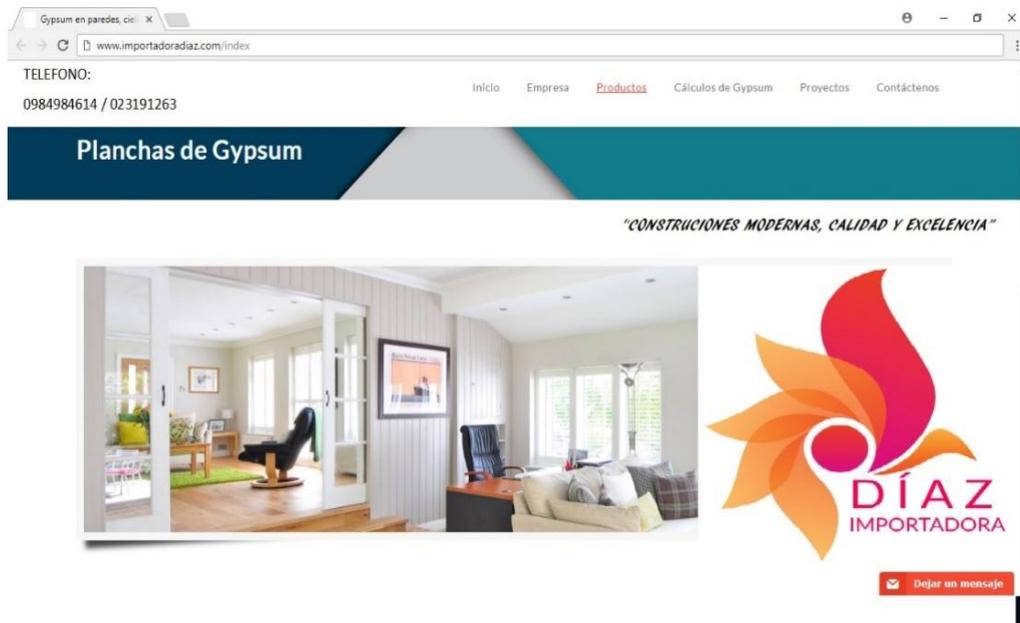


 **DÍAZ JOHANA**
GERENTE GENERAL

 Av. Rodrigo de Chavez y Francisco Gómez
 09 8498 4614
023 191263
 importadoragypsum@gmail.com



Anexo 19 Página Web



Anexo 20 Logotipo de la Microempresa



Anexo 21 Encuesta**ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA
ENCUESTA****OBJETIVO:**

La siguiente encuesta tiene como objetivo recolectar información necesaria para conocer el comportamiento de los consumidores en cuanto al nivel de adquisición de planchas de Gypsum.

INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA**Tipo de Empresa:**Pequeña Mediana **Sector al que pertenece:**Construcción Otro **INSTRUCTIVO**

Marque con una (X), en una sola opción de respuesta.

1.- ¿Tiene alguna marca o proveedor de Gypsum que sea de su preferencia?SI NO **2.- ¿De las siguientes opciones cuál es su principal proveedor de Gypsum?**Sicon Cía. Ltda.
Acimco Ecuador
Gypsum Ecuador
IMPROGYP
Otro Cuál: _____**3.- ¿Cuántas veces en el mes compra Gypsum?**1 a 5 6 a 10 11 en adelante **4.- ¿Qué tipo de planchas de Gypsum prefiere comprar usted?**Nacional
Chilena
Alemana **5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada plancha de Gypsum?**Nacional \$7,25
Chilena \$ 9,25
Alemana \$11,25 **6.- ¿Le gustaría la implementación de una microempresa de importación y comercialización de Gypsum en el Sur de Quito?**SI NO **7.- ¿Cuál de las siguientes características atrae su atención al momento de comprar Gypsum?**Diseño Calidad Precio **8.- ¿Para realizar su pago le gustaría hacerlo mediante?**Efectivo Cheque Tarjeta de crédito **“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”**

Bibliografía

(s.f.).

Abascal, E., & Ildefonso Grande, E. (2005). *Análisis de encuestas*. Madrid: Esic.

ADUANA DEL ECUADOR SENA. (s.f.). *Para importar*. Recuperado el 09 de Diciembre de 2017, de Para importar: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

Álvarez Cáceres, R. (2007). *Estadística aplicada a las ciencias de la salud*. España: Díaz de Santos.

Amaya Amaya, J. (2005). *Gerencia: Planeación y estrategia*. Universidad Santo Tomas de Aquino.

Andrés Abellán, M. (2006). *La evaluación del impacto ambiental de proyectos y actividades agroforestales*. España: Univ de Castilla La Mancha.

Anzola, S. (2002). *Administración de pequeñas empresas*. México: McGraw Hill.

Ávila Macedo, J. J. (2003). *Economía*. México: Umbral.

Azinian, H. (2009). *Las tecnologías de información y la comunicación en las prácticas pedagógicas*. Buenos Aires: Novedades educativas.

