



## **CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEDICADO  
A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS INFLABLES PERSONALIZADOS  
UBICADO EN EL NORTE DE QUITO, AÑO 2018”

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración  
Industrial y de la Producción.

Autor: Fernanda Janina Guamán Muñoz

Tutor: Ing. German Benavides

Quito, Diciembre 2018

## ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 21 de diciembre del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **Guamán Muñoz Fernanda Janina**, de la carrera de Administración Industrial y de la Producción, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA PRODUCCIÓN DE INFLABLES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DMQ, AÑO 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. Germán Benavides  
**Tutor de Proyectos**



Ing. William Curillo  
**Lector de Proyectos**



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
**RECIBIDO**



Ing. Carla Guerra  
**Delegada Unidad de Titulación**



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
DIRECCIÓN DE CARRERA



Ing. Christian Guerrero  
**Director de Carrera**

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBI
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Teléfono: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163 y Yacuambi (esq.) Tel: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Tel: 2246036	Yacuambi Oe2-36 y Bracamoros. Tel: 2249994

## DECLARACIÓN DE AUDITORIA DEL ESTUDIANTE

Declaro, que la investigación es absoluta original, persona, que se han citado las fuentes correspondientes donde su ejecución se representaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes, los análisis, resultados y conclusiones a los que se ha llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Fernanda Guamán Muñoz  
C.I 2100348610

## CERTIFICADO DE CESION DE DERECHO DE AUTOR

Yo, FERNANDA JANINA GUAMÁN MUÑOZ portador del número de cedula asignada 2100348610 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la ley de Propiedad Intelectual, que dice: “La cesión excluida de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar



Fernanda Janina Guamán Muñoz  
C.I 2100348610

Quito, diciembre 2018

## **AGRACECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a mi tutor por el apoyo y la guía que me supo brindar para sacar adelante el proyecto planteado.

Agradezco a mis compañeros del curso por el conocimiento profesional, técnico y humanos que me brindaron en este periodo de estudio que se puso compartir.

Gracias a todo el personal docente que implanto conocimientos para poder lograr nuestros objetivos.

A todos quienes conformaron parte del camino en mi formación profesional,  
Muchas gracias.

## **DEDICATORIA**

Todos mis logros se los dedico a mi Dios Todo Poderoso por permitirme cumplir una de mis metas planteadas en la vida.

A mi hermosa madre por su inmenso amor y esfuerzo, mis hermanos, hermanas y familia quienes estuvieron para apoyarme en cada decisión tomada en todo el transcurso de vida que Dios me ha brindado para florecer, disfrutar, y aprender de cada acción, lo que ha permitido que este logro sea posible.

## INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUDITORIA DEL ESTUDIANTE	I
CERTIFICADO DE CESION DE DERECHO DE AUTOR	II
AGRACECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
INDICE GENERAL DE CONTENIDO	V
INDICE GENERAL DE TABLAS	IX
INDICE DE FIGURA	XI
RESUMEN	XII
ABSTRACT	XIV
<b>CAPITULO I</b>	<b>1</b>
1. Introducción	1
1.01 Justificación	1
1.02 Antecedentes	3
<b>CAPITULO II</b>	<b>5</b>
2. Análisis Situacional	5
2.01 Ambiente Externo	5
2.01.01 Factor Económico	6
2.01.01.01 PIB (Producto Interno Bruto)	6
2.01.01.02 Inflación	7
2.01.01.03 Balanza Comercial	9
2.01.01.04 Riesgo País	10
2.01.01.05 Tasa de Interés	11
2.01.01.05.01 Tasa de Interés Activa	11
2.01.01.05.02 Tasa de Interés Pasiva	13
2.01.02 Factor Social	14
2.01.02.01 Empleo	14
2.01.02.02 Desempleo	15
2.01.03 Factor Legal	16
2.01.03.01 Permisos de Funcionamiento	17
2.01.04 Factor Tecnológico	20
2.02 Entorno Local	22
2.02.01 Clientes	23
2.02.02 Proveedores	23

2.02.03 Competidores	24
2.02.03.01 Competidores directos	25
2.02.03.02 Competidores indirectos	26
2.03 Análisis Interno	26
2.03.01 Propuesta estratégica	26
2.03.01.01 Misión	27
2.03.01.02 Visión	27
2.03.01.03 Objetivo General	27
2.03.01.04 Objetivo específico	28
2.03.01.05 Principios, Valores	28
2.03.01.05.01 Principios	28
2.03.01.05.02 Valores	29
2.04 Gestión Administrativa	30
2.04.01 Planificación	30
2.04.02 Organización	30
2.04.03 Organigrama Estructural	31
2.04.04 Organigrama Funcional	31
2.04.05 Dirección	34
2.04.06 Control	34
2.05 Gestión Operativa	35
2.05.01 Flujograma de procesos	36
2.06 Gestión Comercial	40
2.06.01 Las 4 P	40
2.06.01.01 Producto	40
2.06.01.01.01 Descripción del producto	41
2.06.01.02 Plaza	41
2.06.01.03 Precio	41
2.06.01.04 Promoción	42
2.06.02 Logotipo	43
2.06.02.01 Significado del Logotipo	43
2.06.03 SLOGAN	43
2.06.04 MATERIAL P.O.P	45
2.06.04.01 Descripción Material P.O.P	46
2.06.05 ANALISIS FODA	47
<b>CAPITULO III</b>	<b>48</b>
3. Estudio de mercado	48
3.1 Análisis del consumidor	48

3.2 Segmentación del mercado	49
3.3 Determinación de la población y muestra	49
3.3.1 Población	50
3.3.2 Muestra	50
3.4 Técnicas de la obtención de la información	51
3.4.1 Encuesta	51
3.4.1.1 Objetivo	51
3.4.1.2 Alcance	51
3.4.1.3 Modelo de Encuesta	52
3.4.1.4 Tabulación de Encuesta	53
3.5 ESTRUCTURA DE ANALISIS DE MERCADO	64
3.5.1 Oferta	64
3.5.1.1 Oferta histórica	64
3.5.1.2 Oferta Actual	65
3.5.1.3 Oferta Proyectada	65
3.5.2 Demanda	65
3.5.2.1 Demanda Actual	65
3.5.2.3 Demanda Proyectada	66
3.5.3 Balance Oferta – Demanda	66
3.5.3.1 Balance Actual	66
3.5.3.2 Balance Proyectado	66
<b>CAPITULO IV</b>	<b>67</b>
4. Estudio técnico	67
4.1 Tamaño Del Proyecto	67
4.2 Capacidad Instalada	68
4.1.2 Capacidad Óptima	69
4.2 Localización	69
4.2.1 Macro Localización	69
4.2.2 Micro Localización	70
4.2.3 Localización Óptima	71
4.3 Ingeniería del producto	72
4.3.1 Definición del bien y servicios	72
4.3.2 Distribución de la planta	73
4.3.2.01 Distribución de la planta (VISIO)	73
4.3.2.02 Matriz Triangular	75
4.3.2.02.01 Tabulación De La Matriz Triangular	75
4.3.3 Proceso Productivo	76
4.3.3.01 Descripción Del Proceso Del Flujograma	77

4.3.4 Maquinaria	78
4.3.5 Equipos	79
4.3.5.01 Equipos de Producción	79
4.3.5.02 Equipos de Oficina	80
4.3.5.03 Equipos de Computación	81
4.3.5.04 Muebles y Enseres	82
<b>CAPITULO V</b>	<b>83</b>
5. Estudio Financiero	83
5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales	83
5.1.1 Ingresos Operacionales	83
5.1.2 Ingresos No Operacionales	84
5.2 Costos	84
5.2.1 Costos Directos	84
5.2.1.1 Materia Prima	84
5.2.1.2 Mano de Obra	85
5.2.2 Costos Indirectos	85
5.2.3 Gestión Administrativa	86
5.2.4 Gasto de Ventas	88
5.2.5 Gasto Financieros	89
5.2.6 Costos Fijos y Variables	89
5.3 Inversiones	91
5.3.1 Inversiones Fijas	91
5.3.1.1 Activos Fijos	91
5.3.1.2 Activos nominales (Diferidos)	92
5.3.2 Capital d Trabajo	92
5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos	92
5.3.4 Amortización de Financiamiento	93
5.3.5 Depreciaciones	96
5.3.6 Estado de Situación Inicial	96
5.3.7 Estado de Resultados Proyectado	98
5.3.8 Flujo de Caja	99
5.3.9 Balance General Proyectado	100
5.4 Evaluación	101
5.4.1 Tasa de Descuento	101
5.4.2 VAN - Valor Actual Neto	103
5.4.3 TIR – Tasa Interna de Retorno	104
5.4.4 PRI - Periodo de la Recuperación de la Inversión	105

5.4.5 RBC – Relación Costo Beneficio	106
5.4.6 Punto de Equilibrio	106
5.4.7 Análisis de Índices Financieros	109
<b>CAPITULO VI</b>	<b>116</b>
6. Análisis de Impactos	116
6.1 Impacto Ambiental	116
6.2 Impacto Económico	116
6.3 Impacto Productivo	117
6.4 Impacto Social	117
<b>CAPITULO VII</b>	<b>118</b>
7. Conclusiones y Recomendaciones	118
7.1 Conclusiones	118
7.2 Recomendaciones	119
<b>ANEXOS</b>	<b>120</b>

## INDICE GENERAL DE TABLAS

Tabla 1 Inflación	8
Tabla 2 Riesgo País	10
Tabla 3 Tasa de Interés Activa	12
Tabla 4 Tasa de Interés Pasiva	13
Tabla 5 Proveedores	24
Tabla 6 Competidores	25
Tabla 7 Control de Asistencia	35
Tabla 8 Flujograma de Procesos 1 Ingreso de pedidos	37
Tabla 9 Flujograma de Procesos 2 Producción	39
Tabla 10 Análisis FODA	47
Tabla 12 Segmentación de mercado	49
Tabla 13 Población	50
Tabla 14 Genero	53
Tabla 15 Pregunta 1 Encuesta	54
Tabla 16 Pregunta 2 Encuesta	55
Tabla 17 Pregunta 3 Encuesta	56
Tabla 18 Pregunta 4 Encuesta	57
Tabla 19 Pregunta 5 Encuesta	58
Tabla 20 Pregunta 6 Encuesta	59
Tabla 21 Pregunta 7 Encuesta	60
Tabla 22 Pregunta 8 Encuesta	61
Tabla 23 Pregunta 9 Encuesta	62
Tabla 24 Pregunta 10 Encuesta	63
Tabla 25 Oferta Actual	65
Tabla 26 Oferta Proyectada	65
Tabla 27 Demanda Actual	65
Tabla 28 Demanda Proyectada	66
Tabla 29 Demanda Insatisfecha mensual actual	66
Tabla 30 Demanda insatisfecha mensual proyectada	66
Tabla 31 Capacidad Instalada	68
Tabla 32 Capacidad Óptima	69
Tabla 33 de Macro Localización	69
Tabla 34 de Micro Localización	70
Tabla 35 Localización Optima	72
Tabla 36 Distribución de la planta	73
Tabla 37 Código De Cercanía	74
Tabla 38 Razones De Cercanías	74
Tabla 39 Matriz Triangular	75
Tabla 40 De Maquinaria	78

Tabla 41 Equipos de Producción	79
Tabla 42 Equipos de Oficina	80
Tabla 43 Equipos de Computación	81
Tabla 44 Muebles y Enseres	82
Tabla 45 Ingresos Operacionales	83
Tabla 46 Niveles de Ventas	83
Tabla 47 Materia Prima Directa	85
Tabla 48 Mano de Obra	85
Tabla 49 Materia Prima Indirecta	86
Tabla 50 Mano de Obra Indirecta	86
Tabla 51 Gastos Administrativos	86
Tabla 52 Gastos Personal Administrativos	87
Tabla 53 Material de Limpieza	87
Tabla 54 Suministro de Oficina	87
Tabla 55 Servicios Básicos	88
Tabla 56 Gastos Ventas	88
Tabla 57 Gastos Financieros	89
Tabla 58 Costos Fijos	90
Tabla 59 Costos Variables	90
Tabla 60 Activos Fijos	91
Tabla 61 Activos Nominales	92
Tabla 62 Fuente de Financiamiento	93
Tabla 63 Método Alemán	94
Tabla 64 Depreciación	96
Tabla 65 Estado de Situación Inicial	97
Tabla 66 Estado de Resultado Proyectado	98
Tabla 67 Flujo de Caja	99
Tabla 68 General Proyectado	100
Tabla 69 Tasa de Descuento	101
Tabla 70 TMAR	102
Tabla 71 WACC	102
Tabla 72 VAN	103
Tabla 73 TIR	104
Tabla 74 PRI	105
Tabla 75 Descripción PRI	105
Tabla 76 RBC	106
Tabla 77 Punto de Equilibrio	107
Tabla 78 Comprobación Punto de Equilibrio	108
Tabla 79 Relación Pasivo Activo	109
Tabla 80 Relación Patrimonio Activo	110
Tabla 81 ROE	111
Tabla 82 ROA	112
Tabla 83 Margen Bruto	113

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Evolución del PIB en el gobierno actual	7
Figura 2 Balanza Comercial	9
Figura 3 Evolución del Empleo en el Ecuador	15
Figura 4 Evolución del Desempleo en el Ecuador	16
Figura 5 Máquina de Coser Industrial	21
Figura 6 Máquina de Coser en mesa móvil	21
Figura 7 Turbina de Aire	21
Figura 8 Compresor Eléctrico	21
Figura 9 Programa de diseño de Inflable	22
Figura 10 Organigrama Estructural	31
Figura 11 Flujograma de Procesos 1 Ingreso de pedido	36
Figura 12 Flujograma de Procesos 2 Producción	38
Figura 13 Producto	40
Figura 14 Logotipo	43
Figura 15 Presentación de Inflable como quieras	44
Figura 16 Esferos	45
Figura 17 Llaveros	45
Figura 18 Taza	45
Figura 19 Tarjetas de Presentación	45
Figura 20 Genero Encuesta	53
Figura 21 Pregunta 1 Encuesta	54
Figura 22 Pregunta 2 Encuesta	55
Figura 23 Pregunta 3 Encuesta	56
Figura 24 Pregunta 4 Encuesta	57
Figura 25 Pregunta 5 Encuesta	58
Figura 26 Pregunta 6 Encuesta	59
Figura 27 Pregunta 7 Encuesta	60
Figura 28 Pregunta 8 Encuesta	61
Figura 29 Pregunta 9 Encuesta	62
Figura 30 Pregunta 10 Encuesta	63
Figura 31 Mapa Posición del país, Ecuador	70
Figura 32 Mapa de la Provincia de Pichincha	70
Figura 33 Ubicación del sector San Carlos, calles Vaca de Castro y Machala	71
Figura 34 Mapa de la distribución de planta	73
Figura 35 Matriz Triangular	74
Figura 36 Punto de Equilibrio	106

## RESUMEN

El presente proyecto busca ofrecer inflables personalizados como alternativa de distracción creativa para todo número de edad empezando de los más pequeños clientes de 0 a 12 años (niños), clientes más grandes de 13 a 25 años (adultos), y de 26 a 70 años adultos mayores, de tal manera que se fomente una actividad física, mental, interpersonales con los diferentes modelos inflables. Mediante este estudio se determina la factibilidad de invertir en la implementación de los inflables personalizados en la ciudad de Quito para todo el país Ecuatoriano.

La empresa propuesta “Ínflate como quieras” se diferencia del resto de establecimientos debido a que no se enfoca en organización de eventos o elaborar solo productos para los niños si no productos inflables para todo número de edad, ya sea para eventos, o recreaciones.

Al organizar algún cronograma de viaje o recreación con tus personas favoritas, tenemos en cuenta diferente actividades como hacer deporte, escalar, jugar, o simplemente querer salir de la rutina diaria o laboral, despejar ideas, compartir con personas cercanas o recién llegadas, es una buena opción para incluirnos en sus actividades con nuestras ideas de diversión.

Un estudio psicológico nos indica que una manera de desarrollar destrezas motoras y centralizar la violencia es cuando se hace necesaria la existencia de un alto a la rutina diaria o laboral, donde queremos salir de todo lo monótono que realizamos día a día, compartir momentos agradables. (Cardenas, 2017).

Es donde queremos ser parte de tu tranquilidad brindándote diferentes opciones de distracción y comodidad para todos quienes forman parte del nuevo viaje o diversión.

La fabricación de los productos se llevara a cabo solo en nuestras instalaciones, preparada especialmente para nuestros clientes potenciales, nuestra producción será sistematizada en monitoreo computarizados, maquinaria de última generación, junto a nuestro diseñador gráfico tendremos ideas para perfeccionar de clientes a la empresa y de la empresa al cliente.

La empresa “Ínflate como quieras” se especializa en el diseño exclusivo, en planificación de montajes, se exige calidad, actualización en tendencias y mucha creatividad.

Ínflate como quieras busca ofrecer alternativas de distracción con nuestros inflables, de tal manera que se fomente actividad física, El Ministerio de Deporte indica que el 69% de la población ecuatoriana, la mayoría niños y adolescente prefieren distraerse frente a una pantalla, jugar video juegos, mas no recrearse fuera de su casa, es razón por la que implementamos nuestra empresa, donde evitaremos menos distracciones virtuales.

## ABSTRACT

The present project seeks to offer personalized inflatables as an alternative of creative distraction for all age groups starting from the smallest clients from 0 to 12 years old (children), bigger clients from 13 to 25 years old (adults), and from 26 to 70 years old. Older adults, in such a way that physical, mental, interpersonal activity with the different inflatable models is encouraged. Through this study, the feasibility of investing in the implementation of custom inflatables in the city of Quito for the entire Ecuadorian country is determined.

The proposed company "Inflate as you want" differs from other establishments because it does not focus on organizing events or elaborate only products for children, but inflatable products for all age groups, whether for events or recreations.

When organizing a trip or recreation schedule with your favorite people, we take into account different activities such as playing sports, climbing, playing, or simply wanting to get out of the daily or work routine, clearing ideas, sharing with people close to you or newcomers, is a good option to include us in their activities with our ideas of fun. A psychological study tells us that a way to develop motor skills and centralize violence is when it becomes necessary to have a stop to the daily or work routine, where we want to leave everything monotonous that we do every day, share pleasant moments. (Cardenas, 2017).

It is where we want to be part of your tranquility offering you different options of distraction and comfort for all those who are part of the new trip or fun.

The manufacturing of the products will be carried out only in our facilities, specially prepared for our potential customers, our production will be systematized in computerized monitoring, last generation machinery, together with our graphic designer we will have ideas to perfect the clients of the company and of the company to the customer.

The company "Inflate as you want" specializes in the exclusive design, in assembly planning, quality is demanded, updated in trends and a lot of creativity.

Inflate as you want to offer alternatives to distraction with our inflatables, so that physical activity is encouraged, The Ministry of Sport indicates that 69% of the Ecuadorian population, most children and adolescents prefer to be distracted in front of a screen, play video games, but not recreate outside your home, is why we implement our company, where we will avoid fewer virtual distractions.

## CAPITULO I

### 1. Introducción

#### 1.01 Justificación

Somos una empresa iniciando en el mundo del entretenimiento, capaces de ofrecer a nuestros clientes una diversión creativa sana y agradable.

Ínflate como quieras formara parte de tus paseos, diversiones, de una manera amplia en ideas inflables para las diferentes actividades que quieras realizar, nosotros queremos cumplir con tus expectativas.

Esta organización es para todo aquel que desee un inflable excepcional para fiestas, paseos, o necesidades diferentes, lo que hace disfrutar ilimitadamente con la seguridad, y calidad que ofrecemos y nos distingue, nuestros productos inflables serán entregados en una presentación manejable y cómoda de transportar, o guardar.

Desarrollar este proyecto de un nuevo negocio es con el fin de brindar a todos nuestros clientes comodidad, satisfacción en productos inflables para sus diferentes actividades de recreación ya que el compartir con nuestras personas cercanas es una acción común, es por eso que incrementamos nuevos diseños de diversión pensando y actualizándonos en las tendencias de moda para generar confianza al cliente sobre nuestros inventos.

Entre las opciones que se tienen para combatir el aburrimiento y la monotonía del grupo en el lugar que estamos, nos permite compartir de una manera más divertida en los lugares de recreación que escogemos ir.

Para realizar efectivamente esta nueva apertura de negocio contamos con un espacio de propiedad donde nos ubicaremos y realizaremos con dedicación y amor nuestro trabajo, nuestro trabajo consiste en llenar las expectativas de nuestros clientes pequeños que son de los 5 a 12 años de edad hasta nuestros clientes adultos mayores que están entre los 65 años de edad de una manera positiva y agradable, lo que el cliente

pidan, lo que el cliente necesite, nuestro objetivo es generar confianza con nuestro servicio para obtener rentabilidad económica y prestigio.

Las investigaciones que se ha realizado para ejecutar esta acción de trabajo nos ha permitido tomar la gran decisión de avanzar con el proyecto y que sea haga posible.

El problema de otras ocasiones o lugares a los que decidamos visitar el producto nombrado son alquilados a precios altos o simplemente no se conoce del inflable creativo, es por eso que “Ínflate como quieras” quiere ofrecer este producto a manera muy conveniente, podemos establecer convenios con centros recreativos para incluir nuestra marca y posicionarnos en el pensamiento de los clientes, y así obtén por tener un inflable personal.

Mediante observaciones directas se determinó que una de las actividades para una parte de nuestros clientes que son los niños de 5 a 13 años de edad es saltar en juegos inflables.

Varias fiestas a las que asisten nuestros pequeños encontramos inflables o ya sea cuando vamos al parque ellos sin duda van a querer divertirse en este servicio, porque no tener un inflable propio en casa sin ocupar espacios molestos en nuestro hogar al momento de guardarlo.

Pensando en todos nuestros clientes desde bebés 0 a un año, niños de 1 año hasta los 12 años de edad, adultos, adultos mayores, jóvenes, queremos ofrecerles un estilo nuevo a tus paseos.

Nos vimos en la oportunidad de ejercer esta acción ya que muchas veces por manera personal hemos tenido necesidades diferentes al salir de casa, como “el si es que hubiera tal cosa para beneficio de nosotros”, fue una idea que surgió por la necesidad que presentaban

XX

mis amistades y familia donde creemos que es importante ciertos caprichos para salir de paseo.

## **1.02 Antecedentes**

Un área de más de 3000 m<sup>2</sup> es el ámbito en el cual operarios capacitados con tecnologías de última generación hacen realidad estos proyectos. Nuestros productos son exportados a más de 20 países europeos y latinoamericanos. A través de representantes y distribuidores, se brinda atención en forma directa y personalizada, como así también Servicio de Post Venta.

Ahora que nos conoce lo invitamos a ser parte de este nuevo concepto en el negocio del entretenimiento infantil, en un mercado innovador y en constante expansión. (inflable, s.f.).

Ínflate como quieras estará ubicada en la ciudad de Quito sector norte, San Carlos, Ecuador, fabricaremos productos inflables para todo tipo de eventos o necesidad del cliente, publicidades, diversión inflable para niños de 5 a 12 años de edad, inflables para diferentes actividades, ya sea en la playa, lugares de campo, en nuestro propio hogar etcétera.

Seremos una empresa pioneros a nivel de nuestro país con personal altamente capacitado para sus respectivas áreas que son de producción, administrativa y servicio a nuestros clientes, empezando de la parte administrativa hasta nuestra elaboración del producto y sea de excelencia para nuestro cliente.

## CAPITULO II

### 2. Análisis Situacional

“El análisis situacional es una exploración de todos los factores que influyen sobre las actividades que la empresa realiza y como influirán en el futuro”. (Tamayo, 2009).

#### Análisis

El análisis situacional representa como una organización de servicios o producción se desenvuelve en el ámbito interno, externo, de la entidad también se enfoca en cómo influye en la economía de un país, es por eso que el análisis situacional es importante desarrollarlo.

#### 2.01 Ambiente externo

Durante muchos años las empresas fueron consideradas entidades independientes alejadas de su entorno y los empresarios solo se concentraban en los aspectos internos que las afectaban y que podían controlar, en especial se centraban en el aspecto financiero, ya que buscaban simplemente la maximización de las utilidades. Esto se daba porque anteriormente el ambiente externo de las empresas era estable y hasta cierto punto predecible. (Jessica, 2015).

## Análisis

El ámbito externo es el estudio exterior de toda la organización ya sea de servicio, producción donde nos ayuda analizar los factores económicos, competidores, y otros factores que nos permitan competir directamente para poder posicionar nuestra empresa. Infla como quieras.

### 2.01.01 Factor Económico

La actividad económica está dividida en sectores económicos. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Su división se

## Análisis

El producto interno bruto (PIB), son los bienes y servicios que ha tenido el país durante el periodo de un año para determinar las inversiones que han generado ingreso al país.

Figura: 1 Evolución del PIB en el gobierno actual

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

En el primer trimestre del año 2018, registró un crecimiento interanual de 1,9%, con relación al primer trimestre de 2017 y presentó una reducción de 0,7% con respecto al trimestre anterior. (Ecuador, 2018).

## Análisis

Con un análisis del resultado del Banco Central del Ecuador determinamos que la variación del PIB es favorable para la incrementación de nuestra empresa, ya que el sector No petrolero nos da resultados positivos de ingresos al país.

#### 2.01.01.02 Inflación

La inflación mide el porcentaje de variación del índice de precios al consumidor. Este índice es un promedio ponderado de precios de bienes y servicios de consumo en la economía, en el que las ponderaciones dependen de la participación de cada uno de los tipos de bienes y servicios en el gasto de los consumidores. (Erraez, 2005).

##### Análisis

La inflación en el país nos indica el aumento de precios en los productos y servicios que posee el país por un determinado tiempo, donde producto de primera necesidad encontramos en precios elevados.

Tabla 1 Inflación

Fecha	Valor
Marzo-31-2018	0.06%
Febrero-28-2018	0.15%
Enero-31-2018	0.19%
Diciembre-31-2017	0.18%
Noviembre-30-2017	-0.27%
Octubre-31-2017	-0.14%
Septiembre-30-2017	-0.15%
Agosto-31-2017	0.01%
Julio-31-2017	-0.14%

Junio-30-2017	-0.58%
Mayo-31-2017	0.05%
Abril-30-2017	0.43%
Marzo-31-2017	0.14%
Febrero-28-2017	0.20%
Enero-31-2017	0.09%
Diciembre-31-2016	0.16%
Noviembre-30-2016	-0.15%

Octubre-31-2016	-0.08%
Septiembre-30-2016	0.15%
Agosto-31-2016	-0.16%
Julio-31-2016	-0.09%
Junio-30-2016	0.36%
Mayo-31-2016	0.03%
Abril-30-2016	0.31%

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

### Análisis

Con los datos recopilados se puede evidenciar que la tendencia de la inflación es descendiente, es decir que en el último periodo implica que los precios bajen generando una utilidad mínima, esto nos representa que tendremos utilidades bajas por nuestros productos vendidos, tendremos problema en el crecimiento de la organización en el periodo mencionado.

### 2.01.01.03 Balanza Comercial

La balanza comercial es la diferencia resultante de los bienes materiales vendidos y comprados al en el extranjero por un país durante un período determinado o ejercicio, normalmente un año. Las partidas que integran dicha balanza son las exportaciones e importaciones declaradas. (Lafuente, 2010).

#### Análisis

Se denomina balanza comercial al registro de las exportaciones y las importaciones de bienes mercantiles que realiza un país. También conocida como balanza de comercio, su saldo es el resultado de la diferencia existente entre el valor acumulado por las exportaciones (los bienes que la nación comercializa al exterior) y el valor acumulado por las importaciones (los bienes que esta misma nación adquiere en otros países).

#### Figura 2 Balanza Comercial

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

#### Tabla 2 Riesgo País

Fecha Valor

Julio-25-2018 607

Julio-24-2018	627
Julio-23-2018	639
Julio-22-2018	642
Julio-21-2018	642
Julio-20-2018	642
Julio-19-2018	650
Julio-18-2018	643
Julio-17-2018	661
Julio-16-2018	665
Julio-15-2018	653
Julio-14-2018	653
Julio-13-2018	653
Julio-12-2018	680
Julio-11-2018	683
Julio-10-2018	657
Julio-09-2018	653
Julio-08-2018	665
Julio-07-2018	665
Julio-06-2018	665
Julio-05-2018	689
Julio-04-2018	720
Julio-03-2018	720
Julio-02-2018	752
Julio-01-2018	761

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

Análisis

XXVII

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEDICADO A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS INFLABLES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL NORTE DE QUITO, AÑO 2018”

La tendencia del riesgo país decreció, lo que indica que al ejecutar la empresa Ínflate como quieras el país nos da confianza de inversión ya que las perspectivas de riesgo son bajas por su nueva estabilidad política y otros factores que nos ayudan a tomar decisiones positivas a la organización.

#### 2.01.01.05 Tasa de Interés

“Consiste en el precio que se recompensa por el uso del dinero ajeno, o ganancia que se obtiene al prestar o realizar un depósito de dinero”. (Silvia Delgado Vera, 2016).

#### Análisis

La tasa de interés nos permite saber el porcentaje que se debe pagar por un monto solicitado, ya sea crédito, la tasa de interés es el monto que se debe pagar a la entidad o persona que nos facilita el dinero.

Tabla: 3 Tasa de Interés Activa

Fecha	Valor
Abril-30-2018	7.63%
Marzo-31-2018	7.26%
Febrero-28-2018	7.41%
Enero-31-2018	7.72%
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%
Diciembre-31-2016	8.10%
Noviembre-30-2016	8.38%
Octubre-31-2016	8.71%
Septiembre-30-2016	8.78%
Agosto-31-2016	8.21%
Julio-31-2016	8.67%
Junio-30-2016	8.66%
Mayo-31-2016	8.89%

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

## Análisis

La tasa de interés activa ha bajado, por lo que nos favorece de manera positiva a nuestra organización ya que al acceder a un préstamo a las entidades financieras, la tasa activa baja, sería una ventaja para nuestra empresa,

### 2.01.01.05.02 Tasa de Interés Pasiva

La Tasa de Interés Pasiva es el tipo de interés que los bancos pagan por los préstamos que obtienen en el mercado, que puede ser representado por depósitos a la vista, depósitos a plazo, bonos, créditos de otras entidades de crédito u otros productos de similares características. (Nunes, 2015).

## Análisis

El valor porcentual de la tasa de interés Pasiva que las instituciones pagan por depositar dinero en sus entidades, por lo que debemos consultar algunas entidades financieras para tomar decisión conveniente para que nuestra empresa “Ínflate como quieras” tenga una ventaja para el crecimiento de lo proyectado.

Tabla: 4 Tasa de Interés Pasiva

Fecha	Valor
Abril-30-2018	4.99%
Marzo-31-2018	4.96%
Febrero-28-2018	5.06%
Enero-31-2018	4.98%

Diciembre-31-2017	4.95%
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%
Septiembre-30-2016	5.78%
Agosto-31-2016	5.91%
Julio-31-2016	6.01%

Fuente y Elaborado por: Banco Central del Ecuador

#### Análisis

La tasa de interés pasiva es considera aceptable, tomando en cuenta que el riesgo es bajo, ya que la tasa de interés pasiva ha subido su porcentaje nos indica que la ganancia que se generaría será positiva para nuestra empresa.

Figura: 3 Evolución del Empleo en el Ecuador

Fuente y Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Figura: 4 Evolución del Desempleo en el Ecuador

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

2.01.03.01 Permisos de Funcionamiento

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEDICADO A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS INFLABLES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL NORTE DE QUITO, AÑO 2018”

XXXII

Costo

Sin costo para el contribuyente.

Tiempo

10 minutos aproximadamente.

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. (forosecuador.ec, 2016).

Análisis

La patente municipal es un documento emitido por el municipio, un permiso de funcionamiento, el cual es cancelado anualmente según nuestra actividad económica indicada, este trámite es para todas las personas que ejercen una actividad comercial o industrial.

Requisitos para sacar 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.

XXXIII

- . 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 simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser 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.

#### Temas relacionados

- . Formulario para sacar la patente municipal.
- . Imprimir comprobante de pago de patente.
- . Consultar valor a pagar por patente municipal de Quito.
- . Declaración de patente municipal en línea.

#### Permiso de los bomberos

El permiso de bomberos se lo solicita cada año, nuestra organización está entre las categorías que nos indican que es un permiso previo para obtener La Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE), el trámite es gratuito.

Requisitos para sacar el permiso de bomberos

- . Copia y original de la cedula de identidad.
- . Solicitud de inspección del local.
- . Copia del RUC.

LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas)

“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”. (LUAE).

Requisitos para sacar la LUAE.

- . Formulario de Solicitud LUAE.
- . Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística.
- . Copia de RUC.
- . Copia de cédula del representante legal.
- . Copia de papeleta de votación vigente del representante legal.
- . Copia del nombramiento del representante legal.
- . Autorización del dueño si el local es arrendado.
- . Fotografía del rotulo con la fachada.

#### 2.01.04 Factor Tecnológico

Figura: 5 Máquina de coser digital industrial    Figura: 6 Máquina de coser en mesa móvil

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura: 7 Turbina de Aire    Figura: 8 Compresor Eléctrico

Elaborado por: Fernanda Guamán M    Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura: 9 Maravilloso Diseñador, programa de diseño de inflables.

Elaborado por: Marvelous Designer

#### 2.02    Entorno Local

### 2.02.01 Clientes

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Cardenas, 2011).

#### Análisis

La elaboración de productos inflables estará dirigida para personas de todo número de edades, que tienen la necesidad o el gusto de obtener un producto inflable según sus diferentes gustos y ocasiones. Nuestra empresa “Ínflate como quieras” se identificara por dar a conocer productos innovadores al requerimiento de nuestro clientes, mediante este punto de innovación nos permitirá obtener atención de los ciudadanos y generar ingresos positivos a nuestra organización.

### 2.02.02 Proveedores

“Proveedor designa a toda la entidad que pone a disposición de otra entidad un determinado producto o servicio. De acuerdo con este concepto, el proveedor puede ser el productor de bienes y servicios o de sus distribuidores”. (Nunes P. , 2016).

#### Análisis

Las personas o entidades que abastecen a una empresa, son conocidas por la sociedad como proveedores, este punto es importante para tener una buena rentabilidad en lo vendido, ya que estas personas o entidades nos facilitan con lo necesitado para la producción de los inflables.

Tabla: 5 Proveedores

Denominaciones	Dirección	Material
IMPORTADORA JAMES ATOMO ROLLOS DE CARPA	VALLE DE LOS CHILLOS, SAN RAFAEL FRENTE A LA	GASOLINER
LAFAYETTE ESQUINA ROLLOS DE CARPA	ISLA SANTA FE TELF: 2251016/0981260642	Y FLOREANA #112
ALAMACEN CARRETE NACIONES BONDEADO 210	AMAZONAS Y UNIDAD EDIFICIO LA PREVISORA	HILOS NAYLON,

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

Los proveedores de “Ínflate como quieras” son entidades reconocidas a nivel nacional, serán parte de nuestra producción ya que fueron escogidas por su excelente nivel de calidad.

### 2.02.03 Competidores

“Es un conjunto de conocimientos que al ser utilizados mediante habilidades de pensamiento en distintas situaciones, generan diferentes destrezas en la resolución de los problemas de la vida y su transformación”. (Frade, 2016).

Análisis

Un competidor o una competencia entre servicios y productos que puede ofrecer el mercado es el desarrollo de un enfrentamiento hacia los que ofrecen el mismo servicio, se refiere a una rivalidad entre entidades, es decir, que con este punto debemos implementar estrategias positivas para que este tema no sea un problema.

Tabla: 6 Competidores

Denominaciones	Dirección	Factor de negociación
ABARCA DANCER	SECTO CALDERON, DE LAS MORAS M16-193 DE LAS VIÑAS	TELF: 0980185240 VARIEDAD DE PRODUCTO
SALTARIN QUITO	ELOY ALFARO, JOSE FELIX, PASAJE ASUNSO N5289	TELF: 3340885 PRECIOS COMODOS
COVER LIGHT	SECTOR	COTOCOLLAO TOACHI LOTE 47 Y VIA NONO
TELF: 3390835	VARIEDAD DE PRODUCTO	

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M.

Análisis

La competencia para *Ínflate como quieras* tiene variedades de productos y precios cómodos según nuestro análisis a los competidores cercanos, pero con el análisis realizado podemos tomar en cuenta nuestras debilidades y así poder mejorarlas.

#### 2.02.03.01 Competidores directos

Son aquellos que ofrecen al mercado, al que nos dirigimos un producto o servicio con las mismas características que el nuestro, sea mejor o peor, seguramente para intentar satisfacer una misma necesidad o un mismo deseo”. (Fran, 2014).

##### Análisis

Los competidores directos para *“Ínflate como quieras”* serán las empresas productoras de inflables ya existentes en el mercado, también nos llevara una desventaja las empresas contratistas de eventos.

#### 2.02.03.02 Competidores indirectos

“Son todos aquellos que interviene de forma lateral en el enfoque de mercado que tengamos planteado con nuestro producto o servicio, buscando satisfacer aquellas necesidades o deseos del público, mediante algún producto o servicio sustituto”. (Fran, 2014).

##### Análisis

Los competidores indirectos para *“Ínflate como quieras”* o productos para la sustitución de adquirir un inflable serán los fideos de espuma (gusanos de colores), planchas galletas (espuma).

#### 2.03 Análisis Interno

Análisis interno, a diferencia con el análisis externo, trata de dar una visión global sobre los recursos principales de los que dispone la empresa, Por tanto, la empresa tendrá que analizar qué puntos fuertes y débiles tiene, y así poder diseñar una estrategia adecuada a las condiciones que presenta. (Admin, 2011).

#### Análisis

Como estamos empezando con la posición de nuestra microempresa “Ínflate como quieras” el análisis interno se lo realizara durante el lapso de tiempo según vamos avanzando con el desarrollo de nuestra empresa.

#### 2.03.01 Propuesta estratégica

El presente proyecto se dedicara a la producción y comercialización de productos inflables personalizados para todo número de edades, y así poder aportar a la matriz productiva de nuestro país.

#### Análisis

Los productos que ofrecerá la empresa “Ínflate como quieras” estará conformado por personas capacitadas en cada área de elaboración y administración, con maquinarias actualizadas para una mejor producción, también coordinando una entrega eficiente para evitar inconvenientes o clientes insatisfechos.

#### 2.03.01.01 Misión

#### 2.03.01.04           Objetivo específico

- . Proponer estrategias de mejoramiento para el proceso productivo y administrativo y así poder ajustarnos a las exigencias del mercado
- . Determinar gastos que se llevaran a cabo en la elaboración de los inflables
  
- . Designar lugares y acciones específicos para el personal de cada área
  
- . Realizar capacitaciones al personal contratado dos veces al año por temas de actualización de tecnológicas u otros factores.
- . Evaluar al personal contratado cada tres meses para conocer su desempeño laboral y personal, de esta manera brindar soluciones a quienes son parte de nuestra organización y tener un armónico ambiente laboral.

#### 2.03.01.05 Principios, Valores.

Hacer cumplir los valores en nuestra organización lo consideramos importante ya que es el ambiente laboral diario donde tenemos que desarrollar nuestras actividades de la mejor manera.

#### 2.03.01.05.01 Principios.

##### . Trabajo en Equipo

Ya que los procesos están relacionados entre sí nos será más fácil trabajar conjuntamente ya que para llegar a cumplir el objetivo debemos todos hacer nuestra función, pues de esa manera trabajaremos a diario. Es la razón por la que nuestra organización caminara en progreso buscando mejoras y beneficios para todos quienes son parte de “Ínflate como quieras”.

##### . Calidad

Perfeccionar nuestros procesos productivos y financieros, realizando capacitaciones sobre el mejoramiento continuo en cada área, para así poder ofrecer a nuestros consumidores un producto y servicio de excelencia, de esa manera alcanzar nuestra eficiencia.

. Cuidado con el Medio Ambiente

“Ínflate como quieras” Aportaremos al cuidado del medio ambiente con nuestro trabajo de elaboración de inflables refiriéndonos a nuestros desperdicios, es decir que semestralmente recogeremos nuestros desperdicios de elaboración para hacer llegar a empresas de reciclaje, ya que ellos son las entidades indicadas para la transformación del desperdicio o procesos internos que aquellas empresas tengan.

2.03.01.05.02 Valores

Los valores hoy en día están en peligro de extinción, esto ocurre porque los estamos adoptando a nuestras nuevas formas de vivir y a una sociedad cada día más liberalista, cuando los valores morales son fundamental en el desarrollo de vida, son la base para relacionar con las personas. (Marbe, 2010).

Análisis

Los valores son actitudes, comportamiento que se reflejan ante las demás personas, la cual queremos recalcar las más importantes para nuestra organización.

. Integridad: Personal completamente transparente a sus diferentes acciones, brindaremos confianza, apoyo de parte de toda la organización para que nuestro empleado este tranquilo y pueda desarrollar sus actividades de una manera positiva.

. Respeto: Este valor empieza por el respeto a nosotros mismo como primer punto, respetarnos a nosotros mismo nos da la facilidad de ser amables, amigables con las personas que tratemos, en este caso con nuestros compañeros de trabajo y jamás descuidar nuestros clientes.

. Puntualidad: Ser puntual es generar respeto hacia nosotros mismo, la puntualidad en nuestra organización será tomada muy en cuenta ya que nuestro trabajo requiere de personas responsables en sus diferentes actividades, para esto necesitamos puntualidad de parte de los trabajadores, y así evitar retrasos ya sea para las entregas de pedidos o elaboración del mismo.

## 2.04 Gestión Administrativa

### 2.04.03 Organigrama Estructural

Figura: 10 Organigrama Estructural

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### 2.04.04 Organigrama Funcional

El presente proyecto que se enfocara en la producción de productos inflables personalizados que estará formado por personal capacitado y conocimiento amplio en las diferentes áreas de producción y administración de la empresa “Ínflate como quieras”.

Cargo: Gerente General

##### Descripción del cargo

Representante legal de la empresa “Ínflate como quieras” estará al frente de los trabajadores contratados, se encargara de la coordinación de todos los movimientos en la empresa, organizar las actividades contables, procesos de planeación, organización y dirección de la empresa.

##### Funciones:

- . Representante legal de la empresa “Ínflate como quieras”.
- . Planear y desarrollar metas a corto plazo.
- . Verificar la evolución de la empresa en el mercado.

##### Perfil del cargo:

- . Graduado con conocimientos de Administración en finanzas.

Cargo: Secretaria

#### Descripción del cargo

Secretaria de la empresa “Ínflate como quieras” estará al frente de los trabajadores contratados, se encargara de la coordinación de todas las actividades en la empresa, organizar las actividades contables.

#### Funciones:

- . Encargado de las actividades, tareas del personal.
- . Recolectar información mensual de todos los ingresos y egresos que ha tenido la empresa.
- . Elaborar los correspondientes estados financieros con transparencia y claridad.
- . Pago a los empleados contratados.

#### Perfil del cargo:

- . Graduado con conocimientos de Administración en finanzas.

#### Cargo: Diseñador Grafico

#### Descripción del cargo

El diseñador gráfico estará encargado de facilitar a nuestros clientes productos creativos, incentivar al consumidor elegir el producto que sea conveniente para su comodidad o necesidad.

#### Funciones:

- . Manejo profesional de los programas instalados para el diseño.
- . Incentivar al cliente con productos innovadores.
- . Asistencia obligatoria a cursos de actualización (facilita la empresa).

#### Perfil del cargo

- . Graduado en conocimientos de diseño grafico

Cargo: Operarios de Corte y Costura

Descripción del cargo

Los operarios estarán encargados de la elaboración del producto donde trabajaremos en conjunto, el operario de corte y operario de costura, ellos se encargaran de transformar el diseño pedido en un tiempo establecido.

Funciones:

- . Utilizar los EPP correspondientes
- . Obligatoriamente recibir capacitación sobre el manejo de maquinarias.
- . Informar cualquier incidente que se presente fuera de los procesos establecidos.
- . Cumplir al 100% con el proceso productivo establecido.

Perfil del cargo

- . Conocimiento de corte
- . Conocimiento en costura

Cargo: Bodeguero/ Ayudante.

Descripción del cargo

La persona encargada de bodega será quien lleve un control de la materia prima tanto la que ingresada y la que sale, la persona de bodega tendrá otra función aparte de llevar control de la materia, esta persona contratada tendrá que ayudar en lo que se necesite apoyo en el caso de producción.

Funciones:

- . Llevar un registro del consumo diario de lo que se ha producido.
- . Recepcionar la materia prima y percharla.
- . Ayudante en el área de producción.

Perfil del cargo

- . Conocimiento de kardex
- . Ayudante e todas las áreas.

#### 2.04.05 Dirección

“Es el elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones”. (Fxrader, 2012).

Análisis

La dirección empresarial es una organización enfocada a que se cumplan todos los objetivos en su totalidad, para poder llegar a la posición del producto en el mercado, en un tiempo corto.

#### 2.04.06 Control

El control consiste en verificar si todo ocurre de conformidad con el PANM adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos. Tiene como fin señalar las debilidades y errores a fin de rectificarlos e impedir que se produzcan nuevamente. (Fayol, 2012).

Análisis

El control empresarial busca llevar un manejo organizado sobre la asistencia del personal contratado, procesos de producción, y así poder ejecutar un producto sin ninguna novedad, con clientes satisfechos.

Tabla: 7 Control de Asistencia

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M

Nómina número: 1

No.	Empleados	Mes: Diciembre										
		1	2	3	4	5	8	9	10	11	12	
1	Gerente Financiero			x	x	x	x	x	x	x	x	x
2	Diseñador Grafico	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x
3	Operador de corte	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x
4	Operador de Costura			x	x	x	x	x	x	x	x	x
5	Bodeguero	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x

## 2.05 Gestión Operativa

“La gestión operativa puede definirse como un modelo de gestión compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejora de las organizaciones internas, con el fin de aumentar su capacidad para conseguir los propósitos de sus políticas y sus diferentes objetivos operativos”. (IsoTools, 2015).

### Análisis

La gestión operativa nos permite mejorar en la organización de forma interna de la microempresa, para tener resultados positivos de cada uno de nuestros objetivos, roles y funciones, la gestión operativa abarca la estructura organizacional de los procesos por los cuales sigue un bien o servicio para la fabricación o elaboración.

#### 2.05.01 Flujograma de procesos.

Figura: 11 Flujograma de Procesos 1 Ingreso de pedido.

Si

ORDEN DE PEDIDO

FACTURACIÓN

CLIENTE EN ESPERA

CLIENTE SATISFECHO

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M

Tabla: 8 Flujograma de Procesos 1 Ingreso de pedido.

Procesos Actividades Tiempo

Jornada Horario de jornada 8:30-12:00, (1 hora de almuerzo) 13:00-17:00

/ Lun-Viernes. 8 Horas

Atención al cliente Introducción de bienvenida al cliente. 3 min

Diseño del producto Coordinación con el cliente sobre el producto o necesidad que tenga, llenar sus expectativas con nuestra innovación. 20 min

Verificación bodega                      Comunicación con bodega a solicitar información de materia prima existente.

5 min

Decisión Materia prima existente procedemos a la producción del inflable, caso contrario cancelar orden a nuevo aviso.

2 min

Orden de pedido

Aprobación para ejecutar el producto requerido.

5 min

Facturación                      Adjuntar datos de los clientes para proceder al pago respectivo del pedido y obtener constancia de compra.

10 min

Cliente en espera      Dependiendo de la elaboración del producto, el cliente tendrá la información del tiempo óptimo de entrega, esto puede ser un día o varios días.

Min / Días

Cliente satisfecho      Entrega de producto al requerimiento del cliente.

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura: 12 Flujograma de Procesos 2 Producción.

No

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M

Tabla: 9 Flujograma de procesos 2

Procesos	Actividad	Tiempo
Recepción	de materia prima	
Perchado	de rollos por	

Se descarga la materia prima en la bodega de la empresa, 15 min verificando la calidad y lo solicitado.

colores Llenar la estantería de rollos faltantes. 10 min Orden de pedido  
Aprobación para ejecutar el producto requerido. 5 min

Interlinear los previos cortes

Un operario interlineara la carpa formando los moldes a las medidas que están indicando en la orden de pedido para proceder al corte.

30 min

Corte

Una vez que estén interlineados los moldes solicitados, un operador se encargara de utilizar tijeras seleccionadas para proceder a los cortes y queden piezas para seguidamente armar manualmente el modelo.

15 min

Armado manual

Tomamos las piezas cortadas y damos forma manualmente para proceder al área de cosido.

20 min

Cosido

Un operario tomara las piezas formadas para proceder a coser los moldes y así ir formando la figura requerida.

30 min

Rematado Una vez cosido las piezas correctas, seguimos a rematar el cosido ya existente, estos procesos lo realizamos para asegurar las piezas y no tener fuga de aire al terminar el producto.

Verificación del producto Producto armado, cosido, rematado, se pasara al área de

verificación, aquí nosotros procedemos a inflar el producto con un motor llamado Turbina de aire, o compresor eléctrico, estos motores nos facilitaras inflar el producto y verificar si tenemos fuga de aire o algún factor fuera de proceso.

30 min

15 min

Cliente satisfecho Entrega de producto al requerimiento del cliente.

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M

## 2.06 Gestión Comercial

“La gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing”. (Nunes, 2015).

Análisis

La gestión comercial, tiene como punto preferencial administrar y controlar todos los movimientos que se presenten en “Ínflame como quieras” antes de tomar una decisión, favorable o perjudicial para la organización.

#### 2.06.01 Las 4 P

##### 2.06.01.01 Producto

“Todo aquello que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que además puede satisfacer un deseo o necesidad. Abarca objetos físicos, servicios, personas, sitios, organizaciones e ideas” (Kotler).

Figura: 13 Producto

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M

##### 2.06.01.01.01 Descripción del producto

Algunas políticas del precio

. Reducir costos de producción, elaborando mayor producción para que los precios del producto sean convenientes a los clientes.

. No exceder con gastos innecesario que ocasionen precios altos, debemos minimizar gastos para que nuestros precios del producto sean convenientes en el mercado.

. Establecer precios cómodos para que nuestros productos salgan de la empresa y no se queden en standby.

#### 2.06.01.04 Promoción

“El medio por el cual una empresa interna informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas, representa la voz de la marca, y posibilitan el dialogo y la creación de relaciones con los consumidores”. (Keller, 2017).

Buscaremos estrategias publicitarias que posicione el producto en la mente del cliente como: Página ON-LINE / Facebook / Instagram / Comercial TV / Volantes.

Todos estos medios tendrán publicaciones, información de nuestros servicios, ofertas, promociones, etcétera.

#### 2.06.02 Logotipo

Figura: 14 Logotipo

##### 2.06.02.01 Significado del Logotipo

Al escoger el logotipo que indicamos en la imagen anterior podemos observar colores amarillos con letras verdes sombreadas de un color rojizo, pues el color amarillo llama mucha la atención de la vista por ser un color de mucha intensidad, es por ese el motivo de

nuestro color amarillo en el inflable, combinamos colores y las letras sombreadas con el color rojizo dieron el toque final a nuestra imagen de representación a la empresa **Ínflate como quieras**.

### 2.06.03 SLOGAN

Figura: 15 Presentación de **Ínflate como quieras**

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M

### 2.06.04 MATERIAL POP

Figura: 16 Esferos Figura: 17 Llaveros

Elaborado por: Fernanda Guamán M Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura: 18 Taza Figura: 19 Tarjetas de Presentación

Elaborado por: Fernanda Guamán M Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### 2.06.04.01 Descripción Material P.O.P

Esferos.\_ Decidimos implementar esferos como obsequio a nuestros clientes ya que el uso de esferográficos es a diario y continuo, este material será de mucha ayuda tanto para nuestros clientes como para nosotros ya que ellos tendrán a su alcance un esfero y nosotros una publicidad.

Llaveros.\_ El uso de llaveros es común en todas las personas, es por eso que tomamos la decisión de implementar llaveros como obsequio a nuestros clientes, ya que podrán ocuparlos para sus llaves de casa, auto, o llaves de lugares personales.

Taza.\_ En nuestros materiales POP incluimos tazas con orejas para digerir bebidas o ya sea para adornar nuestros lugares frecuentes con diferentes diseños de la empresa Inflate como quieras.

Tarjetas de Presentación.\_ En toda empresa debe existir tarjetas de presentación, ya que estas tarjetas nos dan la facilidad de que nuestros clientes tengan a la mano nuestra dirección o número telefónico.

#### 2.06.05 ANALISIS FODA

FODA es el estudio de la situación de una empresa o también de una organización determinando sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.

Tabla: 10 Análisis FODA

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### Análisis

El análisis FODA estructurado para nuestra empresa “Ínflate como quieras” será base del camino de la organización, ya que cada punto que planteamos en nuestro análisis es medible, evaluado para toma de decisiones diarias o futuras.

### CAPITULO III

#### 3. Estudio de mercado

Tabla 12 de Segmentación del Mercado

Características

Geográficas                      Características Demográficas                      Características

Pictográficas

PROVINCIA: Pichincha                      GÉNERO: Indistintos

Servicio, Hobby, Innovación.

CANTÓN: Quito                      POBLACIÓN: Indistintos

PARROQUIA: Cotocollao

NACIONALIDAD: Ecuatorianos

LOCALIDAD: San Carlos                      NIVEL SOCIO ECONÓMICO: Medio/  
bajo

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### 3.3                      Determinación de la población y muestra

La población de la parroquia de Cotocollao según el censo realizado por el INEC en el 2010, la población de San Carlos es de 31.623 personas, esta parroquia constituye un gran ejemplar de crecimiento para el Distrito Metropolitano de Quito.

### 3.3.1 Población

Tabla 13. Población

ECUADOR	No. Habitantes
POBLACION DE QUITO	2.239.191
POBLACION DE LA PARROQUIA COTOCOLLAO	31.623
POBLACION PEA	2.576.287

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (INEC) Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (INEC)

### Análisis

Si bien el total de la población es indirectamente la población del proyecto ya que nuestros productos inflables serán utilizados en área recreativa o espacios libres, lo que nos permitirá con tranquilidad ejercer nuestro proyecto.

### 3.3.2 Muestra

Formulación de la muestra

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 * 31.623}{(0.05)^2} = 31.623$$

$n =$

30,370.7292

80.0154

= 359.5610495

Nomenclatura:  $n =$  Tamaño de la muestra 31.623

$p =$  Posibilidad del éxito (50%)

$q =$  Posibilidad del fracaso (50%)

$E2 =$  Margen de error (5%)

$Z2 =$  Nivel de confianza (1.96)

### 3.4 Técnicas de la obtención de la información

Son herramientas para uso investigativo que nos da una gran información acerca de comportamientos, posturas, o pensamientos acerca de algo. Se usan en proyectos de investigación ya sean de factores naturales, económicos, políticos o sociales. (Vasquez, 2014).

Para nuestro proyecto utilizaremos el método de recolección de información mediante la realización de encuestas.

#### 3.4.1 Encuesta

##### 3.4.1.1 Objetivo

La siguiente encuesta tiene como finalidad la recopilación de datos y conocer el grado de aceptación de un producto innovador inflable para los diferentes tipos de actividad recreativas que nuestros clientes requieran.

##### 3.4.1.2 Alcance

La siguiente encuesta será aplicada dentro del Distrito Metropolitano de Quito en el sector norte de la ciudad dirigida a todas las personas de diferentes edades ya sea niños desde 7 años hasta adultos mayores de 65 años de edad.

##### 3.4.1.3 Modelo de Encuesta

## Encuesta Objetivo

Instituto Tecnológico Superior Cordillera Escuela de Administración Industrial y Producción

La siguiente encuesta tiene como objetivo diagnosticar la viabilidad de la empresa *Ínflate* como quieras en la ciudad de Quito, norte de la ciudad, donde queremos considerar la opinión personal de las personas quien nos colaboren con nuestra investigación a la factibilidad del proyecto.

### Indicaciones

Marque con una x una sola opción, utilizar esfero color azul de preferencia, gracias por su atención.

Genero. Masculino: Femenino: Edad: .....

1.- Considera usted que es necesario para la vida tener actividades de recreación?

Sí      No

2.- Sabía usted que realizar actividades recreativas desarrolla destrezas motoras?

Sí      No

3.- Con qué frecuencia usted sale a pasear y utiliza productos inflables? Semanal

Mensual Anual      Nunca

4.- Tiene conocimiento sobre los productos inflables?

Sí      No

5.- En los lugares que usted ha visitado por motivos de recreación, ha encontrado inflables para prestación de alquiler del mismo?

Sí No

6.- Le gustaría contar con inflables personalizados para adultos mayores y bebés?

Sí No

7.- Está usted de acuerdo con que se implemente la empresa *Ínflate como quieras*?

Sí No

8.- Le comentaría usted a sus amistades y familia del nuestro servicio?

Sí No

9.- Le gustaría que *Ínflate como quieras* tenga servicio a domicilio?

Sí No

10.- Cuanto estaría dispuesto a pagar por un inflable personalizado pequeño?

\$10.00 \$20. \$30.00

#### 3.4.1.4 Tabulación de Encuesta

Genero

Tabla 14 Genero Figura 20 Genero

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	190	53 %
Masculino	169	47 %

Total 359 100%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Elaborado por: Fernanda Guamán M

1.- Considera usted que es necesario para la vida tener actividades de recreación?

Tabla 15 Pregunta 1

Detalle	Frecuencia	Porcentaj
e		
Si	330	92%
No	29	8%
Total	359	100%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura 21 Pregunta 1

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada, nuestros futuros clientes opinan un 92% de manera positiva, pues con estos resultados deducimos que la mayoría de las

personas encuestadas realizan actividades de recreación, esto es positivo para nuestra organización ya que nuestro productos inflables serán parte de nuestros clientes en sus actividades de recreación.

2.- Sabía usted que realizar actividades recreativas desarrolla destrezas motoras?

Tabla 16 Pregunta 2

Detalle	Frecuencia	Porcentaj
e		
Si	350	97%
No	9	3%
Total	359	100%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura 22 Pregunta 2

Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### Análisis

Los resultados de la investigación reflejan que el 97% de la población encuestada en el sector Cotocollao opinan que si tienen conocimiento sobre la destrezas motoras que genera las actividades de recreación, lo que amplia nuestro probabilidad de productos inflables en el sector.

3.- Con qué frecuencia usted sale a pasear y utiliza productos inflables?

Tabla 17 Pregunta 3

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	80	22%
Mensual	103	29%
Anual	136	38%
Nunca	40	11%
Total	359	100%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura 23 Pregunta 3

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

Los resultados de la investigación mediante una encuesta nos muestra la frecuencia de salida recreacional de nuestros clientes próximos más cercanos a la organización, diciendo que un 22% de las personas encuestadas salen de recreación a semanal, 29% mensual, un 38% anual, y un 11% que nunca realiza actividades de recreación, lo que nos indica que tenemos una variación de actividades ya sea semanal, mensual o anual, lo que nos generar producción en la organización.

#### 4.- Tiene conocimiento sobre los productos inflables?

Tabla 18 Pregunta 4

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	349	97%
No	10	3%
Total	359	100%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura 24 Pregunta 4

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

Los resultados de la investigación reflejan que el 97% de la población encuestada en el sector Cotocollao opinan que si tienen conocimiento del producto inflable que queremos implementar, y un 3% de población que no tiene conocimiento del tema inflable.

5.- En los lugares que usted ha visitado por motivos de recreación, ha encontrado inflables para prestación del mismo?

Tabla 19 Pregunta 5

Detalle	Frecuencia	Porcentaj
e		
Si	75	21%
No	284	79%
Total	359	100%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura 25 Pregunta 5

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

Los resultados de la quinta pregunta de nuestra encuesta tenemos como respuestas sobre la prestación de inflables de lugares recreativos con un 79% con la respuesta no ya que no han tenido la oportunidad de obtener este servicio, con la respuesta contraria que es un si tenemos un 21% que se han encontrado con este servicio en diferentes lugares de recreación, lo que nos ayudaría en esta pregunta considerar abrir un nuevo servicio a los lugares de creación, ya se de alquiler o venta.

6.- Le gustaría contar con inflables personalizados para adultos mayores y bebés?

Tabla 20 Pregunta 6

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	190	53%
No	169	47%
Total	359	100%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura 26 Pregunta 6

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

La respuesta de todos nuestros encuestados fueron positivas y negativas ya que contar con un inflable exclusivo para nuestros adultos mayores y bebés es de mucha utilidad, pues son seres humanos especiales para la familia, lo que también será clientes especiales para inflate como quieras, tenemos un 47% de respuesta negativa pues tenemos clientes con mucha desconfianza, entendemos son personas con cuidados especiales, lo que les genera algo de temor, o pánico a este tipo de productos.

7.- Está usted de acuerdo con que se implemente la empresa Inflate como quieras?

LXXIV

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEDICADO A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS INFLABLES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL NORTE DE QUITO, AÑO 2018”

Tabla 21 Pregunta 7

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	357	99%
No	2	1%
Total	359	100%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura 27 Pregunta 7

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

Los resultados de la investigación muestran que el 99% de las personas encuestadas están de acuerdo con la implementación de la nueva empresa *Ínflate como quieras*, de la respuesta contraria tenemos un 1% de no aceptación ya que encontramos personas que no están de acuerdo por tener un concepto de inseguridad, más en casos de inflables para los niños.

8.- Le comentaría usted a sus amistades y familia del nuestro servicio?

Tabla 22 Pregunta 8

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	359	100%
No	0	0%
Total	359	100%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura 28 Pregunta 8

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

El 100% de las personas encuestadas dieron como resultado positivo compartir nuestra idea de negocio a sus personas más cercanas, pues el producto les ha llamado mucho la atención y creen que es innovador para el ámbito recreativo de cada persona.

9.- Le gustaría que Inflate como quieras tenga servicio a domicilio?

Tabla 23 Pregunta 9

Detalle	Frecuencia	Porcentaj
---------	------------	-----------

e

Si	349	97%
No	10	3%
Total	359	100%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura 29 Pregunta 9

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Análisis

El 97% de las personas encuestadas opinaron de manera positiva la propuesta de tener servicio a domicilio de los productos inflables, esto facilitaría a muchos clientes que tienen su tiempo limitado para poder llegar hasta nuestra empresa, o personas que simplemente toman esta propuesta por comodidad propia.

10.- Cuanto estaría dispuesto a pagar por un inflable personalizado mediano según el modelo?

Tabla 24 Pregunta 10

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
---------	------------	------------

LXXVII

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEDICADO A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS INFLABLES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL NORTE DE QUITO, AÑO 2018”

\$10	302	50%
\$20	30	33%
\$30	27	17%
Total	359	100%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura 30 Pregunta 10

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Análisis

Los resultados de la investigación muestran que dentro de las personas encuestadas tenemos resultados variables en cuanto a los precios establecidos para la elaboración de un inflable personalizado pequeño lo que tenemos un 42% de las personas encuestadas que pagarían \$30 dólares por el producto inflable, un 33% de personas que cancelarían \$40, y un 17% que cancelarían \$50 por el producto inflable mediano.

### 3.5 ESTRUCTURA DE ANALISIS DE MERCADO

#### 3.5.1 Oferta

Oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado un pueblo, una región, un continente. (Economipedia, 2018).

#### Análisis

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los ofertantes ponen a disposición en el sector del mercado, a un cierto precio, es un determinado periodo de tiempo esperando con esto satisfacer las necesidades de los demandantes.

##### 3.5.1.1 Oferta histórica

La oferta histórica pretende reunir información de carácter estadístico que pueda servir para proyectar esa situación a futuro, mediante el uso de algunas de las técnicas adecuadas que se utilizan para este objetivo demanda, oferta, precios, evaluar el resultado de otras decisiones tomadas por otros agentes del mercado. (Flores, 2013).

#### Análisis

La oferta histórica nos ayuda a obtener datos sobre la actividad que se tuvo dentro del mercado, ya sean resultados positivos o negativos y de esa manera con los resultados adquiridos podremos tomar decisiones en un futuro y qué medidas tomar para la implementación de la empresa, al tratarse de un proyecto innovador no se puede dar estadísticas históricas en el país sobre la producción de productos inflables, pero se tomara muy en cuenta el tema de la materia prima, para tratar asuntos de adaptación al círculo productor de inflables.

##### 3.5.1.2 Oferta Actual

#### Tabla 25 Oferta Actual

Oferta Actual

A

ño Demanda

proyectada Aceptación de la

competencia (%) Oferta

proyectada

2

018 135.2668668

97% 131.2088608

Fuente y Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

### 3.5.1.3 Oferta Proyectada

Tabla 26 Oferta Proyectada

Proyección de la Oferta

Año Demanda

Proyectada Tasa de Crecimiento

Poblacional Oferta

Proyectada

2018 135.2668668 1.016 137.4311367

2019 137.4311367 1.016 139.6300349

2020 139.6300349 1.016 141.8641154

2021 141.8641154 1.016 144.1339413

2022 144.1339413 1.016 146.4400844

LXXX

Fuente y Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

### Análisis

Con la información obtenida en la tabla de la proyección de la oferta se puede observar la factibilidad del proyecto, lo que refleja la aceptación del producto en el mercado, estos valores ayudan a conocer la cantidad en producción en cuanto a productos inflables con el fin de lograr cubrir la totalidad de la demanda de los posibles clientes.

### 3.5.2 Demanda

#### 3.5.2.1 Demanda Actual

Tabla 27 Demanda Actual

#### Demanda Actual

A

Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2018	135.2668668		
2019	135.2668668		

Fuente y Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

#### 3.5.2.3 Demanda Proyectada

Tabla 28 Demanda Proyectada

Proyección de la Demanda

Año	Demanda Poblacional	Tasa de Crecimiento	Demanda Proyectada
2018	135.2668668	1	135.2668668
2019	135.2668668	1.016	137.4311367
2020	137.4311367	1.016	139.6300349
2021	139.6300349	1.016	141.8641154

Fuente y Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

### 3.5.3 Balance Oferta – Demanda

#### 3.5.3.1 Balance Actual

Tabla 29 Demanda Insatisfecha mensual actual

Cálculo demanda insatisfecha

Año

o	Demanda proyectada	Oferta	Demanda insatisfecha
Proyectada			

(DP-OP)

201

8      135.2668668      137.4311367      2.1642699

Fuente y Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

### 3.5.3.2 Balance Proyectado

Tabla 30 Demanda insatisfecha mensual proyectada

Cálculo demanda insatisfecha

Año	Demanda proyectada	Oferta	Demanda Insatisfecha (DP- OP)
2018	135.2668668	137.4311367	2.1642699
2019	137.4311367	139.6300349	277.061172
2020	139.6300349	141.8641154	281.49415
2021	141.8641154	144.1339413	285.998057

Fuente y Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Análisis

Se puede observar en la proyección de la tabla anterior como la oferta y demanda cada vez los ingresos suben porque la demanda crece y se busca producir más productos inflables

para satisfacer la necesidad de cada consumidor, pues los próximos años será probable tener más clientes, lo cual será de resultado positivo para nuestra organización.

#### CUARTO IV

##### 4.1.1 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimiento. (Nunes P. , 2015).

##### Análisis

La capacidad instalada de una organización es el máximo de unidades en productos o ya sea servicios que se pueda medir por unidad de tiempo la producción de estos dos factores, teniendo en cuenta todos los recursos que obtiene la empresa. En el caso de nuestra organización la capacidad instalada será utilizada para temporadas altas del año, como son; vacaciones por finalización de escuelas, navidad, fin de año, año nuevo, carnaval.

##### Tabla 31 Capacidad Instalada

Producción	Cantidad
------------	----------

Diaria 20  
Semanal 100  
Mensual 400  
Anual 4800

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M.

#### 4.1.2 Capacidad Óptima

Nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con las maquinarias, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente, se expresa en la cantidad producida por unidad de tiempo, es decir volumen peso, valor o productos de unidades producidas por el año, mes, turnos y horas. (U, 2011).

Tabla 32 Capacidad Óptima

Producción	Cantidad
Diaria	10
Semanal	50
Mensual	200
Anual	2400

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M.

## Análisis

En nuestra capacidad óptima haciendo referencia a la capacidad instalada se considera una producción variable por la cantidad de pedidos, ya que nuestra organización dedicada a producir inflables para diferentes áreas recreativas, los cuales pueden ser utilizados por adultos y niños no genera una actividad productiva algo amplia para cumplir con las expectativas del cliente en tiempos programados.

## 4.2 Localización

### 4.2.1 Macro Localización

El proyecto será implementado en la siguiente posición geográfica.

Tabla 33 de Macro Localización.

### Macro Localización

País Ecuador

Provincia Pichincha

Cantón Quito

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura 31 Mapa Posición del país, Ecuador      Figura 32 Mapa de la  
Provincia de Pichincha

Fuente: Google Map's      Fuente: Google Map's

#### 4.2.2 Micro Localización

El lugar previsto para el desarrollo de la actividad económica de comercialización y venta de productos inflables personalizados se encontrara ubicado en el norte de la ciudad de Quito, sector San Carlos, entre las calles Vaca de Castro y Machala, cerca del parque Ingles.

Tabla 34 de Micro Localización

Micro Localización

Ciudad: Quito

Parroquia: Cotocollao

Sector: San Carlos

Barrio: San Carlos

Calles: Vaca de Castro y Machala

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura 33 Ubicación del sector San Carlos, calles Vaca de Castro y Machala.

Fuente y Elaborado por: Google Mapas.

#### 4.2.3 Localización Óptima

“Persigue determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o productos intermedios, la interacción con otras posibles plantas”. (Castillo, 2015).

Tabla 35 Localización Óptima

##### Factores

Ponderación	Calle A Machala		Calle B Vaca de Castro		Total
	Calificación	Total	Calificación	Total	
Transporte	28%	9	252	9	252
Vías de Comunicación	18%	8	144	8	144
Servicios Básicos	12%	6	72	5	60
Parque Ingles	8%	5	40	3	24
Ubicación de Clientes	13%	7	91	7	91
Seguridad	8%	5	40	5	40
Ubicación de Proveedores	13%	7	91	7	91
Total	100%	730	702		

Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### 4.3 Ingeniería del Producto.

La Ingeniería de Diseño de Producto es la combinación de diferentes campos profesionales. Por un lado, la Ingeniería, con su fundamentación técnica y científica, como es el proceso metódico de diseño, análisis computacional dinámico y estático, la resistencia de materiales, los procesos de manufactura, entre otros. Por el otro, las ciencias humanas y sociales y humanas, inscritas en el contexto económico- administrativo, socio-político y cultural. (EAFIT, 2013).

#### 4.3.1 Definición del bien y servicios

Un bien en una organización es el resultado que se da tras varios procesos ya ejecutados; el bien que se ofrece en la organización Inflate como quieras es específicamente productos inflables con las características personalizadas al gusto de cada cliente, los cuales ingresarán al mercado, elaborado con maquinaria respectiva para una excelente producción generando calidad y seguridad a nuestros futuros clientes.

#### 4.3.2 Distribución de la planta

Tabla 36 Distribución de la planta

Áreas	Dimensiones	Total
Parqueadero	22 x 10 mts <sup>2</sup>	220 mts <sup>2</sup>
Sala de Espera Cliente	10 x 11 mts <sup>2</sup>	110 mts <sup>2</sup>

Baño Clientes	3 x 2 mts <sup>2</sup>	6 mts <sup>2</sup>
Patio	10 x 7 mts <sup>2</sup>	70 mts <sup>2</sup>
Recepción secretaria	6 x 2 mts <sup>2</sup>	12 mts <sup>2</sup>
Oficina Gerente	3 x 4 mts <sup>2</sup>	12 mts <sup>2</sup>
Diseñador Grafico	4 x 4 mts <sup>2</sup>	16 mts <sup>2</sup>
Bodega	5 x 7 mts <sup>2</sup>	35 mts <sup>2</sup>
Área Corte	6 x 4 mts <sup>2</sup>	24 mts <sup>2</sup>
Área Costura	2 x 12 mts <sup>2</sup>	24 mts <sup>2</sup>
Área Remate	2 x 12 mts <sup>2</sup>	24 mts <sup>2</sup>

Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### 4.3.2.01 Distribución de la planta (VISIO)

Figura 34 Mapa de la distribución de planta.

Elaborado por: Fernanda Guamán M

## Código De Cercanía

Tabla 37 Código De Cercanía

### Código De Cercanía

1	Por Procesos
2	Por Gestión Administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

## Razones De Cercanías

Tabla 38 Razones De Cercanías

### Razones De Cercanías

A	Absolutamente Necesario Que Este Cerca
E	Especialmente Necesario Que Este Cerca
I	Importante Que Este Cerca
O	Cercanía Ordinaria

- U Cercanía Indiferente
- X Cercanía Indeseable

#### 4.3.2.02 Matriz Triangular

Figura 35 Matriz Triangular

Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### 4.3.2.02.01 Tabulación De La Matriz Triangular

Tabla 39 Matriz Triangular

Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### 4.3.3 Proceso Productivo

No

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M

Procesos	Actividad	Tiempo
	Recepción de	materia prima
	Perchado de	rollos por

Se descarga la materia prima en la bodega de la empresa, 15 min verificando la calidad y lo solicitado.

colores Llenar la estantería de rollos faltantes. 10 min Orden de pedido  
Aprobación para ejecutar el producto requerido. 5 min

Interlinear los previos cortes

Un operario interlineara la carpa formando los moldes a las medidas que están indicando en la orden de pedido para proceder al corte.

30 min

Corte

Una vez que estén interlineados los moldes solicitados, un operador se encargara de utilizar tijeras seleccionadas para proceder a los cortes y queden piezas para seguidamente armar manualmente el modelo.

15 min

### Armado manual

Tomamos las piezas cortadas y damos forma manualmente para proceder al área de cosido.

20 min

### Cosido

Un operario tomara las piezas formadas para proceder a coser los moldes y así ir formando la figura requerida.

30 min

Rematado Una vez cosido las piezas correctas, seguimos a rematar el cosido ya existente, estos procesos lo realizamos para asegurar las piezas y no tener fuga de aire al terminar el producto.

Verificación del producto Producto armado, cosido, rematado, se pasara al área de verificación, aquí nosotros procedemos a inflar el producto con un motor llamado Turbina de aire, o compresor eléctrico, estos motores nos facilitaras inflar el producto y verificar si tenemos fuga de aire o algún factor fuera de proceso.

30 min

15 min

Cliente satisfecho Entrega de producto al requerimiento del cliente.

#### 4.3.3.01 Descripción Del Proceso Del Flujoograma

Fuente y Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### .3.4 Maquinaria

Tabla 40 De Maquinaria

Elaborado por: Fernanda Guamán M

4.3.5 Equipos

4.3.5.01 Equipos de Producción

Tabla 41 Equipos de Producción

\$ 276

Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### 4.3.5.02 Equipos de Oficina

Tabla 42 Equipos de Oficina

Cantidad	Descripcion	Precio
Unitario \$	Precio	
Total \$		

2

Teléfono

\$16

\$32

2

Calculadora

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEDICADO A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS INFLABLES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL NORTE DE QUITO, AÑO 2018”

CI

\$4

\$8

Total: \$ 40

Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### 4.3.5.03 Equipos de Computación

Tabla 43 Equipos de Computación

Cantidad	Descripcion	Precio Unitario \$
----------	-------------	--------------------

Precio Total \$

4        \$200    \$800

Computadoras

2        \$130    \$260

Impresora

Total:    \$1060

Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### 4.3.5.04 Muebles y Enseres

Tabla 44 Muebles y Enseres

Elaborado por: Fernanda Guamán M

## CAPITULO V

- 5. Estudio Financiero
- 5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales

### 5.1.1 Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. Por lo general toda empresa está dedicada a uno o más actividades económicas principales, y los ingresos originados en estas actividades son consideradas ingresos operacionales. (Mora, 2013).

#### Tabla 45 Ingresos Operacionales

##### Gatos Operacionales

Diario 200.00

Mensual 1.000.00

Anual 48.000.00

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Tabla 46 Nivel de Ventas

Tiempo

1 Metro

Total Cant de Producción

Valor Total \$

Diario	\$ 20,00	10	\$ 200,00
Semanal	\$ 20,00	50	\$1.000,00
Mensual	\$ 20,00	200	\$ 4.000,00
Anual	\$ 20,00	2400	\$ 48.000,00

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Tabla 47 Materia Prima Directa

Cant.

Descripción

Valor Unitario \$ Valor Total Semestral

\$ Valor Total Anual \$

20	Rollo de Lona de Poliéster	10.50	210.00	420.00
20	Rollos de Lona PVC	4.25	85.00	164.00
24	Hilo Nailon	2.25	54.00	108.00

CV

Total 349.00 692.00

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### 5.2.1.2 Mano de Obra

“Es la fuerza laboral que se encuentra en contacto directo con la fabricación de un determinado producto que tiene que producir la empresa”. (Guacollante, 2014).

Tabla 48 Mano de Obra Directa

Cant.

Cargo Valor Diario

\$ Valor Mensual \$ Valor Anual \$

1	Diseñador Grafico	31.89	701.57	8418.84
1	Operador de corte	25.51	561.25	6735.00
1	Operador de Costura	25.51	561.25	6735.00
Total		82.91	1824.07	21.888.44

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### 5.2.2 Costos Indirectos

CVI

“Costo Indirecto son aquellos costos que afectan a el proceso productivo en general de uno o más productos, por lo que no se puede asignar directamente a un solo producto sin usar algún criterio de asignación”. (Loaiza, 2012).

Tabla 49 Materia Prima Indirecta

Cant.

Descripción	Unidad de Medida	Valor Unitario \$	Valor Mensual Total \$	Valor Anual Total \$
8 Pintura	Gln	4	32	384
10 Brochas	Und	1	10	240
Total	42	624		

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Tabla 50 Mano de Obra Indirecta

Cant.	Cargo	Valor Diario \$	Valor Mensual \$	Valor Anual \$
1	Gerente General	Propietario	Propietario	Propietario
1	Secretaria	25.51	561.25	6735.00
1	Bodeguero	25.51	561.25	6735.00
Total	51.02	1122.50	13470.00	

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### 5.2.3 Gestión Administrativa

La Gestión Administrativa, es la puesta en práctica de cada uno de los procesos de la Administración; éstos son: la planificación, la organización, la dirección, la coordinación o interrelación y el control de actividades de la organización; en otras palabras, la toma de decisiones y acciones oportunas para el cumplimiento de los objetivos preestablecidos de la empresa y que se basan en los procesos. (Casco, 2017).

Tabla 51 Gestión Administrativa

Descripción	Valor Mensual \$	Valor Anual \$
Gastos Personales	2946.57	35358.84
Material de Limpieza	2.69	32.30
Suministros de Oficina	27.76	273.00
Servicio Básico	190.58	2286.96
Arriendo	0	0
Total	3167.60	37951.10

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Tabla 52 Gastos Personales Administrativos

Concepto	Sueldo Mensual
----------	----------------

\$

Décimo Tercero

Décimo Cuarto IESS

(Aporte Patronal 11.15%) Fondo de reserva 8,33%

Vacaciones Valor Mensual

\$

Valor Anual \$

Secretaria	400.00	33.33	33.33	44.60	33.32	16.67	561.25
	6735.00						
Operador de Corte	400.00	33.33	33.33	44.60	33.32	16.67	561.25
	6735.00						
Operador de Costura	400.00	33.33	33.33	44.60	33.32	16.67	561.25
	6735.00						
Diseñador Grafico	500.00	41.67	41.67	55.75	41.65	20.83	701.57
	8418.84						
Bodeguero	400.00	33.33	33.33	44.60	33.32	16.67	561.25
	6735.00						
Total	2100.00	174.99	174.99	234.15	174.93	87.51	2946.57
							35358.84

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Tabla 53 Material de Limpieza

Descripción	Cant.	Anual	Valor Unitario \$	Valor Mensual \$	Valor Anual \$
Escoba	6	1.25	0.63	7.50	
Trapeador	4	1.25	0.42	5.00	
Recogedor	2	1.00	0.17	2.00	
Desinfectantes	3	2.00	0.50	6.00	

CIX

Cloro	12	0.15	0.15	1.80		
Eliminador de Olores			10	1.00	0.83	10.00
Total	6.65	2.69	32.30			

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Tabla 54 Suministros de Oficina

Descripción	Cant.				
Anual (Paquete)	Valor Unitario \$	Valor Mensual \$	Valor Anual \$		
Resmas de Papel	10	20.00	16.67	200.00	
Bolígrafo	2	1.80	0.30	3.60	
Lápices	2	1.20	0.20	2.40	
Grapas	5	0.60	0.25	3.00	
Clips	10	0.20	0.17	2.00	
Tinta de Impresora	5	10.00	4.17	50.00	
Archivadoras (Carpetas)	2	6.00	6.00	12.00	
Total	27.76	273.00			

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Tabla 55 Servicios Básicos

Descripción	Unidad de Medida	Valor Mensual \$	Valor Anual \$
Agua	m3	34.08	408.96

CX

Luz	kW	115.50	1386.00
Teléfono	Minutos	28.00	336.00
Internet	Banda	13.00	156.00
Total		190.58	2286.96

Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### 5.2.4 Gasto de Ventas

Gastos de Venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. Se incluyen los gastos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta. (Nunes P. , 2016).

Tabla 56 Gasto de Ventas

Descripción	Unid / Paquetes	Valor Mensual \$	Valor Anual \$
Publicidad On-line	0	0	
Publicidad Impresa (Volantes)	500	18.00	216.00
Tarjeta de Presentación	100	8.00	96.00
Publicidad Bolígrafos	40	28.00	336.00
Publicidad Tazas Sublimadas	12	20.00	240.00
Llaveros	40	25.00	300.00
Total	99.00	1188.00	

Elaborado por: Fernanda Guamán M

## Análisis

La empresa *Ínflate como quieras* necesita un valor anual de \$1188.00 dólares americanos para poder realizar una publicidad al 100% como lo esperamos, entre los principales gastos de publicidad tenemos los bolígrafos y llaveros ya que la elaboración de estos dos ítems son un poco más laboroso.

### 5.2.5 Gastos Financieros

Los gastos financieros forman parte de la partida de gastos deducibles de la actividad económica, tanto del autónomo como de las sociedades. Se entiende como gastos financieros todos aquellos en los que incurre una empresa como consecuencia del uso de capitales puestos a su disposición por terceras personas. Toda empresa que acuda a la financiación ajena, tanto si es prestada por entidades bancarias como por personas físicas u otras empresas, tendrá estas partidas en sus resultados. (Bujan, 2014).

#### Tabla 57 Gastos Financieros

Descripción	Valor \$
Tasa de Interés / Banco de Pichincha	11.83%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

## Análisis

En los gastos financieros tenemos una cantidad proporcional a pagar por un préstamo realizado a una entidad financiera, ya sea a corto o largo plazo que se le denomina interés, para el crecimiento e implementación de la empresa. Infla como quieras se lo realizara en el Banco del Pichincha con un monto del 11,83% anual por 3 años, 36 meses.

### 5.2.6 Costos Fijos y Variables

#### . Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no, este debe ser cancelado.

Tabla 58 Costos Fijos

Costos Fijos	Valor Anual \$
MOI	\$ 13.470,00
Gastos Administrativos	\$ 2.592,66
Gastos de ventas	\$ 1.188,00
Depreciación	\$ 2.394,00
MPI	\$ 624,00
Amortización Préstamo	\$ 3.333,36
Total	\$ 23.602,02

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### . Costos Variables

Los costos variables son aquellos gastos que varían en proporción a la actividad de la empresa. El costo variable es la suma de todos los costos marginales por unidades producidas. De esta manera, los costos fijos y los costos variables constituyen el costo total. (Riquelme, 2018).

Tabla 59 Costos Variables

Costos Variables	Valor Anual \$
Materia Prima	\$ 692,00
Mano de Obra Directa	\$ 21.888,44
Prestamos	\$ 1.002,26
Total	\$23.582,70

Elaborado por: Fernanda Guamán M

## 5.3 Inversiones

### 5.3.1 Inversiones Fijas

### 5.3.1.1 Activos Fijos

Activo fijo hace referencia a aquellos bienes y derechos duraderos, que han sido obtenidos con el fin de ser explotados por la empresa. Se trata de aquellos bienes inmuebles, materiales, equipamiento, herramientas y utensilios con los que no se va a comercializar, es decir, que no se van a convertir en líquido al menos durante el primer año. (Visiers, 2017).

Tabla 60 Activos Fijos

Activos	Valor Total \$
Maquinarias	5760.00
Equipo de Oficina	40.00
Equipos de Computo	1060.00
Total	6.860.00

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

Los activos fijos que serán utilizados en el proyecto planteado tienen un valor de \$6860 dólares que serán utilizados en la elaboración del producto, determinamos también que conforme pase el tiempo este valor tiende a disminuir por el tema de la depreciación.

### 5.3.1.2 Activos nominales (Diferidos)

“Los Activos nominales o intangibles son inversiones en derechos y otros necesarios para la puesta en marcha del proyecto, por ejemplo: patentes, licencias, gastos de organización, derechos de llave, imprevistos y otros.” (Soletto, 2018).

Tabla 61 Activos nominales (Diferidos)

Activos	Valor \$
Gastos de Constitución	200.00
Total	200.00

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Tabla 62 Fuentes de Financiamiento

Fuentes	Aportes	Participación
%		
Recursos Propios	15.000	60%
Deudas	10.000	40%
Total	25.000	100%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### . Francés

El sistema de amortización francés, es uno de los principales sistemas que se emplean a la hora de amortizar hipotecas. El sistema de amortización francés es aquel que se caracteriza por ser un sistema de amortización de cuotas constantes.

Debido a que las cuotas son constantes, cada mes el banco recibe los intereses en función del capital pendiente de amortizar. Por ello, durante los primeros años de la hipoteca, se paga una cantidad mayor de intereses que de capital y en cambio, durante el período final del préstamo, por pagar más capital e intereses menores. (Alarcon, 2014).

### Análisis

Ahora que se conocen las condiciones de los dos métodos de préstamo más utilizados por la sociedad se procede a realizar la amortización con el método alemán, el cual es considerable para el préstamo ya que sus cuotas van bajando en cada periodo a diferencia del método francés el cual su cuota es fija, el método alemán genera menor interés.

Tabla 63 Método Alemán

Nro. de cuotas	Cuota, USD	Capital \$	Interés \$	Saldo \$
1	376.36	277.78	98.58	9722.22
2	373.62	277.78	95.84	9444.44
3	370.88	277.78	93.11	9166.67
4	368.15	277.78	90.37	8888.89
5	365.41	277.78	87.63	8611.11
6	362.67	277.78	84.89	8333.33
7	359.93	277.78	82.15	8055.56

8	357.19	277.78	79.41	7777.78
9	354.45	277.78	76.68	7500
10	351.72	277.78	73.94	7222.22
11	348.98	277.78	71.2	6944.44
12	346.24	277.78	68.46	6666.67
13	343.5	277.78	65.72	6388.89
14	340.76	277.78	62.98	6111.11
15	338.02	277.78	60.25	5833.33
16	335.28	277.78	57.51	5555.56
17	332.55	277.78	54.77	5277.78
18	329.81	277.78	52.03	5000
19	327.07	277.78	49.29	4722.22
20	324.33	277.78	46.55	4444.44
21	321.59	277.78	43.81	4166.67
22	318.85	277.78	41.08	3888.89
23	316.12	277.78	38.34	3611.11
24	313.38	277.78	35.6	3333.33
25	310.64	277.78	32.86	3055.56
26	307.9	277.78	30.12	2777.78
27	305.16	277.78	27.38	2500
28	302.42	277.78	24.65	2222.22
29	299.69	277.78	21.91	1944.44
30	296.95	277.78	19.17	1666.67
31	294.21	277.78	16.43	1388.89
32	291.47	277.78	13.69	1111.11
33	288.73	277.78	10.95	833.33

34	285.99	277.78	8.22	555.56
35	283.25	277.78	5.48	277.78
36	280.52	277.78	2.74	0

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### 5.3.5 Depreciaciones

“La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo. La depreciación permite aproximar y ajustar el valor del bien a su valor real en cualquier momento en el tiempo”. (Vasquez G. , 2017).

Tabla 64 Depreciaciones

Activos	Valor Total \$					
Año 2019						
Año 2020						
Año 2021						
Año 2022						
Año 2023	Valor Libros					
Maquinaria	\$ 5.580,00	\$ 558,00	\$ 558,00	\$ 558,00	\$ 558,00	\$ 558,00
	2.790,00					

Equipo de Oficina	\$ 40,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 20,00
Equipos de							
Computo	\$ 1.060,00	\$ 353,30	\$ 353,30	\$ 353,30	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0
Total	\$ 6.680,00	\$ 915,30	\$ 915,30	\$ 915,30	\$ 562,00	\$ 562,00	\$ 2.810,10

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

Para la depreciación de maquinarias, equipos de oficina y equipos de cómputo se utilizó la metodología de la depreciación de línea recta la cual consiste en que la depreciación disminuirá su valor en libros del activo linealmente con el tiempo porque así en cada año.

### 5.3.6 Estado de Situación Inicial

“Estado de situación inicial es la demostración contable que se presenta al iniciar las actividades mercantiles de un comerciante o empresario. Se caracteriza por ser extra contable y comprende los activos, pasivos y capital”. (Zambrano, 2015).

### Tabla 65 Estado de Situación Inicial

" Ínflate como quieras"

CXX

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEDICADO A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS INFLABLES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL NORTE DE QUITO, AÑO 2018”

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO	PASIVO		
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja - Bancos	15.000,00	Pasivo a largo plazo	10.000,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE			
15.000,00			
TOTAL PASIVO CORRIENTE			
10.000,00			
ACTIVO FIJO			
PATRIMONIO			
Terreno -	Capital Social	12.060,00	
Infraestructura e Instalaciones		-	
Vehículo -	TOTAL PATRIMONIO		12.060,00
Maquinarias	\$ 5.760,00		
Equipo de Oficina	\$ 40,00		
Equipos de			
Computo	\$ 1.060,00		

ACTIVO DIFERIDO

Gastos de		
constitución	200,00	
Gastos de		
publicidad	-	

TOTAL ACTIVO

FIJO

7.060,00

TOTAL

ACTIVO 22.060,00                      TOTAL PASIVO + PATRIMONIO    22.060,00

Elaborado por: Fernanda Guamán M

del

Análisis

En el presente proyecto se ha registrado los activos, pasivos y patrimonio,  
Teniendo como resultado un estado de situación inicial de \$22060 que será parte

Funcionamiento de la empresa.

### 5.3.7 Estado de Resultados Proyectado

El estado de resultados o estado de ganancias y pérdidas, es un reporte financiero que muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se

producen y el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en un período de tiempo, con el objeto de analizar dicha información y tomar decisiones en base a ella. Además brinda información sobre el desempeño del ente que sea útil para predecir sus resultados futuros. (Jauregui, 2017).

Tabla 66 Estado de Resultados Proyectado

Estado de Resultado Proyectado

"Ínflate como Quieras"

Detalle	2019	2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	
(+)	Ventas	\$ 48.000,00	\$ 48.720,00	\$ 49.450,80	\$ 50.192,56	\$ 50.945,45
(-)	Costo de Producción		\$ 36.674,44	\$ 37.224,56	\$ 37.782,92	\$ 38.349,67
(=)	Utilidad Bruta		\$ 11.325,56	\$ 11.495,44	\$ 11.667,88	\$
		11.842,89	\$ 12.020,54			
(-)	Gatos Administrativos		\$ 2.592,66	\$ 2.631,55	\$ 2.671,02	\$ 2.711,09
(-)	Gatos de Ventas		\$ 1.188,00	\$ 1.205,82	\$ 1.223,91	\$
		1.242,27	\$ 1.260,90			
(-)	Depreciación		\$ 915,30	\$ 915,30	\$ 915,30	\$ 562,00
(-)	Amortizaciones		\$ 3.333,36	\$ 3.333,36	\$ 3.333,36	\$
		0,00	\$ 0,00			
(=)	Utilidad Operativa		\$ 3.296,24	\$ 3.409,41	\$ 3.524,28	\$
		7.327,54	\$ 7.445,88			
(-)	Gatos Interés		\$ 1.002,26	\$ 607,93	\$ 213,60	
(=)	Utilidad antes Part. Trabajadores		\$ 2.293,98	\$ 2.801,48	\$	
		3.310,68	\$ 7.327,54	\$ 7.445,88		

(-)	Impuestos a la Renta	\$ 321,16	\$ 392,21	\$ 463,50	\$ 1.025,86	\$
		1.042,42				
(=)	Utilidad Neta	\$ 1.972,82	\$ 2.409,28	\$ 2.847,19	\$	
		6.301,68	\$ 6.403,46			

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

Como se puede visualizar en la tabla 66 del estado de resultados proyectado determinamos datos futuros a 5 años de las utilidades netas que va a ofrecer el presente proyecto para la elaboración de productos inflables.

### 5.3.8 Flujo de Caja

“El flujo de caja es un informe financiero para ordenar los ingresos y egresos de efectivo que tiene la empresa durante un tiempo definido, es decir, ayuda a conocer la liquidez de tu negocio”. (Jimenez, 2017).

### Tabla 67 Flujo de Caja

#### Flujo de Caja

#### "Ínflate como Quieras"

Detalle	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año
(+)	Utilidad Operativa	\$ 3.296,24	\$ 3.409,41	\$ 3.524,28	\$	
		7.327,54	\$ 7.445,88			
(+)	Depreciaciones	\$ 915,30	\$ 915,30	\$ 915,30	\$ 562,00	\$ 562,00
(+)	Amortizaciones	\$ 3.333,36	\$ 3.333,36	\$ 3.333,36	\$	- \$

CXXIV

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEDICADO A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS INFLABLES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL NORTE DE QUITO, AÑO 2018”

(+)	Impuestos	\$ 321,16	\$1.299,43	\$ 1.387,44	\$1.966,76	\$2.000,55
(=)	Flujo Efectivo Operativo	\$ 7.866,06		\$ 8.957,51	\$ 9.160,38	\$ 9.856,30
(+)	Inversión Activos Fijos	\$ 6.680,00		0	\$ -	\$ -
(=)	Total Gastos de Capital	\$ 6.680,00		\$ -	\$ -	\$ -
(+)	Capital de Trabajo	\$ 49.058,44	\$53.964,28	\$ 59.360,71	\$	
		65.296,78	\$ 71.826,46			
(+)	Recuperación Capital de Trabajo	\$ 9.811,69		\$10.792,86	\$	
		11.872,14	\$ 13.059,36	\$14.365,29		
(=)	Total Capital de Trabajo	\$ 39.246,75		\$43.171,43	\$ 47.488,57	\$ 52.237,43
(=)	Flujo de Caja del Proyecto	\$ 39.246,75		\$ 43.171,43	\$ 47.488,57	\$ 52.237,43
(+)	Préstamo	\$ 3.333,28	\$ 3.333,28	\$ 3.333,28	\$ -	\$ -
(+)	Gastos Intereses	\$1.002,26	\$607,93	\$ 213,60	\$ -	\$ -
(=)	Flujo de Caja del Inversionista	\$4.335,54		\$ 3.941,21	\$	
		3.546,88	\$ -	\$ -		

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

Se puede observar en la tabla 67 el Flujo de Caja en donde se está proyectando 5 años futuros el cual indica el movimiento de dinero que se va a obtener en el transcurso de los años, también se visualiza el flujo de Caja del proyecto sin endeudamiento lo cual el monto de la deuda son cantidades manejables.

### 5.3.9 Balance General Proyectado Tabla 68 Balance General Proyectado

(=)	Total Activos Diferidos	\$ 200,00	\$ 180,00	\$ 160,00	\$ 140,00	\$ 120,00
		100,00				

CXXV

(=)	Total Activos	\$21.880,00	\$53.944,70	\$53.729,40	
		\$53.524,90	\$ 53.684,56	\$ 53.855,45	
<b>Pasivos</b>					
(+)	Deuda Bancaria	\$10.000,00	\$ 6.666,64	\$ 3.333,28	\$
		0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
(=)	Total Pasivo	\$10.000,00	\$ 6.666,64	\$ 3.333,28	\$
		0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
<b>Patrimonio</b>					
(+)	Capital	\$12.060,00	\$47.278,06	\$50.396,12	\$53.524,90
					\$ 53.684,56
(+)	Utilidad Retenida				
(=)	Total Patrimonio	\$12.060,00	\$47.278,06	\$50.396,12	
		\$53.524,90	\$ 53.684,56	\$ 53.855,45	
(=)	Total Pasivo + Patrimonio	\$22.060,00	\$53.944,70	\$53.729,40	\$53.524,90

Elaborado por: Fernanda Guamán M

## Análisis

En el presente Balance General del Proyecto se determina la situación económica de la empresa durante los cinco años presentes, con el fin de tener una noción sobre la estructura económica estimada en los siguientes próximos años.

### 5.4 Evaluación

#### 5.4.1 Tasa de Descuento

“La tasa de descuento es el cálculo que permite saber si un proyecto será rentable o no, es el porcentaje que se aplica a una cantidad futura para estimar su valor hoy”. (Gonzales C. , 2017).

#### Tabla 69 Tasa de Descuento

WACC	1%
Tasa de riesgo del sector	3%
Rentabilidad esperada por la empresa	23%
Tasa sin riesgo	0%
Total	21%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### Análisis

La tasa de descuento, resta valor al dinero futuro cuando se traslada al presente, excepto si la tasa de descuento es negativa, caso que supondrá que vale más el dinero futuro que el actual. La tasa de interés se utiliza para obtener el incremento a una cantidad original, mientras que la tasa de descuento se resta de una cantidad esperada para obtener una cantidad en el presente. Por lo cual el resultado arrojado de 21 % demuestra el descuento en los futuros flujos.

. TMAR - Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

Es la tasa que representa una medida de rentabilidad, la mínima que se le exigirá al proyecto de tal manera que permita cubrir:  La totalidad de la inversión inicial  Los egresos de operación  Los intereses que deberán pagarse por aquella parte de la inversión financiada con capital ajeno a los inversionistas del proyecto  Los impuestos  La rentabilidad que el inversionista exige a su propio capital invertido (Castillo P., 2015).

Tabla 70 TMAR

Tasa de Inflación=

1.10%

Tasa Riesgo País= 3.00%

T.P.P.C 11.93%

T.M.A.R 16.03%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

. WACC - Costo Medio Ponderado del Capital

Se define como la tasa de interés anual en 16, 03% % que una empresa o proyecto empresarial que capta financiación debe pagar por esta conceptualmente por tanto, la

rentabilidad generada anualmente por el proyecto o empresa (TIR), deberá ser igual o superior al WACC. Es decir rentabilidad igual coste de financiación. (Alcocer, 2018).

Tabla 71 WACC

INVERSIÓN T.P.P.C	MONTO	% DE PARTICIPACIÓN	TASA	DE	INTERÉS
Crédito	10,000.00	40.00%	11.83%		
Aporte	15,000.00	60.00%	12.00%		
Socios			7.20%		
TOTAL	25,000.00	100.00%	11.93%		

Elaborado por: Fernanda Guamán M

## Análisis

Para el presente proyecto se considera utilizar como tasa de descuento el porcentaje que proviene de la TMAR, esto debido a que este tipo de tasa se usa en proyectos nuevos, mientras que la tasa de descuento WACC se usa para entidades ya posicionadas.

### 5.4.2 VAN - Valor Actual Neto

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable. (Molina, 2017).

Tabla 72 VAN

#### CÁLCULO DEL VAN CON FINANCIAMIENTO

##### AÑOS FLUJO NETO DEL PROYECTO

TMAR (16,03%)

VAN

0	(25.000,00)	(25.000,00)
1	7.866,06 0,1603	6.779,33
2	8.957,51 0,1603	6.653,44
3	9.160,38 0,1603	5.864,12
4	9.856,30 0,1603	5.437,92

CXXX

5            10.008,43            0,1603    4.758,99

VAN

4.493,80

TIR        23%

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

Una vez analizado el VAN, determinamos que el proyecto es viable, debido a que el resultado obtenido es mayor al número cero, sabiendo que el Valor actual neto, mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable, por lo cual el proyecto planteado se hace viable.

#### 5.4.3 TIR – Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión. (Torres, 2016).

Tabla 73 TIR

AÑOS	FLUJOS	NETOS DEL PROYECTO	TASA DE DESCUENTO	VAN (30%)	VAN (32%)
0	(25.000,00)	(25.000,00)	(25.000,00)		
1	7.866,06	6050,81	5959,13		
2	8.957,51	5300,30	5140,90		
3	9.160,38	4169,49	3982,83		
4	9.856,30	3450,96	3246,52		
5	10.008,43	2695,56	2497,45		
VAN	(3.332,87)	(4.173,17)			

TIR= 0,23

Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### Análisis

Una vez analizado el TIR, se ha determinado que el proyecto es rentable, debido a que el resultado obtenido es mayor que la tasa de descuento TMAR. Resultado la tasa interna de retorno en un 23% un valor muy superior a la tasa mínima de aceptación requerida (TMAR).

CXXXII

#### 5.4.4 PRI - Periodo de Recuperación de la Inversión

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

Tabla 74 PRI

#### AÑOS

#### FLUJOS NETOS DEL PROYECTO FLUJOS DE EFECTIVO ACUMULADOS

0	-25.000,00	-25.000,00
1	7.866,06	-17.133,94
2	8.957,51	-8.176,44
3	9.160,38	983,94
4	9.856,30	10.840,24
5	10.008,43	20.848,67

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Tabla 75 Descripción PRI

#### DESCRIPCIÓN

Periodo anterior al cambio del signo 1  
Valor absoluto del flujo acumulado 17133,94  
Flujo de caja en el siguiente periodo 8.957,51  
Periodo de recuperación 2,913  
Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

El periodo de recuperación es el tiempo que se estima recuperar la inversión realizada para el siguiente proyecto por aplicar, nos da como resultado 2.91 años es decir 35 mes aproximadamente, lo cual resulta un periodo importante para los niveles de desembolsos que se han de causas, y los flujos que se esperan obtener.

#### 5.4.5 RBC – Relación Costo Beneficio

Un análisis costo beneficio es un proceso por el cual se analizan las decisiones empresariales. Se suman los beneficios de una situación dada o de una acción relacionada con el negocio, y luego se restan los costos asociados con la toma de esa acción. (Navarro, 2017).

#### Tabla 76 RBC

#### BENEFICIO COSTO

AÑOS

BENEFICIOS DE ACTUALIZADOS	COSTOS Y GASTOS ACTUALIZACION	COEFICIENTE	BENEFICIOS ACTUALIZADOS	COSTOS	
0	15.000,00		15.000,00		
1	\$ 48.000,00	\$ 44.703,76	0,86	41.367,90	38.527,10
2	\$ 48.720,00	\$ 45.310,59	0,74	36.186,93	33.654,58
3	\$ 49.450,80	\$ 45.926,52	0,64	31.654,83	29.398,84
4	\$ 50.192,56	\$ 42.865,02	0,55	27.690,34	23.647,87
5	\$ 50.945,45	\$ 43.499,57	0,48	24.222,36	20.682,17
		161.122,36		160.910,54	

BENEFICIO= 1

Elaborado por: Fernanda Guamán M

#### Análisis

Al aplicar la fórmula de Relación Costo Beneficio (RBC) se pudo determinar y demostrar que el presente proyecto tendrá un beneficio con la relación al costo de cada dólar americano invertido, esto genera una utilidad 1 nos indica que el proyecto es factible. El resultado obtenido demuestra la superioridad de los beneficios por encima de los costos y gastos en los que se incurrirán en el periodo de cinco años.

#### 5.4.6 Punto de Equilibrio

Precio de Venta 20

Unidades Producidas 2400

CXXXV

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEDICADO A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS INFLABLES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL NORTE DE QUITO, AÑO 2018”

C.V.U 9.83

Margen de Contribución 32.17

P.E 2.320

El punto de equilibrio es una herramienta que sirve para conocer el momento exacto en que, en el negocio, los ingresos que se obtienen por las ventas son iguales a los gastos en los que se incurren, es decir, la cantidad en que tanto ingresos como egresos se encuentran en equilibrio y no generan ni pérdida ni ganancia para la empresa. A partir de ahí, si hay un aumento en las ventas se genera ganancia y si las ventas se reducen se genera pérdida. El concepto es tan sencillo como importante para los buenos resultados del negocio (Alan, 2016).

Tabla 77 Punto de Equilibrio

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Tabla 78 Punto de Equilibrio

Unidades	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Totales	Ingresos
0	S/ 23.602	\$		
-	S/ 23.602	S/		

CXXXVI

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEDICADO A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS INFLABLES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL NORTE DE QUITO, AÑO 2018”

-

2320    S/ 23.602                  S/ 23.583                  S/ 47.185                  S/ 48.000

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Figura 36 Punto de Equilibrio

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Tabla 79 Comprobación P.E

COMPROBACION P.E

VENTAS

\$ 46.397,31

COSTO VARIABLES \$22.795,29

MARGENG CONTRB. \$23.602,02

COSTOS FIJOS \$23.602,02

UTILIDAD \$ -

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Análisis

Se ha determinado el punto de equilibrio, que no es más que el proceso donde que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Por

CXXXVIII

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEDICADO A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS INFLABLES PERSONALIZADOS UBICADO EN EL NORTE DE QUITO, AÑO 2018”

lo cual se ha procedido a calcular el punto de equilibrio para el periodo inicial, para conocer con cuantas unidades se cubren los costos totales,

arrojando un resultado de 2.320 unidades para lograr el punto de equilibrio. También se ha realizado la demostración que al producir 2.320 unidades se lograra una utilidad 0, de modo que los que se produzca por encima de esas unidades requeridas generará beneficios.

#### 5.4.7 Análisis de Índices Financieros

##### . Relación Pasivo - Activo

Este indicador es la que mide que proporción de la empresa se encuentra financiada con recursos de terceros (endeudamiento) y se acostumbra medirla con porcentajes.

Total Patrimonio

Relación Patrimonio Activo =  $\frac{\text{Total Patrimonio}}{\text{Total Activos}} \times 100$

Tabla 79 Relación Patrimonio Activo

AÑO	TOTAL PATRIMONIO	TOTAL ACTIVOS	indicador
2019	\$ 47.278,06	\$53.944,70	0,88
2020	\$ 50.396,12	\$53.729,40	0,94
2021	\$ 53.524,90	\$53.524,90	1,00

2022	\$ 53.684,56	\$53.684,56	1,00
2023	\$ 53.855,45	\$53.855,45	1,00

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

Con respecto a la relación del Pasivo – Activo, se puede observar que el cálculo obtenido el recuadro anterior esto quiere decir que el porcentaje como resultado de la proporción se encuentra financiado por terceros, siendo los valores óptimos ya que el activo es superior a las deudas de la entidad, demostrando así liquidez y solvencia.

### Relación Patrimonio - Activo

Este indicador es la que mide que proporción de la empresa se encuentra financiada con recursos propios y se acostumbra medirla con porcentajes.

### Total Patrimonio

Relación Patrimonio Activo =  $\frac{\text{Total Patrimonio}}{\text{Total Activos}} \times 100$

### Tabla 80 Relación Patrimonio Activo

AÑO	TOTAL PASIVO	TOTAL ACTIVOS	
indicador			
2019	\$ 10.000,00	\$53.944,70	0,19
2020	\$ 6.666,64	\$53.729,40	0,12
2021	\$ 3.333,28	\$53.524,90	0,06
2022	\$ 0,00	\$53.684,56	0,00
2023	\$ 0,00	\$53.855,45	0,00

Elaborado por: Fernanda Guamán M

### Análisis

Con respecto a la relación del Patrimonio – Activos, se puede observar que el resultados obtenidos, demuestran una gran fortaleza económica por parte de la entidad, en vista de que posee solvencia financiera a largo plazo para hacer frente a compromisos y responsabilidad, lo cual denota una gran importancia del proyecto en marcha.

### . ROE

“El ROE (return on equity) o retorno sobre el capital es una de las principales métricas financieras para los inversionistas y permite calcular el beneficio potencial que puede tener un accionista al invertir en una empresa”. (Huky, 2014).

### Utilidad Neta

CXLI

ROE =  $\frac{\text{utilidad neta}}{\text{Patrimonio}} * 100$

Patrimonio

Tabla 81 ROE

AÑO	utilidad neta	TOTAL PATRIMONIO	100	
2019	\$ 1.972,82	\$ 47.278,06	100,00	4,17
2020	\$ 2.409,28	\$ 50.396,12	100,00	4,78
2021	\$ 2.847,19	\$ 53.524,90	100,00	5,32
2022	\$ 6.301,68	\$ 53.684,56	100,00	11,74
2023	\$ 6.403,46	\$ 53.855,45	100,00	11,89

Elaborado por: Fernanda Guamán M

## Análisis

La rentabilidad sobre el patrimonio ROE, demuestra que los niveles de rentas son intermedios, los cuales se consideran como aceptables, en virtud de una entidad que inicia un emprendimiento, en un mercado innovador.

## . ROA

El (ROA) por sus siglas en inglés Return On Assets, también conocido como Return on Investments o ROI, es la relación entre el beneficio logrado en un determinado período 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, 2014).

Utilidad Neta

ROA =  $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}} * 100$

Activos

Tabla 82 ROA

AÑO	utilidad neta	TOTAL ACTIVOS	100	
2019	\$ 1.972,82	\$ 53.944,70	100,00	3,66
2020	\$ 2.409,28	\$ 53.729,40	100,00	4,48
2021	\$ 2.847,19	\$ 53.524,90	100,00	5,32
2022	\$ 6.301,68	\$ 53.684,56	100,00	11,74
2023	\$ 6.403,46	\$ 53.855,45	100,00	11,89

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Utilidad Bruta

Margen Bruto = \* 100

Ventas Tabla 83 Margen Bruto

Elaborado por: Fernanda Guamán M

Análisis

Con respecto al margen bruto calculado, por cada dólar americano que la empresa está vendiendo le quedan aproximadamente \$. 0.24 centavos de dólares de utilidad bruta para cubrir sus gastos operacionales, al menos para el primer año lo cual resulta altamente

significativo, para un emprendimiento innovador, lo cual al largo plazo se puede incrementar gradualmente.

#### . Margen Operativo

Es aquel que mide la rentabilidad de una entidad y se obtiene de la relación de ingresos menos los gastos operacionales para sus ventas, en si es el margen antes de descontar intereses, impuestos entre otros y su medición es en porcentajes midiendo el beneficio por cada unidad monetaria.

Utilidad Operativa

Margen Operativo =  $\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}} * 100$

Tabla 84 margen operativo

AÑO	utilidad operativa	ventas	100	indicador
2019	\$ 3.296,24	\$ 48.000,00	100,00	6,87
2020	\$ 3.409,41	\$ 48.720,00	100,00	7,00
2021	\$ 3.524,28	\$ 49.450,80	100,00	7,13
2022	\$ 7.327,54	\$ 50.192,56	100,00	14,60
2023	\$ 7.445,88	\$ 50.945,45	100,00	14,62

Elaborado por: Fernanda Guamán M

## Análisis

Por cada dólar que la empresa vende le quedan aproximadamente \$ 0,69 centavos de utilidad operativa para cubrir sus gastos financieros.

### . Margen Neto

Es la relación entre la utilidad neta y las ventas totales mide el porcentaje de utilidad neta que está quedando a los propietarios por cada unidad monetaria, esta es el resultado después de determinar los gastos como son impuestos sobre la renta.

### Utilidad Neta

Margen Neto =  $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} * 100$

Ventas

Tabla 85 Margen Neto

AÑO	utilidad neta	Ventas	100	indicador
2019	\$ 1.972,82	\$ 48.000,00	100,00	4,11
2020	\$ 2.409,28	\$ 48.720,00	100,00	4,95
2021	\$ 2.847,19	\$ 49.450,80	100,00	5,76
2022	\$ 6.301,68	\$ 50.192,56	100,00	12,56

2023    \$ 6.403,46            \$ 50.945,45            100,00    12,57

Elaborado por: Fernanda Guamán M

## Análisis

Por cada dólar americano que la empresa vende le quedan aproximadamente \$0,41 centavos de dólares en utilidad neta para distribuir a los propietarios del proyecto, este denota la capacidad de la entidad de convertir los ingresos en beneficios, por lo cual se debe gozar de una gran solidez y liquidez financiera para lograrlo.

## CAPITULO VI

### 6. Análisis de Impactos

#### 6.1 Impacto Ambiental

El impacto ambiental es el efecto causado por una actividad humana sobre el medio ambiente. La ecología, que estudia la relación entre los seres vivos y su ambiente, se encarga de medir dicho impacto y de tratar de minimizarlo. (Julian Perez, 2013).

## Análisis

En el funcionamiento de la micro empresa productora *Ínflate como quieras* que vamos a implementar, al realizar los cortes existirá un impacto ambiental en el proyecto ya que estamos desechando residuos de materia prima. Al llegar a una cantidad suficiente de

residuos, para que tome efecto en este impacto hemos tomado la decisión de que los restos de materia prima no utilizada no serán directamente desechados a la basura, sino más bien serán dirigidos a entidades que realizan guaipes, donar a talleres, así el material podrá ser reutilizado y tener un menor impacto ambiental.

## 6.2 Impacto Económico

El impacto es un concepto que refiere a un golpe, ya sea físico o simbólico. Lo económico, por su parte, es aquello vinculado a la economía: la ciencia centrada en el análisis de la distribución de los recursos para la satisfacción de las necesidades materiales del ser humano. (Porto, 2018).

### Análisis

Tomando en cuenta la actividad económica del sector Cotocollao se puede identificar que es una gran oportunidad para el sector mencionado como para nuestra organización, ya que se generaría ingresos económicos, pues la empresa Ínflate como quieras es nuevo en el sector con forme la empresa vaya creciendo mayores ingresos tendrá la zona, pues se requerirá contratar personal lo que genera actividad económica, además no tendremos solo beneficios directos, también indirectos que son nuestros proveedores los que también tendrán ingresos económicos.

## 6.3 Impacto Productivo

# CAPITULO VII

## 7. Conclusiones y Recomendaciones

### 7.1 Conclusiones

. Debido al tamaño de la organización contribuye con fuente de empleo a una pequeña parte de la ciudad de Quito que es el sector Cotacollao lo que nos genera bienestar social.

. Implementar innovación de productos inflables genera curiosidad para la sociedad, por su estilo o modelos exclusivos que brindaremos, pues queremos que nuestros inflables sean parte de sus actividades recreativas de una manera cómoda y útil lo que será agradable para cada uno de nuestros integrantes de paseo.

. Al emprender esta actividad, productora de inflables se apoya a la transformación de la matriz productiva.

. Existe una aceptación favorable para la implementación de nuestra micro empresa *Ínflate* como quieras tal como lo indican las encuestas realizadas dentro del sector Cotacollao, al realizar el estudio de mercado pudimos determinar oferta y demanda del sector antes mencionado.

. En nuestro estudio realizado que fueron las encuestas, concluimos que en el sector no se encuentra competencia directa del producto, por lo que da una iniciativa al cliente acercarse a nuestro local y adquirir un inflable personalizado.

## 7.2 Recomendaciones

. Actualización constante de nuevas tendencias, moda, estilos, ya sea nacional e internacionalmente, manteniendo nuestro personal capacitado en el tema.

. Realizar capacitaciones a todo el personal de Ínflate como quieras formando eficiencia, eficacia en cada área que estén designados, otorgando motivaciones por sus esfuerzos y metas dentro y fuera de la organización estableciendo un buen ambiente laboral.

. Como el producto inflable será al iniciar algo desconocido se recomienda utilizar publicidad de modo excesivo para así poder llegar hacer conocer el producto y tenga rápidamente una gran acogida.

. Se recomienda utilizar material con bajo impacto ambiental para evitar daños al ecosistema, como es la tela de residuo, motor que genera grandes ruidos.

CL

. Mantener la producción con cada procedimiento y tiempos ya establecidos, ofreciendo productos de calidad en un tiempo óptimo, fomentando el consumo en nuestro país.

# URKUND

## Urkund Analysis Result

- Analysed Document: TESIS FERNANDA GUAMAN MUÑOZ.pdf (D43223817)  
- Submitted: 10/29/2018 3:50:00 PM  
- Submitted By: fernandajgm93@hotmail.com  
- Significance: 8 %

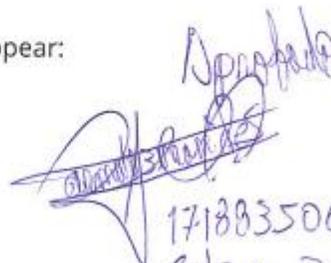
### Sources included in the report:

- urkund\_totoy\_cynthia\_bancaria\_15.docx (D15756946)  
- ANDREA MARIBEL AREVALO NINAHUALPA.pdf (D30349377)  
- TESIS FINAL URKUND.pdf (D37102336)  
- PABLO JOAQUIN OBANDO DIAZ.docx (D30345880)  
- CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN 4 IMPRIMIR  
(Recuperado).docx (D19598150)  
- tesis pecera oscar.pdf (D37024778)  
- <http://www.mensajerodigital.com/>

### Instances where selected sources appear:

35

 2018/11/07  
1

  
1718935067  
Gustavo Benavides

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
CORDILLERA**

**ADMINISTRACIÓN DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL**

**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) **GUAMÁN MUÑOZ FERNANDA JANINA**, portador de la cédula de identidad N° 2100348610, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 19 de noviembre del 2018

  
20 NOV 2018  
*Manuela B*  
Sra. Mariela Balseca  
CAJA INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
**RECIBIDO**  
20 NOV 2018  
*Caña Guerra*  
Ing. Caña Guerra  
DIRECTOR DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

  
Ing. William Parra  
BIBLIOTECA

  
20 NOV 2018  
9.43  
*Samira Villalba*  
COORDINACIÓN PRÁCTICAS  
Ing. Samira Villalba  
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES  
  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
*Christian Guerrero*  
DIRECCIÓN DE CARRERA  
Ing. Christian Guerrero  
DIRECTOR DE CARRERA  
  
Ing. Cristina Chicaí  
SECRETARÍA ACADÉMICA