Baca Urbina, G., & Romero Vallejo, J. S. (2014). *Proyectos Ambientales en la Industria*. México: Grupo Editorial Patria.

Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw Hill.

Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw Hill.

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw Hill.

BanEcuador. (s.f.). *banecuador.fin.ec*. Recuperado el 24 de Enero de 2017, de [banecuador.fin.ec: https://www.banecuador.fin.ec/a-quien-financiera/credito-empresarios/](https://www.banecuador.fin.ec/a-quien-financiera/credito-empresarios/)

Barajas Novoa, A. (2008). *Finanzas para no financistas*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Belío Galindo, J. L., & Sainz, A. (2007). *Conozca el nuevo marketing: el valor de la información*. España: Wolters Kluwer.

Beraza Garmendia, A., Ahumada Carazo, R. M., Hoyos Iruarrizaga, J., & Peña Cerezo, M. (2015). *Gestión de entidades financieras: Un enfoque práctico de la gestión bancaria actual*. Madrid: Esic.

Biasca, R. (2005). *Gestión de cambio: El modelo Biasca*. Outskirts Press.

Blandez Ricalde, M. d. (2014). *Proceso Administrativo*. México: Digital UNID.

- Castañeda, L. (2005). *Un plan de formación en liderazgo para jóvenes*. Panorama .
- Castro Corrales, C. (1997). *Mercadotecnia*. México: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Chiguano, A. (09 de Diciembre de 2014). *Introducción*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2017, de Gypsum, material de construcción:
<http://gypsumaterialdeconstruccion.blogspot.com/2014/12/el-gypsum-es-un-mineral-que-abunda-en.html>
- Cuevas, F. J. (2004). *Control de Costos y Gastos en Los Restaurantes*. México: Limusa.
- Díez Freijeriro, S. (2010). *Técnicas de comunicación*. España: Ideaspropias.
- Economía y algo más*. (02 de Septiembre de 2012). Recuperado el 03 de Diciembre de 2017, de Producto interno bruto:
<http://economiparatodosyalgomas.blogspot.com/2012/09/producto-interno-bruto.html>
- Fernández Espinoza, S. (2007). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de CR.
- Fleitman, J. (2000). Negocios exitosos. En F. Jack, *Negocios exitosos: cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio* (pág. 383). McGraw Hill .
- Foros ecuador.ec. (29 de Octubre de 2013). *Permiso de bomberos*. Recuperado el 09 de Diciembre de 2017, de Permiso de bomberos:
<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/3224-permiso-de-bomberos>
- Foros ecuador.ec. (29 de Enero de 2014). *Requisitos LUAE*. Recuperado el 09 de Diciembre de 2017, de Requisitos LUAE:
<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/4403-requisitos-luae>
- Foros ecuador.ec. (15 de Febrero de 2016). *Requisitos para sacar la Patente Municipal de Quito*. Recuperado el 09 de Diciembre de 2017, de Requisitos para sacar la Patente Municipal de Quito:
<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/34066-requisitos-para-sacar-la-patente-municipal-de-quito>
- Francés , A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa: con el cuadro de mando integral*. México: Pearson Educación.
- Franco Montoya, L. M., & Echeverri Echeverri, R. (2012). *Valoración de tecnología para efectos de negociación*. Medellín: Instituto Tecnológico Metropolitano.
- Fred R., D. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. México: Pearson educación.

- García Padilla, V. M. (2015). *Análisis financiero: Un enfoque integral*. México: Grupo Editorial Patria.
- García Parra, M., & Jordá Lloret, J. (2004). *Dirección financiera*. Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya.
- Gimbert, X. (2003). *El enfoque estratégico de la empresa: Principios y esquemas básicos*. España: Deusto.
- Gomez, J. (18 de Mayo de 2011). *Técnicas de recolección de información*. Recuperado el 02 de Enero de 2018, de Blogspot:
<http://jorgegomez90.blogspot.com/2011/05/tecnicas-de-recoleccion-de-informacion.html>
- Guzmán Vásquez, A., Romero Cifuentes, T., & Guzmán Vásquez, D. (2005). *Contabilidad financiera*. Bogotá: Centro Editorial Universidad del Rosario.
- Hamilton Wilson, M. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Colombia: Convenio Andres Bello.
- Hernández Blázquez, B. (2001). *Técnicas estadísticas de investigación social*. Madrid: Díaz de Santos.
- Hernández Mangones, G. (2006). *Diccionario de economía*. Medellín: Universidad cooperativa de colombia.
- Horngren, C., Foster, G., & Datar, S. (2007). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial*. México: Pearson Educación.
- Horngren, C., Harrison, W., & Smith Bamber, L. (2003). *Contabilidad*. México: Pearson Educación.
- Huertas García, R., & Domínguez Galcerán, R. (2008). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. Barcelona: Edicions Universitat.
- Ildefonso Grande, E. (2005). *Marketing de los servicios*. Madrid: Esic.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (s.f.). *Registro de afiliaciones*. Recuperado el 09 de Diciembre de 2017, de Registro de afiliaciones:
<https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- LA HORA. (07 de Julio de 2008). *Microempresas, buena fuente de ingresos*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2017, de
<https://lahora.com.ec/noticia/743537/microempresas-buena-fuente-de-ingresos>

- Larraín B., F., & Sachs, J. (2002). *Macroeconomía en la economía global*. Buenos Aires: Pearson Education.
- Luna González, A. C. (2015). *Proceso administrativo*. México: Grupo Editorial Patria.
- Mántey Bastón, M. G., & Levy Orlik, N. O. (2005). *Inflación, crédito y salarios: Nuevos enfoques de política monetaria para mercados imperfectos*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Mejía Cañas, C. A. (19 de Julio de 2013). *Planning Consultores Gerenciales*. Recuperado el 24 de Enero de 2018, de El concepto de la capacidad instalada:
https://www.google.com/search?q=el+concepto+de+la+capacidad+instalada+pdf&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab&gfe_rd=cr&dcr=0&ei=eCpWuGQCsuHtAegqlqoAQ
- Mendoza Roca, C., & Ortiz Tovar, O. (2016). *Contabilidad financiera para contaduría y administración*. Barranquilla: Ecoe Ediciones.
- Palacios Gomero, H. (2006). *Fundamentos técnicos de la matemática financiera*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Paturel, R. (12 de Septiembre de 2006). *Por una nueva metodología de análisis del entorno de las organizaciones*. Recuperado el 03 de Diciembre de 2017, de
<http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v16n28/v16n28a02.pdf>
- Pérez Ramírez, B., & Carrillo Benito, E. (2000). *Desarrollo local: Manual de uso*. Madrid: Esic.
- Puentes Montañez, G. A. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Ricardo. (29 de Diciembre de 2008). *El yeso, orígenes y propiedades*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2017, de Construcciones en Drywall:
<https://lightconstruction.wordpress.com/category/uncategorized/>
- Rivera Camino, J. (2007). *Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones*. Madrid: Esic.
- Rodés Bach, A. (2014). *Gestión económica y financiera de la empresa*. Madrid: Paraninfo.
- Rojas Graell, J., & Bertran Codina, S. (2010). *El plan de viabilidad: Guía práctica para su elaboración y negociación*. Barcelona: Profit.
- Rosales Posas, R. (2007). *La formulación y la evaluación de proyectos*. San José: EUNED.
- Salgado, J. G. (2016). *Análisis situacional*. Recuperado el 03 de Diciembre de 2017, de
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>
- Sánchez Gómez, M. G. (2008). *Cuantificación y generación de valor en la cadena de suministro extendida*. Del Blanco .

- Sánchez Rosado , M. (2005). *Población y ambiente: Serie sociedad y recursos naturales*. México: Unam.
- Sapag Chain, N. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. México: Pearson Educación.
- Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *Registro Único de Contribuyentes*. Recuperado el 09 de Diciembre de 2017, de Registro Único de Contribuyentes:
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Tamayo, E., & López, R. (2012). *Proceso integral de la actividad comercial*. Editex.
- Vaca, S. F. (Marzo de 2009). *Repositorio Institucional de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE:
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1663/8/T-ESPE-021331.pdf>
- Valbuena Alvarez, R. (2000). *La Evaluacion Del Proyecto en la Decision Del Empresario*. México: UNAM.
- Vidales Rubí, L. (2003). *Glosario de términos financieros*. México: Plaza y Valdés.
- Vidaurri Aguirre, H. M. (2008). *Mtemáticas financieras*. México: Cengage learning.
- Zorilla Arena, S. (2003). *Aspectos socioeconómicos de la problemática en México*. México: Limusa noriega.

Urkund Analysis Result

Analysed Document: URKUND JOHANA DÍAZ.docx (D38545936)
Submitted: 5/11/2018 4:36:00 AM
Submitted By: jdnena_1992@hotmail.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

monica juna proyecto 1 APA modificado.docx (D23432557)

Instances where selected sources appear:

1



Henry V. Cordero A.

11. 05. 2018

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **DÍAZ MALES JOHANA ELIZABETH**, portador de la cédula de identidad N° 1721620100, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 16 de abril del 2018



Sra. Mariela Balseca
CAJA VISTO FINANCIERO



Ing. Angélica Aldaz
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN
Esc. de Adm. Bancaria y Financiera



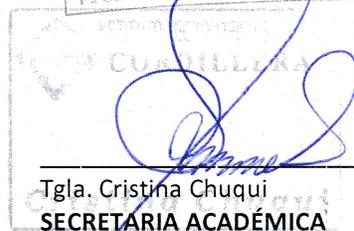
Ing. William Parra
BIBLIOTECA



Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Dr. Patricio Guanopatin
DIRECTOR DE CARRERA



Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA