



INSTITUTO TECNOLÓGICO
“CORDILLERA”

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Proyecto previo a la obtención del título de tecnólogo
En Diseño Gráfico.

TEMA

PLAN DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A LA CREACIÓN DE REGALOS PERSONALIZADOS POR MEDIO
DE SUBLIMACIÓN UBICADA EN EL NORTE DE QUITO.

Autora: Geovanna Patricia Pichucho Ramos

Tutor: Ing. Luis Pillajo

Quito: Octubre 2014

DECLARATORIA

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

GeovannaPichucho
C.I. 172220518-2

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo DISEÑO GRÁFICO, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**PLAN DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CREACIÓN DE REGALOS PERSONALIZADOS POR MEDIO DE SUBLIMACIÓN UBICADA EN EL NORTE DE QUITO.**", el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

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

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 15 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) _____
Geovanna Pichucho
C.C. N° 1722205182
CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional y saberme guiar

Por el camino del bien y siempre tomar mi mano

Para no dejarme caer

A mi familia por sus fuerzas y respaldo

A mis mejores amigos mis hermanos por ser mi fuerza

Mi valentía y mi adoración

A mi preciosa hija mi razón de vivir cada pasó en mi vida

Es para ti, es nuestro TE AMO

AGRADECIMIENTOS

A Dios por su amor y gracia y no dejarme

Ante cualquier adversidad en la vida.

A mis profesores por las enseñanzas y brindarnos su

De sabiduría y conocimientos.

A mis compañeros por los momentos de alegría

Y la unidad que siempre nos ha caracterizado.

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto tiene como objetivo la creación de una microempresa dedicada a la creación de regalos personalizados ubicada en el norte de Quito, la cual brindará servicios de regalos personalizados.

El emprendimiento de microempresas es apoyado por el plan del buen vivir el cual facilita su creación y da micro créditos de financiamiento ya que mediante estos proyectos se ofrece más fuentes de trabajo en el país.

Según los estudios de mercado y de la economía del Ecuador a los largo de 5 años atrás, se demuestra que es factible la inversión en la implementación de una microempresa ya que se puede comprobar una estabilidad económica y creciente en el país.

La proyección de ubicación de la microempresa se encuentra en el norte de Quito en el sector de la Carolina ya que en el estudio realizado no se encuentra otra empresa que oferte los mismos servicios y se implementara servicio personalizado atención rápida y servicio de entregan a domicilio.la microempresa se dará a conocer mediante redes sociales y ofertando promociones de compra en días especiales.

La prioridad es dar al los clientes potenciales un servicio de primera con una asesiria profesional procurando siempre que las personas obtengan su regalo soñado hechi realidad.

Abstracto

This project aims to create a small business dedicated to creating personalized gifts located in northern Quito, which would provide services personalized gifts.

The micro enterprise is supported by the good life plan which facilitates the creation and gives micro credit financing through these projects as more jobs are available in the country.

According to market research and the economy of Ecuador to over 5 years ago, shows that investment in the implementation of a micro-enterprise is feasible and that can be checked and increasing economic stability in the country.

The projected location of the micro is in the north of Quito in the sector Carolina since the study does not find another company that bid the same services and personal service prompt attention and service of home delivery was implemented.

microenterprises will be announced via social networks and offering promotions available on special days.

The priority is to give the potential customers a first class service with a professional asesiria always seeking people to get their gift Hechi dreamed reality.

Portada

Carátula.....i

Contenido

DECLARATORIA.....ii

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL ..iii

DEDICATORIA v

AGRADECIMIENTOS vi

Resumen Ejecutivo.....vii

Abastrac.....viii

Capítulo I..... 0

1.01 Justificación..... 0

2.02 Antecedentes 1

CAPITULO II. 3

2.01 Ambiente externo 3

2.01.01 Factor económico 3

2.01.01.01 PIB..... 3

2.01.01.02 Índice de inflación 4

2.01.01.03 Tasa de Empleo y Desempleo 6

2.01.01.03.01 Tasa de Empleo 6

2.01.01.03.02 Tasa de Desempleo..... 7

2.01.01.04 Balanza Comercial 9

2.01.01.05 Tasa de Interés..... 9

2.01.01.05.01 Tasa Activa..... 10

2.01.01.05.02 Tasa Pasiva..... 11

2.01.02 Factor social 13

2.01.02.01 Educación 13

2.01.03 Factor legal..... 14

PLAN DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA
CREACIÓN DE REGALOS PERSONALIZADOS POR MEDIO DE SUBLIMACIÓN UBICADA
EN EL NORTE DE QUITO.



2.01.04 Factor tecnológico	23
2.01.05 Factor Ambiental	24
2.02 Entorno local	25
2.02.01 Clientes	25
2.02.02 Proveedores	26
2.02.03 Competencia	27
2.03 Análisis interno.....	28
2.03.01 Propuesta estratégica.	28
2.03.01.01 Misión.....	28
2.03.01.02 Visión	28
2.03.02 Objetivos	28
2.03.02.01 Objetivo general	28
2.03.02.02 Objetivo específico.....	29
2.03.03 Principios.....	29
2.03.04 Gestión administrativa.....	29
2.03.05 Gestión operativa y comercial	30
2.04 Análisis FODA	31
2.04.01 Análisis.....	32
2.05. Estrategias de Difusión y Marketing.....	34
2.05.01 Segmentación de Mercados.....	34
2.05.02. Estrategia Creativa.....	34
2.05.03. Plan de Medios	36
2.05.04. Estrategias de Marketing	36
2.06 Identidad Corporativa.....	40
Hugs & kisses tiene como colores corporativos al rojo y al naranja ya que demuestran amor y confianza.....	40

longitud del logotipo



Usos en blanco y negro



estructura de la tipografía

	
.....	41
.....	44
Capítulo III. Estudio de mercado	45
3.01 Análisis del consumidor	45
3.01.01 Determinación de población y muestra	45
3.01.01.01 Población	45
3.01.01.02 Muestra	46
3.01.01.03 Determinación de la información	47
3.01.01.04 Análisis del Estudio	50
3.02 Oferta	64
3.02.01 Oferta histórica	64
3.02.02 Oferta actual	64
3.02.03 Oferta Proyectada	64
3.3 PRODUCTO SUSTITUTOS	65
3.2.1. Oferta histórica	65
3.4. DEMANDA	65
3.4.01. Demanda Histórica	65
3.05. Balance de oferta Demanda	67
IV. ESTUDIO TÉCNICO	68
4.01 Tamaño del proyecto	68
4.01 Capacidad de Instalación	69



4.02 Capacidad de Óptima	70
4.02 Localización	70
4.02.01 Macro localización	70
4.02.02 Micro-Localización	72
4.02.03 Localización de Óptima.....	72
4.03.01 Definición de ByS	73
4.03.02 Distribución en Planta	74
4.03.03 Proceso Productivo.....	76
4.03.04 Maquinaria.....	76
CAPITULO V	80
5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	80
5.2 Costos	80
5.2.1 Costos Directos.....	80
5.2.2 Costos Indirectos	82
5.2.3 Gastos Administrativos	84
5.2.4 Costos Financieros	85
5.2.5 Costos Fijos y Variables.....	86
5.2.5.1 Costos Fijos	86
5.2.5.2 Costos Variables	86
5.2.1.1 Activos Fijos.....	88
5.2.2 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	89
5.2.3 Amortización de Financiamiento	90
5.2.4 Estado de Situación Inicial	92
5.2.5 Estado de Resultados Proyectados (a cinco años).....	93
5.2.6 Flujo de Caja	95
5.3 EVALUACIÓN.....	97
5.3.1 Tasa de Descuento.....	97
5.3.2 VAN	97
5.3.3 TIR.....	98
5.3.4 RBC (Relación Costo Beneficio)	99

5.3.5 Punto de Equilibrio.....	100
CAPÍTULO VI.....	102
6.01 Análisis de impactos.....	102
6.01.01 Impacto sobre el medio ambiente.....	103
6.01.02 Impacto Económico.....	104
6.01.01 Impacto Productivo	105
CAPÍTULO VII	108
7.01 Conclusiones y Recomendaciones	108
7.01.01 Conclusiones:	108
7.01.02 Recomendaciones	108
BIBLIOGRAFIA.....	113

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 PBI ECUADOR.....	3
Tabla 2 INFLACIÓN EN ECUADOR	5
Tabla 3 TASA DE EMPLEO.....	7
Tabla 4 TASA DE DESEMPLEO	8
Tabla 5 BALANZA COMERCIAL.....	9
Tabla 6 TASA ACTIVA.....	10
Tabla 7 TASA DE INTERES PASIVA.....	12
Tabla 8 ANALISIS FODA	31
Tabla 9 TAMAÑO DE LA MUESTRA	46
Tabla 10 PREGUNTA 1	50
Tabla 11 PREGUNTA 2	51
Tabla 12 PREGUNTA 3	53
Tabla 13 PREGUNTA 4.....	54
Tabla 14 PREGUNTA 5	55
Tabla 15 PREGUNTA 6.....	57
Tabla 16 PREGUNTA 7	58
Tabla 17 PREGUNTA 8.....	59
Tabla 18 PREGUNTA 9.....	61

Tabla 19 PREGUNTA 10	62
Tabla 20 OFERTA PROYECTADA	64
Tabla 21 DEMANDA HISTORICA	66
Tabla 22 DEMANDA PROYECTADA	67
Tabla 23 BALANCE OFERTA DEMANDA	68
Tabla 24 CAPACIDAD INSTALADA	69
Tabla 25 MACROLOCALIZACIÓN	71
Tabla 26 MICROLOCALIZACIÓN	72
Tabla 27 PREFERENCIA DE DISTRIBUCIÓN	74
Tabla 28 INFORMACIÓN DE COSTOS	81
Tabla 29 MATERIALES INDIRECTOS	82
Tabla 30 MANO DE OBRA DIRECTA	82
Tabla 31 REPATACIÓN Y MANTENIMIENTO	83
Tabla 32 SEGUROS	83
Tabla 33 IMPREVISTOS	84
Tabla 34 GASTOS ASMINISTRATIVOS	84
Tabla 35 COSTOS FIJOS	86
Tabla 36 COSTOS VARIABLES	87
Tabla 37 ACTIVOS FIJOS	88
Tabla 38 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	89
Tabla 39 TABLA DE AMORTIZACIÓN	90
Tabla 40 FINANCIAMIENTO	91
Tabla 41 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	94
Tabla 42 FLUJO DE CAJA PROYECTADA	96
Tabla 43 TMAR	97
Tabla 44 VAN EN BASE AL TMAR	98
Tabla 45 TIR	99
Tabla 46 RELACIÓN COSTO BENEFICIO	100
Tabla 47 PUNTO DE EQUILIBRIO	101
Tabla 48 ESCALA DE VALORES	102
Tabla 49 IMPACTO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE	103
Tabla 50 IMPACTO ECONÓMICO	104
Tabla 51 EMPACTO PRODUCTIVO	105
Tabla 52 NIVEL DE IMPACTO	106
Tabla 53 RESUMEN DE IMPACTO	107

Capítulo I.

1.01 Justificación.

A nivel mundial se ha incrementado la creación de microempresas las cuales han ayudado a la disminución de la inflación en la economía mundial. Por esto Sur América, ha tenido una evolución económica ya que los presidentes de la mayoría de Países han unido sus recursos para la evolución de la economía y mejor manejo de sus recursos.

Por lo cual hoy en día el Ecuador es un país con una economía emergente, El Gobierno Nacional del Ecuador ha implementado “El PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR”

El cual promueve el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, promoviendo el apoyo para la creación de pequeñas y grandes empresas se ha incrementado brindando confianza y nuevos lugares de trabajo para las personas que no contaban con un ingreso fijo a sus hogares de dinero dando una mejor calidad de vida a sus familias.

El uso del Diseño gráfico junto a la implementación de la tecnología a a incrementado la demanda de servicios gráficos con el fin de obtener un producto único y un servicio personalizado.

Es por esto que se ha pensado en la creación de una microempresa de diseño grafico que brinde un servicio de regalos personalizados dando a nuestros clientes un producto único de acuerdo con sus requerimientos, ya que antes solo podíamos escoger entre los regalos existentes en un local comercial que no siempre llenaban nuestras expectativas eran rústicos y usuales al momento de escoger un obsequio, másaún si se trata de una persona especial.

La empresa a crearse ofrecerá servicios de sublimación para la creación de regalos personalizados con la diferencia que estos tendrán una personalidad propia y adecuada de acuerdo cada persona con los arreglos necesarios y requeridos por nuestro cliente, haciendo su regalo imaginado y perfecto realidad sin límite de diseño y confección ofreciendo así no solo un objeto sino un regalo perfecto y completo.

2.02 Antecedentes

Antes de la implementación de maquinas sublimadoras existían otras opciones de impresión sobre textil como la serigrafía, la tampografía y maquinas térmicas que permitían el estampado sobre textiles los cuales se usan aún pero no con mucha demanda por parte de los clientes, ya que cada año las maquinarias van

evolucionando permitiéndonos la impresión sobre varias texturas como telas, plásticos, baldosas.

En el norte de Quito existen pocas empresas dedicadas a esta actividad uno de estas ubicada en el centro comercial CCI como una isla pero se limita a pocos productos sublimados como camisetas vasos y almohadas.

En los últimos años se ha incrementado la creación de microempresas y la producción de regalos personalizados con imágenes y fotografías impresas sobre textiles obteniendo una gran acogida de este tipo de regalos ya siempre se desea dar un obsequio delicado y adecuado con la personalidad de cada persona.

La microempresa ofrecerá a más de impresiones sobre textiles, plásticos o baldosas la creación de manual de los regalos dando una asesoría personalizada con el fin de entregar a nuestros clientes un trabajo completo de calidad y eficiente sin límite de diseño.

CAPITULO II.

2.01 Ambiente externo

2.01.01 Factor económico

2.01.01.01 PIB

El producto Interno Bruto es el valor de todos los bienes y servicios finales producidos dentro del Ecuador en un año determinado. El PIB al tipo de cambio de paridad del poder adquisitivo (PPA) del Ecuador es la suma de valor de todos los bienes y servicios producidos en el país valuados a los precios que prevalecen en los Estados Unidos

Tabla 1 PBI ECUADOR

PBI ECUADOR	
PIB TOTAL	Fecha
54.557.732	2009
56.168.864	2010
60.569.488	2011
63.672.625	2012
90.020.000	2013

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: GeovannaPichucho

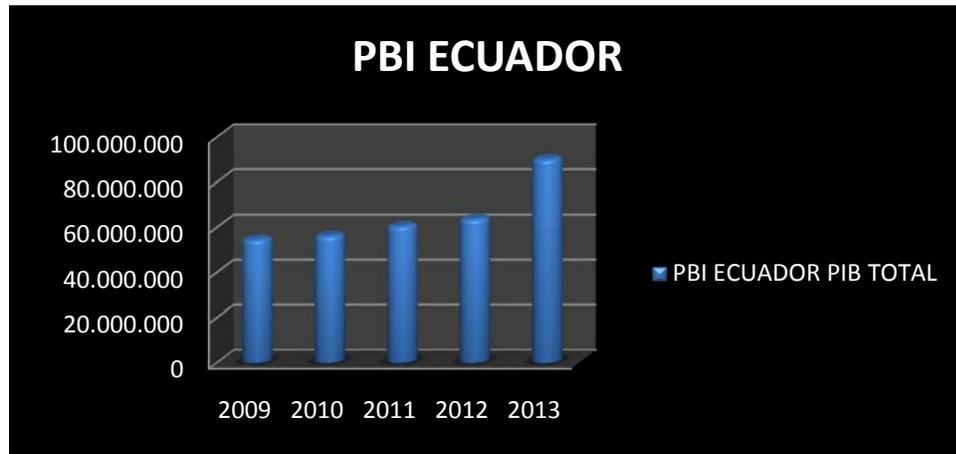


Gráfico 1 PBI ECUADOR

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: GeovannaPichucho

El análisis del PIB nos permitirá saber si el desarrollo de este proyecto será factible y podrá desarrollarse sin ningún problema de inversión, ya que se podrá aportar al desarrollo de la Matriz Productiva Del Ecuador.

2.01.01.02 Índice de inflación

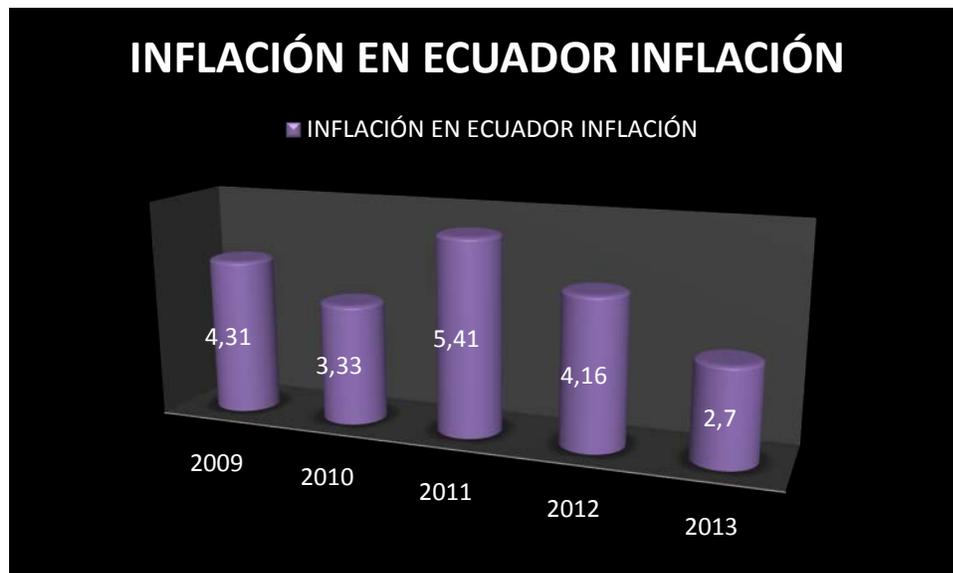
Esta grafica es la representación del incremento de precio sobre bienes o servicios dentro del País. El cual es un indicador fundamental para saber cuál es el devalúo de la moneda.

Tabla 2 INFLACIÓN EN ECUADOR

INFLACIÓN EN ECUADOR	
AÑO	INFLACIÓN
2009	4,31
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,16
2013	2,7

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: GeovannaPichucho

Gráfico 2 INFLACIÓN EN ECUADOR



Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: GeovannaPichucho

La inflación es importante ya que de esta manera las personas podrán saber si el precio de un producto es asequible y si se lo puede comprar, si el factor inflación es bajo beneficiara a las pequeñas empresas como la de este proyecto ya que la variante de el año 2013 es de 2,7% y nos indica q tenemos beneficios y se puede proceder en el proyecto.

2.01.01.03 Tasa de Empleo y Desempleo

Mediante este análisis podremos saber el porcentaje de personas con trabajo y el porcentaje de personas sin trabajo a las que se beneficiara creación de nuevas microempresas dando nuevas plazas de trabajo y reduciendo el desempleo.

2.01.01.03.01 Tasa de Empleo

Con la ejecución del presente proyecto se busca brindar fuentes de empleo a personas que tengan un nivel académico superior y se encuentren capacitados en el área de diseño gráfico y la manipulación de la maquinaria pertinente.

En la siguiente grafica se representara el incremento de la tasa de empleo en el Ecuador desde año 2009 en relación al año 2013.

Tabla 3 TASA DE EMPLEO

TASA DE EMPLEO ECUADOR	
TASA EMPLEO	AÑO
63,00%	2013
50,74%	2012
46,13%	2011
41,35%	2010
38,28%	2009

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: GeovannaPichucho



Gráfico 3 TASA DE EMPLEO

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: GeovannaPichucho

2.01.01.03.02 Tasa de Desempleo

El desempleo es un factor económico que afecta a la sociedad ya que por este en años pasados se produjo un alto índice de migración.

En los últimos años se ha disminuido el índice de desempleo lo cual se representara en el siguiente cuadro.

Tabla 4 TASA DE DESEMPLEO

TASA DE DESEMPLEO ECUADOR	
TASA DESEMPLEO	AÑO
3,91%	2013
4,92%	2012
6,00%	2011
7,59%	2010
8,47%	2009

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: GeovannaPichucho

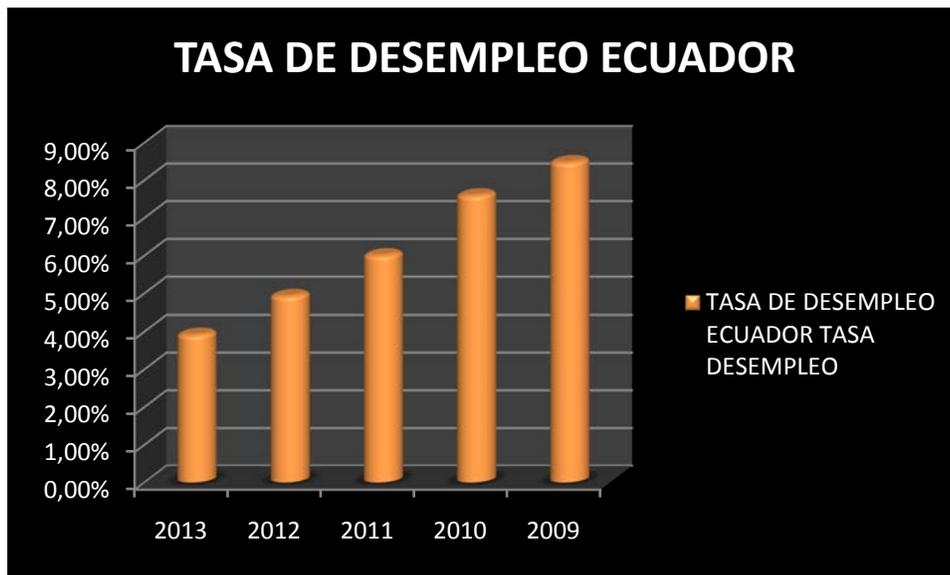


Gráfico 4 TASA DE DESEMPLEO

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: GeovannaPichucho

En el año 2013 se encuentra un porcentaje de 3,91% con una disminución de 1,1%

en relación con el año 2012 que tiene un porcentaje de 4,92% lo cual significa que el PLAN DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CREACIÓN DE REGALOS PERSONALIZADOS POR MEDIO DE SUBLIMACIÓN UBICADA EN EL NORTE DE QUITO.

desempleo en el Ecuador ha disminuido y con la creación de microempresas se rebajara en un gran porcentaje por año.

2.01.01.04 Balanza Comercial

La Balanza comercial demuestra los valores que Económicos tanto de importaciones como exportaciones del país, el cual nos demuestra que tan desarrollado esta el Ecuador como también la producción de este a nivel mundial.

Tabla 5 BALANZA COMERCIAL

BALANZA COMERCIAL DE ECUADOR			
AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	BALANZA COMERCIAL
2013	20.752.450	21.512.330	-759.880
2012	23.898.734	24.041.538	-142.804
2011	22.292.250	23.009.547	-717.297
2010	17.489.928	19.468.655	-1.978.727
2009	13.863.058	17.737.302	-3.874.244

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: Geovanna Pichucho

2.01.01.05 Tasa de Interés.

Son aquellos valores que hacen referencia al costo o valor que tiene un crédito o a su vez los ahorros. El cual también nos permite determinar la ganancia de una actividad Económica.

2.01.01.05.01 Tasa Activa.

La tasa activa es un factor macroeconómico que el banco central otorga a las instituciones financieras en porcentaje, para cobrar por los préstamos y servicios otorgados a los diferentes usuarios de estos productos.

A continuación se presenta un análisis del desarrollo y evolución de este factor en los últimos 5 años:

Tabla 6 TASA ACTIVA

TASA DE INTERES ACTIVA	
TASA DE INTERES	AÑO
8,17%	2013
8,17%	2012
8,18%	2011
9,03%	2010
9,20%	2009
9,77%	2008

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: GeovannaPichucho

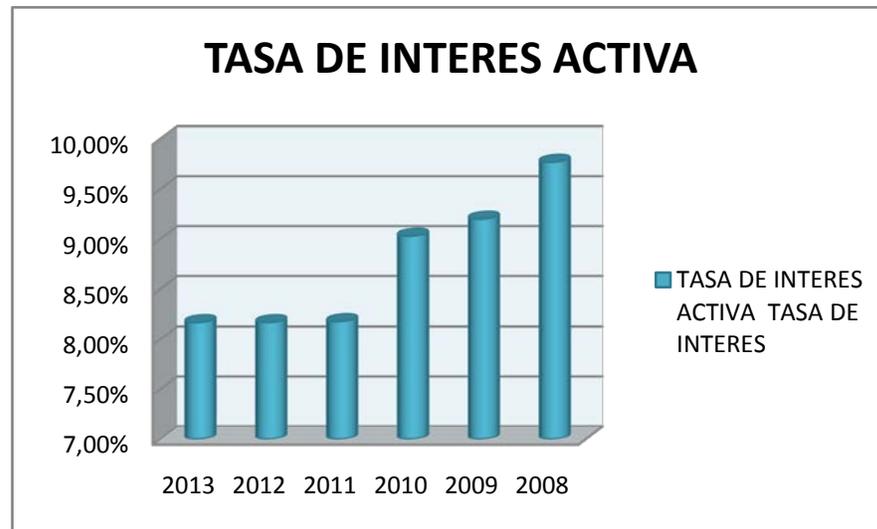


Gráfico 5 TASA ACTIVA

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: GeovannaPichucho

Este factor tiene relación con el proyecto ya que mientras más alto sea este valor es perjudicial ya que para poder financiar el proyecto se necesitará realizar un préstamo y su utilidad será mermada por el pago de intereses a las instituciones financieras.

2.01.01.05.02 Tasa Pasiva

Es la cifra que el banco paga al depositante.

Esto es muy factible para nuestra microempresa, puesto que si utilizamos una cuenta en alguna entidad bancaria a largo plazo estas cifras se pueden divisar en ganancias.

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo al mercado y bajo disposición del Banco Central, cobra por los diferentes servicios de crédito a los

usuarios de este crédito; son activas porque son recursos de la banca y tienen movimiento constante.

Estos porcentajes pueden influir en el desarrollo del proyecto ya que para empezar el emprendimiento de una microempresa, es necesario un préstamo bancario como complemento del financiamiento del proyecto.

Estas cifras reflejan que si es factible realizar un préstamo bancario para iniciar el presente proyecto, ya que la tasa activa actualmente es menor a la que se puede ver en otros años.

Tabla 7 TASA DE INTERES PASIVA

TASA INTERES PASIVA ECUADOR	
Interés	Año
4,53%	2013
4,53%	2012
4,56%	2011
4,57%	2010
5,40%	2009
5,53%	2008

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: GeovannaPichucho

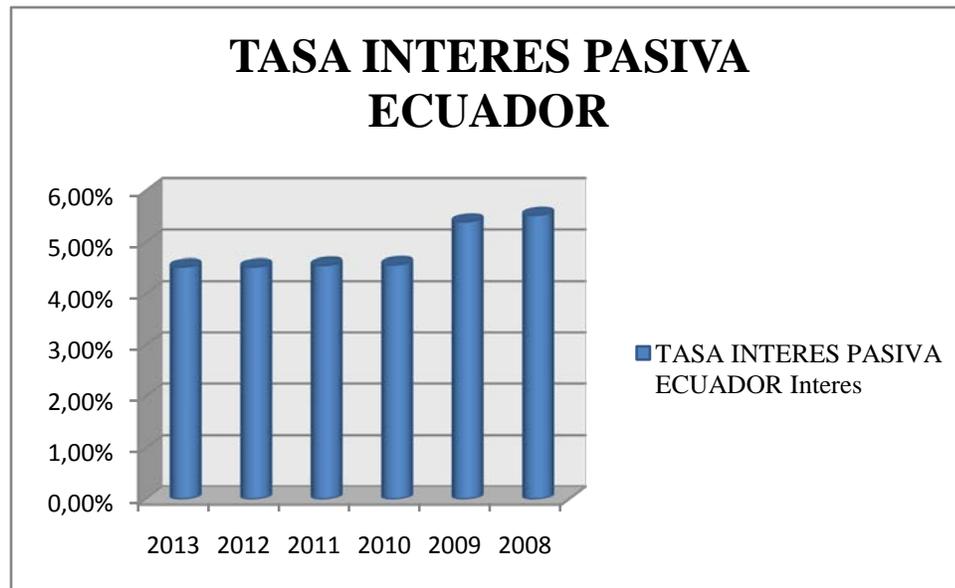


Gráfico 6 TASA DE INTERES PASIVA

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: GeovannaPichucho

2.01.02 Factor social

2.01.02.01 Educación

El gobierno nacional del Ecuador se ha concentrado en la implementación de centros de estudio como escuelas del milenio, replicas de colegios e implementación de nuevas universidades que implementan las artes y la tecnología.

Ha incrementado el nivel de personas que asisten a la universidad ya que se ha regulado el ingreso a universidades mediante el CENECYT con pruebas de ingreso que también han otorgado becas estudiantiles a los mejor calificados en estas para

estudiar en las mejores Universidades del mundo y de esta manera el gobierno busca dar un crecimiento intelectual al País.

2.01.03 Factor legal

El factor legal para la creación de una microempresa en nuestro País en los últimos años se ha facilitado gracias a las nuevas leyes y también nos hace conocer lo necesario de tener una empresa conformada acorde con las leyes y mandatos del País cumpliendo con varios requisitos legales en los diferentes organismos competentes. En el SRI, se puede hacer la inscripción de personas naturales, sociedades, Instituciones Públicas, Privadas y personas extranjeras que residen en nuestro país. Tomando en cuenta que este trámite debe realizarse dentro de los primeros días de actividad económica de la persona o empresa.

En el Municipio de Quito

Requisitos para Formar una empresa en el Ecuador

Antes de detallar los diferentes requisitos y trámites que deben hacer las empresas en el Ecuador, debo precisar que la formación de una empresa se la realiza por medio de un contrato de compañía por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades y se rige por las disposiciones de la Ley de compañías, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Hay cinco especies de compañías de comercio:

- ✚ La compañía en nombre colectivo;

- ✚ La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- ✚ La compañía de responsabilidad limitada;
- ✚ La compañía anónima; y,
- ✚ La compañía de economía mixta.

La compañía anónima es la forma de sociedad más usada en el Ecuador y es la que detallaremos sus requisitos tanto como empresa, como así también para el tributario (SRI), relaciones laborales (IESS) manejo en la ciudad (municipales), y otros organismos como bomberos y Hospital Universitario.

Requisitos para una compañía anónima:

Importante:

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;

2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

SRI. Registro Único de Contribuyentes.- para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- ✚ Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- ✚ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- ✚ Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- ✚ Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- ✚ Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.
- ✚ Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente
- ✚ Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).
- ✚ Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono).
Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y

corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.

- ✚ Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- ✚ Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- ✚ Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior.

Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la

fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.

- ✚ Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- ✚ Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
- ✚ Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

IESS.- Para la emisión del un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- ✚ Actualización de Datos del Registro Patronal,

- ✚ Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- ✚ Digitar el número del RUC y
- ✚ Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- ✚ Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- ✚ Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- ✚ Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- ✚ Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- ✚ Copia de pago de teléfono, o luz
- ✚ Calificación artesanal si es artesano calificado

Finalmente a nivel municipal se deberá efectuar:

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES USO DE SUELO

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

PATENTES MUNICIPALES

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.
3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

TASA DE HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DESERVICIOS

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Guayaquil.

1. Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación
2. Llenar formulario de Tasa de Habilitación.
3. Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).

4. Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
5. Copia del RUC actualizado.
6. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
7. Autorización a favor de quien realiza el trámite.
8. Croquis del lugar donde está ubicado el negocio
9. Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

CERTIFICADO DE SEGURIDAD DEL B. CUERPO DE BOMBEROS

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, Para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y Número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:

1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
2. Fotocopia nítida del RUC actualizado.
3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
5. Nombramiento del representante legal si es compañía.
6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
7. Señalar dimensiones del local.

En materia impositiva toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria y son:

IMPUESTO A LA RENTA Sociedades 101 Anual

IMPUESTO A LA RENTA Personas naturales 102 Anual

RETENCIONES EN LA FUENTE 103 Mensual Conforme el noveno dígito del RUC

IVA 104 Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC Anticipo del impuesto a la

Renta P. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (Servicio de Rentas Internas, 2013)

2.01.04 Factor tecnológico

Hoy en día la Tecnología es un factor importante a nivel mundial ya que gracias a ella se puede dar soluciones a varios problemas comunicacionales como también desenvolvemos de forma ágil ante un problema con medios como internet y teléfonos celulares que nos permiten la comunicación con personas alrededor del

mundo, de esta manera podemos saber de todos los avances tecnológicos que puedan ayudar con la implementación y mejoramiento del proyecto.

Para este proyecto debemos tomar en cuenta que se necesita de maquinaria especializada para la sublimación como son:

-  Impresoras
-  Tintas de sublimado
-  Plancha de sublimación
-  Maquina sublimadora
-  Computadoras
-  Cámaras

Cabe recalcar que estos equipos se pueden encontrar en el mercado ecuatoriano en una variedad de marcas y modelos según la necesidad de la empresa que lo requiera.

2.01.05 Factor Ambiental

Este factor es importante ya que a nivel mundial se está tratando de implementar el cuidado del medio ambiente, mediante el reciclado de productos reutilizables como papel, plástico productos orgánicos, etc.

Para poder contribuir a la conservación de la capa de ozono se han creado gran variedad de maquinas amigables con el medio ambiente con un impacto mínimo sobre este mejorando la salud de las personas mediante un aire limpio y un mejor futuro para nuestros hijos.

Este proyecto contribuye con cuidado del medio ambiente mediante reciclado del papel y con tintas ligeras que no son dañinas para las personas.

2.02 Entorno local

2.02.01 Clientes

La sublimación como la implementación de regalos personalizados han tenido una gran acogida en el país ya que dar un obsequio a un amigo, compañero, familiar o una persona amada no tiene límite de edad siempre se está buscando un regalo adecuado a el carácter y temperamento de las personas dejando atrás los típicos regalos como cajas musicales, o portarretratos que eran sin duda lo mas utilizado al momento de escoger un regalo.

Las personas que serán los clientes de la empresa son de una clase social media, media-alta con variedad de edades y genero.

Para lograr la acogida de los clientes se contara con:

-  Servicio personalizado
-  Atención amigable
-  Asesoría de regalos
-  Servicio ágil
-  Entrega inmediata o servicio a domicilio
-  Costo accesible

De esta manera se podrá obtener como resultado clientes satisfechos con nuestro servicio y de esta manera se incremente la clientela mediante los buenos comentarios que den sobre la empresa.

2.02.02 Proveedores

Para la implementación de la nueva empresa es necesario tener equipos de alta calidad como impresoras y maquinas sublimadoras, pero también se necesita de materiales como:

-  Vasos
-  Peluches
-  Cerámicas
-  Rompecabezas
-  botellas
-  Almohadones
-  Material para manualidades
-  Tintas
-  Papel
-  Camisetas

En el Ecuador hay mucha variedad de proveedores de estos productos por los que será fácil el contacto con los proveedores mediante la creación de cuentas de correo electrónico, o mediante llamadas telefónicas.

Es necesario establecer cuáles son nuestros proveedores principales y mantener siempre una buena comunicación con ellos ya que nos ayudara para poder tener siempre un stock de productos para la correcta atención a los clientes.

Para el proyecto es necesario trabajar con los proveedores con responsabilidad, respeto y buen trato siguiendo varios puntos útiles para la buena distribución de recursos económicos de la empresa.

- ✚ Tener una cuenta de crédito a 30 días de pago con las empresas para poder volver a tener solvencia y pagos a tiempo.
- ✚ Realizar pedidos de material necesario con una semana de anticipación.
- ✚ Conocer si la empresa proveedora entregara los el material en la empresa o si es necesario recogerla en alguna sucursal del proveedor.
- ✚ Tener un vendedor fijo de la empresa proveedora, con el cual tratar directamente para la mejor comunicación de la empresa y pedidos a tiempo.

2.02.03 Competencia

En el sector norte y en el sector sur de la ciudad encontramos como competencia directa de

La empresa a la empresa "PERSONALIZALOS" los cuales tienen sucursales de islas de ventas en diferentes centros comerciales de Quito, y ofrecen productos similares a los que la empresa ofrecerá.

Sin embargo el presente proyecto tiene como objetivo ofrecer un regalo completo con una producción y asesoría personalizada de cada producto de esta manera no ofreceremos un simple objeto sino al contrario un obsequio completo, con una personalidad única dependiendo de la persona beneficiada

2.03 Análisis interno

2.03.01 Propuesta estratégica.

Es necesario realizar varios puntos antes de la creación de una microempresa como:

-  Análisis del financiero
-  Estudio de mercado
-  Estudio de marketing
-  Asesoría contable

De esta manera conoceremos la factibilidad del proyecto en el entorno y como poder ser una competencia potencial frente a otras empresas.

2.03.01.01 Misión

Conocer la factibilidad sobre la creación de una microempresa con un servicio de obsequios sublimados y totalmente personalizados.

2.03.01.02 Visión

Crear una microempresa de regalos personalizados con una técnica de sublimados y hacer de esta una inversión sustentable.

2.03.02 Objetivos

2.03.02.01 Objetivo general

Conocer el porcentaje del impacto del proyecto en el mercado para de esta manera determinar si será un proyecto viable.

2.03.02.02 Objetivo específico

- ✚ Generar trabajo para personas calificadas en el área de diseño gráfico.
- ✚ Comprobar la importancia de crear un obsequio personalizado para una persona especial.
- ✚ Demostrar que el proyecto es factible y será bien remunerado.

2.03.03 Principios

La microempresa tendrá un desarrollo basado en principios morales y educativos tales como:

- ✚ Respeto hacia los clientes.
- ✚ Trato amable y amigable con los clientes y personas vinculadas al proyecto
- ✚ Honestidad dentro y fuera de la microempresa ya que de esta forma se podrá formar un grupo de trabajo sólido.
- ✚ Eficiencia, cumplir con todos los trabajos en forma rápida y a tiempo.
- ✚ Fomentar el buen trato tanto a los clientes como a los proveedores.
- ✚ Puntualidad, mantener un horario estable y justo para tener un servicio necesitado siempre a tiempo.

2.03.04 Gestión administrativa

La microempresa será administrada de la siguiente forma:

Gerente general

- ✚ Toma de decisiones financieras en su totalidad.
- ✚ Tratar directamente con los proveedores en el área financiera

- ✚ Manejo y archivo del proceso contable entregando estados financieros semestralmente.
- ✚ Control del personal en sus horarios, actividades, negociaciones y cumplimientos.
- ✚ Implementación de procesos que lleven a la organización así como también realizar un control de calidad al producto final.

Asistente de Contable

- ✚ Recepción y despacho de la facturación de la materia prima
- ✚ Administración de caja chica
- ✚ Manejo Cuentas Bancarias Corporativas
- ✚ Facturación
- ✚ Archivo de documentos contables
- ✚ Tramitación de papeles legales competentes con la empresa.

2.03.05 Gestión operativa y comercial

La microempresa que se va a crear se dedicará a la creación de regalos personalizados los cuales serán comercializados utilizando la técnica de sublimación sobre diferentes objetos y acoplar este a la personalidad del cliente de esta manera se brindará un servicio personalizado.

Entre los diferentes servicios que presta se encuentran los siguientes:

- ✚ Sublimación de vasos
- ✚ Sublimación de camisetas
- ✚ Creación de Regalos personalizados
- ✚ Implementación de varios elementos en un solo regalo.

Para que el proyecto empiece a brindar sus servicios es necesario tener un personal calificado en el área como:

- ✚ Un diseñador gráfico para brindar asesoría en los regalos
- ✚ Una secretaria para atención al cliente.
- ✚ Un operario de maquinaria de sublimación.

2.04 Análisis FODA

Mediante el análisis FODA la empresa podrá enfocar cual es su situación comunicacional en el mercado y a nivel de competencia.

A continuación se realiza el análisis FODA del proyecto:

Tabla 8 ANALISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Conocimiento del mercado	Implementación nueva de Regalos
Servicio eficaz y de calidad	personalizados
Personal capacitado	Incremento de la Matriz Productiva
Atención personalizada	Necesidad del producto
DEBILIDADES	AMENAZAS
Es una empresa nueva	Restricción a importaciones
No tener cartera de clientes	Variación de la inflación

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: GeovannaPichucho

2.04.01 Análisis.

Fortaleza

- **CONOCIMIENTO DEL MERCADO.** Se ha realizado un análisis del mercado con el cual se valora y conoce como es el comportamiento de los clientes y sus necesidades.
- **SERVICIO EFICAZ Y DE CALIDAD.** El servicio al cliente se realizara con eficacia en un corto tiempo para que el cliente tenga un tiempo placentero el establecimiento, siempre obteniendoun trabajo con alta calidad y nitidez.
- **PERSONAL CAPACITADO.-** Se contratara personal totalmente capacitado en el área de diseño gráfico como también en servicio al cliente ya que se pretende interactuar con los clientes directamente.
- **ATENCION PERSONALIZADA.-** Cada cliente tendrá una asesoría personal con el diseñador gráfico para poder llegar a crear el regalo perfecto y completamente al gusto del cliente y de la personal que será beneficiada.

Debilidades

- Es una empresa nueva por lo que tendrá poca clientela en un comienzo hasta darse a conocer en el mercado.

- No tener cartera de clientes es una dificultad ya que no se tiene una entrada de dinero segura si no se tendrá que esperar hasta que las personas conozcan de los servicios de la empresa.

Amenazas

- Las importaciones bloqueadas podrían incrementar el costo de producción de los productos.
- La variación de la inflación es un factor indispensable ya que también afecta en la parte económica de la empresa.

Oportunidades

- **IMPLEMENTACIÓN DE REGALOS PERSONALIZADOS.-** La comercialización de regalos personalizados mediante la técnica de sublimación han tenido una gran acogida en el mercado ya que siempre se busca tener un detalle único con una persona en especial y esta es la mejor opción del comprador.
- **INCREMENTACION DE LA MATRIZ PRODUCTIVA.-** La incrementación de microempresas y el apoyo a su creación por parte del gobierno es un factor fundamental e importante.

2.05. Estrategias de Difusión y Marketing

El plan de Marketing se realizara para difundir los productos y servicios que ofrece la empresa Hugs&Kisses, a los clientes potenciales, está elaborado con el objetivo de captar consumidores y fidelizarlos.

2.05.01 Segmentación de Mercados

Personas entre: 25 a 35 Años

Nivel socioeconómico:Medio alto y Alto.

Nivel Educativo: Trabajadores

Sector norte de Quito: Barrio La Carolina

2.05.02. Estrategia Creativa

Beneficios Emocionales

Racionales

 Calidad

 Precio

 Durable

Emocionales

 Amor

 Ternura

 Alegría

Mensaje Básico

Amor único, Detalle único

Tono y Estilo

Tono: Competitivo

Estilo: Moderno, Casual

Insight: Detalle Personalizado

ReasonWhy

Mensaje Básico

Porque el amor que demuestran las personas siempre es diferente dependiendo de cada persona, por esta razón los detalles a obsequiarse también deberían contar con característica diferenciadora y ser originales.

Tono

Porque existen empresas dedicadas a brindar este servicio y el objetivo es acoger más clientela.

Estilo

Porque el grupo objetivo a escogerse son personas de edades maduras y con nivel socioeconómico alto.

Eje de campaña

Tus detalles, tienen personalidad

2.05.03. Plan de Medios

Principales

- ✚ Fan page Twiter

Secundarios

- ✚ Fan page Facebook

Auxiliares

- ✚ mailing

2.05.04. Estrategias de Marketing

Estrategias de Plaza

Directo

- ✚ Se contratará un motorizado para que lleve el producto a domicilio.

- ✚ Se abrirá un local comercial en el sector la Carolina.

Promoción

- ✚ Descuentos en días especiales
- ✚ Promociones de compra

PLAZA

Estrategia #1

Entregar a domicilio el producto para brindar una mejor atención al cliente y mayor facilidad de entrega.

Objetivo #1

Ofrecer comodidad al cliente y un servicio de confianza.

Acción #1

Contratar un motorizado para que lleve los productos hasta el domicilio de la persona interesada el cual contara con su propio sueldo más beneficios de ley.

Estrategia #2

Abrir un local comercial donde se pueda brindar los servicios de la empresa con mayor facilidad y un servicio personalizado.

Objetivo #2

Ofrecer Un lugar cómodo y acogedor a los clientes para poder tener un servicio completo junto a la atención personalizada que tendrá cada uno de ellos.

Acción #2

Brindar los servicios de la empresa en un local comercial el cual cuente con personal capacitado y que pueda dar asesoría en cuanto al diseño de los regalos a los clientes.

PROMOCIÓN

Estrategia #1

Ofrecer descuentos en días especiales tales como:

-  San Valentín
-  Día de la madre
-  Día del padre
-  Navidad

Objetivo #1

Captar mayor afluencia de clientes en días especiales.

Estrategia #2

Ofrecer descuentos del 20% en el segundo producto de la misma compra.

Objetivo #2

Incentivar a la compra de mayor cantidad de regalos personalizados por parte de los clientes.

2.06 Identidad Corporativa

Hugs&kisses tiene como colores corporativos al rojo y al naranja ya que demuestran amor y confianza.

longitud del logotipo



Usos en blanco y negro



estructura de la tipografía



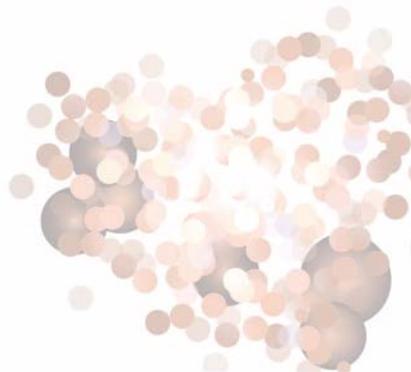


Carpeta

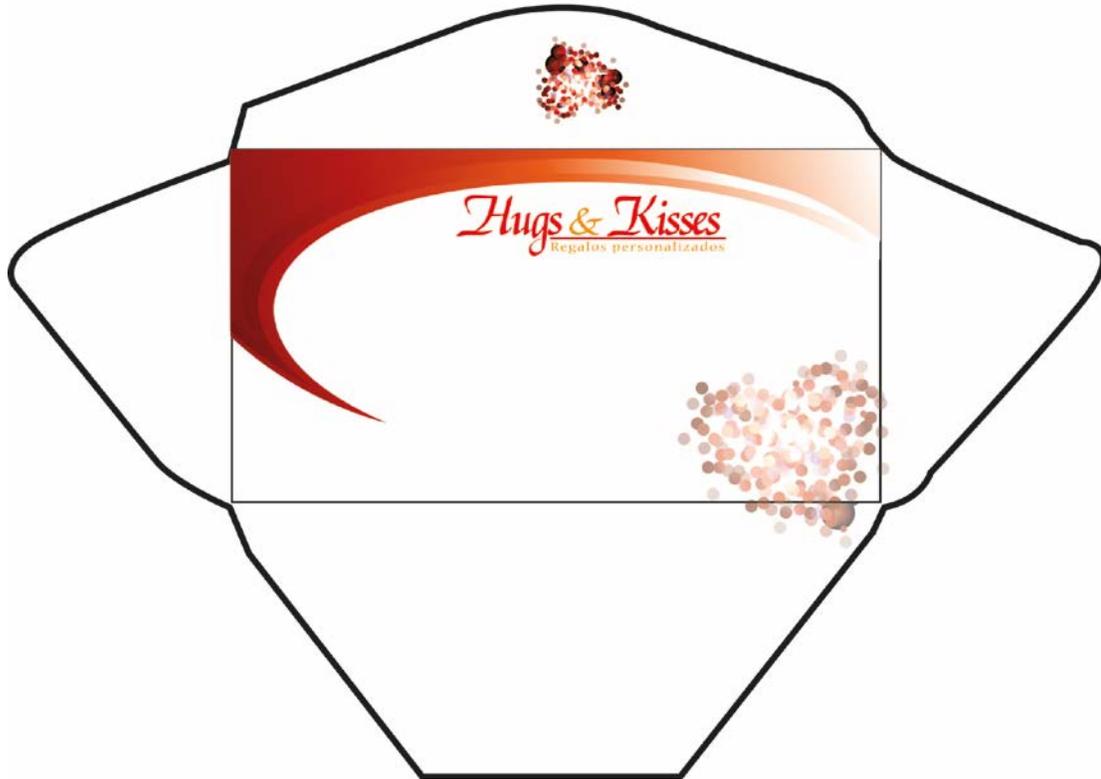
21 cm



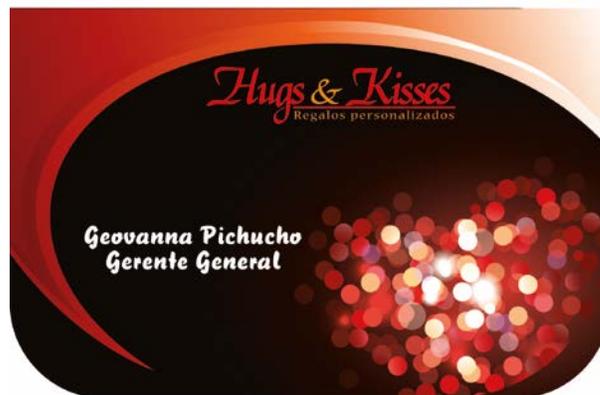
29,7 cm



sobre de la empresa



tarjeta corporativa



Material POP



Capítulo III. Estudio de mercado

3.01 Análisis del consumidor

Consumidor son todas aquellas personas u organizaciones que se encuentra con una necesidad insatisfecha de un producto o servicio por la falta o carencia de estos en el mercado.

Para el presente proyecto el consumidor de nuestros servicios serán personas entre 15y 45 años que pretendan brindar un regalo personalizado a otra persona.

3.01.01 Determinación de población y muestra

3.01.01.01 Población

La población es un conjunto de personas o elementos donde se pretende realizar una investigación para la realización de un proyecto, mediante este se obtendrá alguna conclusión u observación que se requiera saber a lo largo del proceso del proyecto.

En el proyecto de factibilidad para la creación de una de regalos personalizados se localizara en el siguiente lugar:

Macro Sector:	Norte de Quito
Sector:	El batan
Población:	442.527 habitantes
Hogares:	88505,4

3.01.01.02 Muestra

Es el porcentaje de la población que se selecciona para realizar un estudio de mercado específico, de este porcentaje dependerá algunos resultados del estudio que permitan tomar decisiones importantes para la implementación de la microempresa.

Para el presente proyecto se ha determinado que la muestra óptima para estudiar y recibir información de la población; Se tomará en cuenta el sector norte de Quito el cual comprende

Una población de 442.527 habitantes de la cual se ha sacado una muestra de 400 personas.

Tabla 9 TAMAÑO DE LA MUESTRA

De donde:	
N	Tamaño de la población
n	Tamaño de la muestra
E²	Error máximo admisible

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

$$n = \frac{442.527}{(442.527) 0,0025 + 1}$$

$$n = \frac{442.527}{1107,315}$$

$$n = 399,639$$

3.01.01.03 Determinación de la información

Para recopilar la información del estudio de mercado referente a la creación de una microempresa de Creación de regalos personalizados mediante sublimación, se ha determinado utilizar como herramienta una encuesta la cual ha planificado extraer la siguiente información:

Encuesta de Proyecto

Tema: Plan de factibilidad para la creación de una microempresa de diseño especializado en sublimados sobre regalos personalizados, ubicada en el sector norte de la Ciudad de Quito.

Nro de Encuesta:

Sector:.....

Genero

Femenino ()

Masculino ()

Nombre:

Edad:

Ocupación:

Teléfono / email:

Fecha:

1. Conoce usted sobre la creación de regalos personalizados sublimados

SI () No()

2. Con que frecuencia usted obsequia un regalo?

() Siempre () Casi siempre () Nunca

3.Cuál de estas opciones de regalos obsequia con frecuencia?

- a) Peluche
- b) Camiseta
- c) porta retrato
- d) otros

4. Le gustaría a usted obsequiar un regalo personalizado a una persona especial?

SI () No() Talvez ()

5. Es de su preferencia comprar regalos usuales y listos para regalar o comprar un regalo personalizado?

Listo () Personalizado ()

6. Conoce usted una empresa que preste servicios de regalos personalizados?

SI () No ()

7. Cual sería un factor importante para elegir los servicios de una empresa?

- a) Bajos precios
- b) Servicio eficiente
- c) Calidad del producto

8. Cuanto estaría dispuesto a pagar por la creación de su regalo personalizado?

- a) \$5 a \$20 b) \$20 a \$40 c) \$40 a \$60

9. Cuál de estos regalos personalizados serian de su preferencia al momento de la compra?

- a) Peluche
- b) Jarro
- c) Camiseta

10. Si existiera un local cercano a usted usaría estos servicios de regalos personalizados?

SI () No() Talvez ()

3.01.01.04 Análisis del Estudio

Se ha recopilado la información por medio de una encuesta que fue hecha en el norte de Quito, con la cual hemos obtenido los siguientes resultados.

1. Conoce usted sobre la creación de regalos personalizados sublimados

SI () No()

Tabla 10 PREGUNTA 1

Conoce sobre la creación de regalos personalizados	
si	no
45%	55%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: GeovannaPichucho



Gráfico 7 PREGUNTA 1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: GeovannaPichucho

Análisis

El 55% de las personas no conocen el trabajo sobre productos personalizados por sublimación, es decir que se podrá dar a conocer a más personas sobre la empresa y sus servicios y generar atracción hacia la microempresa y su innovación.

El 45% de personas si conoce sobre este tipo de servicios se podrá brindar un mejor servicio.

2. Con que frecuencia usted obsequia un regalo?

Tabla 11 PREGUNTA 2

frecuencia obsequia un regalo	
Siempre	5%
Casi siempre	65%

Nunca 10%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho



Gráfico 8 PREGUNTA 2

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

Análisis

El 65% de la población encuestada casi siempre obsequia un regalo dándonos a conocer la acogida que se puede tener en el mercado con productos personalizados ya que hay un mercado comercial referente a ventas.

Mientras que el 25% siempre da regalos y se puede tomar en cuenta como un grupo al que se podría acceder en el mercado.

El 10% es un grupo que por lo general nunca obsequia regalos y se puede recalcar que es un grupo mínimo si afectar mucho a los intereses de la microempresa.

3. Cuál de estas opciones de regalos obsequia con frecuencia?

Tabla 12 PREGUNTA 3

regalos obsequia con frecuencia	
Peluche	40%
Camiseta	30%
porta retrato	10%
otros	20%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

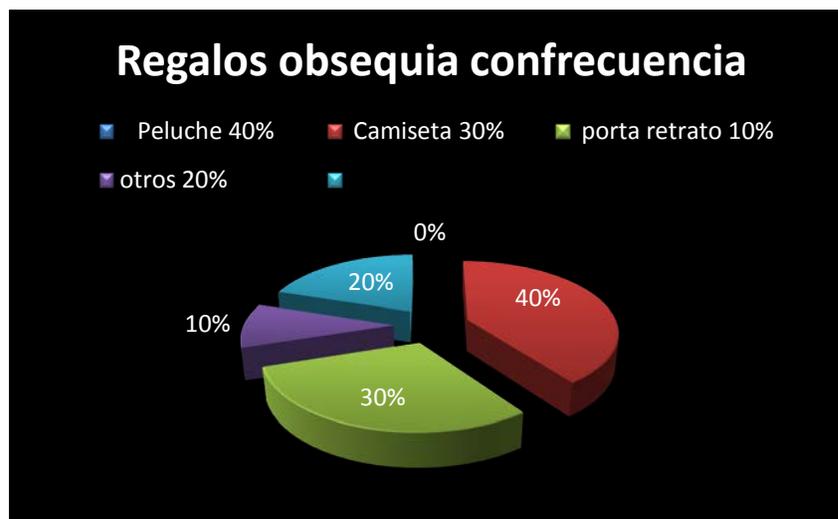


Gráfico 9 PREGUNTA 3

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

Análisis

Mediante esta pregunta podremos saber lo que las personas usualmente elegían como regalo sin necesidad de mucha búsqueda.

El 40% prefiere regalos de peluches ya que son sutiles al momento de organizar un detalle.

El 30% prefieren camisetas como es en el caso de los hombres.

El 20 % prefieren compara diferentes cosas grupo el cual se puede acoger este grupo de persona

Mientras que el 10% ha regalado un portaretrato que era un regalo común.

4. Le gustaría a usted obsequiar un regalo personalizado a una persona especial?

Tabla 13 PREGUNTA 4

obsequiar un regalo personalizado	
Si	60%
No	10%
Tal vez	30%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho



Gráfico 10 PREGUNTA 4

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

Análisis

La aceptación ante el proyecto es buena logrando un 60% en las personas que obsequiarían un regalo personalizado el cual representa un porcentaje aceptable al momento de ejecutar el proyecto y saber que tendrán clientela.

Con un 30% que tal vez comprarían un regalo personalizado y son un grupo en el cual debemos generar interés para poder brindarles un servicio bueno

El 10% son personas que no comprarían un regalo personalizado ya que no conocen acerca del trabajo.

5. Es de su preferencia comprar regalos usuales y listos para regalar o comprar un regalo personalizado?

Tabla 14 PREGUNTA 5

empresa que preste servicios de regalos personalizados	
Si	40%
No	60%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho



Gráfico 11 PREGUNTA 5

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

Análisis

Las personas han optado por obsequiar regalos personalizados con un porcentaje de 55% lo cual demuestra que la tendencia de regalos personalizados ya que es un proyecto innovador y se está incrementando su demanda y no existe gran oferta en el sector se refleja y se encuentra encima del 45% que refleja los regalos Tradicionales y que están perdiendo su interés en el mercado por la simplicidad de sus materiales y poco detallistas

6. Conoce usted una empresa que preste servicios de regalos personalizados?

Tabla 15 PREGUNTA 6

empresa que preste servicios de regalos personalizados	
Si	40%
No	60%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho



Gráfico 12 PREGUNTA 6

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: GeovannaPichucho

Análisis

En la actualidad son pocas y limitadas las empresas que ofrecen regalos personalizados o con una finalidad parecida en la sublimación.

A esto se merece que haya un 60% de personas que no conocen empresas o lugares dedicados a brindar este servicio de regalos personalizados.

Hay un 40 % los cuales si conocen de estos servicios de regalos personalizados se podrá dar un mejor servicio para ser su preferencia en el mercado.

7. Cual sería un factor importante para elegir los servicios de una empresa?

Tabla 16 PREGUNTA 7

Factor importante para elegir los servicios de una empresa

Bajos precios	15%
Servicio eficiente	35%
Calidad del producto	50%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho



Gráfico 13 PREGUNTA 7

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

Análisis

Referente a la prestación de servicios el 50% de encuestados a elegido como prioridad la calidad de los productos a ofertarse ya que es una prioridad de la empresa para de esta manera hacer conocer a la empresa por sus productos de calidad y buena atención.

Un 35% prefiere un servicio eficiente y eso es un factor importante ya que se ofrecerá un servicio personalizado con personas capacitadas que podrán ayudar a conseguir un regalo original y a gusto de las personas.

Un 15% tiene preferencia por los bajos precios los cuales se podrán ofertar con detalles pequeños y alcance de las personas.

8. Cuanto estaría dispuesto a pagar por la creación de su regalo personalizado?

Tabla 17 PREGUNTA 8

Cuanto estaría dispuesto a pagar	
\$5 a \$20	25%
\$20 a \$40	60%
\$40 a \$60	15%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho



Gráfico 14 PREGUNTA 8

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

Análisis

El presupuesto de estos productos se encuentran por encima de los 12 dólares por lo cual el porcentaje 60% de aceptación de un precio de \$20 a \$40 dólares nos permite acceder al mercado sin problemas de precios al momento de brindar nuestro servicio.

El 25% de aceptación de 40 a 60 dólares por el servicio que se va a prestar en la microempresa permitiría entregar un detalle completo al regalo.

Mientras que el 15% de personas que pagarían entre 5 y 20 dólares se les brindaría un servicio óptimo acoplándonos a sus necesidades y alcances.

9. **Cuál de estos regalos personalizados serian de su preferencia al momento de la compra?**

Tabla 18 PREGUNTA 9

Regalos personalizados serian de su preferencia	
Peluche	60%
Jarro	15%
Camiseta	25%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: GeovannaPichucho



Gráfico 15 PREGUNTA 9

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: GeovannaPichucho

Análisis

En esta pregunta se podrá conocer la cual de los productos tendrá mayor demanda en mercado y conocer los niveles de aceptación requeridos, en este caso el producto con mas demanda es el peluche con un 60% de aceptación por parte de los encuestados.

Seguidos de las camisetas con un 25% de aceptación y de este porcentaje se podrá saber cuánta materia prima adquirir.

Los vasos serán también un producto utilizados ya que tiene un porcentaje promedio de aceptación.

10. Si existiera un local cercano a usted usaría estos servicios de regalos personalizados?

Tabla 19 PREGUNTA 10

usaría estos servicios de regalos personalizados	
Si	45%
No	25%
Tal vez	30%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho



Gráfico 16 PREGUNTA 10

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

Análisis

Las personas dispuestas a usar del servicio que ofrecerá la empresa es de un 45% a los cuales se podrá acceder en un inicio de la ejecución del proyecto.

El 30% de la población a aún tiene duda acerca del servicio puede ser porque no sabe del proceso o del producto final a entregar.

Un 25% de la población dice que no compraría este producto y se debería solucionar este problema ya que solo depende de la comunicaron y publicidad de la empresa.

3.02 Oferta

3.02.01 Oferta histórica

La creación de la microempresa no presenta una demanda histórica ya que en la investigación de campo no reflejo ninguna empresa dedicada al mismo servicio igual o parecido al que va a ofertar el presente proyecto.

3.02.02 Oferta actual

El sector no tiene una oferta actual ya que no existen establecimientos dedicados a brindar el mismo servicio.

La demanda Actual que podría brindar la empresa seria de 8640 productos al Año.

3.02.03 Oferta Proyectada

La oferta proyectada de la empresa se basa en la producción anual de la empresa con un incremento anual

A continuación un cuadro representativo de la oferta proyectada.

Tabla 20 OFERTA PROYECTADA

oferta proyectada		
2014	1,0177	2640
2015	1,0357	2734
2016	1,0540	2882
2017	1,0727	3092
2018	1,0917	3375

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

3.3 PRODUCTO SUSTITUTOS

Un producto sustituto es aquel que presta un servicio o producto cuando hay escases de la materia prima.

En este caso utilizaremos como producto sustituto:

-  Globos sublimados
-  Almohadas sublimadas
-  Llaveros

Estos son productos que también se pueden sublimar y pueden tener aceptación en caso de no existir los productos principales que oferta la empresa.

3.2.1. Oferta histórica

En el sector no existen empresas que oferten este tipo de productos

3.4. DEMANDA

3.4.01. Demanda Histórica

Según datos recopilados por el INEC recogidos en el último CENSO de 2010 existe un incremento en la población el cual se representa en la siguiente tabla:

Tabla 21 DEMANDA HISTORICA

Año	Porcentaje de crecimiento de población.	Población
2009	6,50%	142953
2010	6,50%	415518,31
2011	6,50%	442527
2012	6,50%	471291,26
2013	6,50%	501925,19
2014	6,50%	534550,32

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho



Gráfico 17 DEMANDA HISTORICA

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

Según el análisis que se ha hecho en el gráfico se refleja un crecimiento de 6,5% anuales en el sector lo cual beneficiará al presente proyecto con un incremento en ventas.

3.4.02. Demanda proyectada

La tasa de crecimiento del sector según el INEN es de 6,5% de población cada año y en base al censo de población del 2010 se ha tomado la muestra de población y este se lo proyecta como está en el siguiente cuadro.

Tabla 22 DEMANDA PROYECTADA

DEMANDA PROYECTADA		
AÑO	%DE CRECIMIENTO DE POBLACION	DEMANDA
2014	1,07	25629
2015	1,13	27295
2016	1,21	30959
2017	1,29	37396
2018	1,37	48109
2019	1,46	65914

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

3.05. Balance de oferta Demanda

En este cuadro se representará cuál es la demanda útil que tendrá la empresa referente a la oferta.

Tabla 23 BALANCE OFERTA DEMANDA

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	0	25629	25629
2015	0	27294,885	27295
2016	0	30958,5409	30959
2017	0	37396,3579	37396
2018	0	48109,1561	48109
2019	0	65913,7132	65914

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Geovanna Pichucho

La demanda en el presente proyecto es 0 ya que no existe otra empresa dedicada a brindar en mismo servicio a ofrecerse por los cual solo nos basaremos en la demanda que se obtendrá

IV. ESTUDIO TÉCNICO

4.01 Tamaño del proyecto

El objetivo del estudio técnico es recopilar la información para saber cuál es el monto de inversión necesaria de la microempresa.

Se podrá obtener costos de producción, mano de obra, recursos para programar el proyecto como para ponerlo en ejecución

En el siguiente cuadro se realizará un análisis sobre los componentes que debe tener el proyecto para poder brindar sus servicios a la demanda que existe en el mercado:

4.01 Capacidad de Instalación

Tabla 24 CAPACIDAD INSTALADA

Componente	Unidad	Cantidad	Unidad de valoración	Capacidad instalada
			en sitio/por cliente	(año)
Infraestructura	Local	40m	3	7200
Equipamiento	Maquinaria	10	6	14400
	Equipo oficina	5	4	9600
Personal	Diseñador	3	3	7200
Logística	Camioneta	1	4	9600
Medio de prestación de servicios	Sublimación			
	regalos personalizados	15	1	300
	Peluches	20	1	300
	Camisetas	25	1	300
	Vasos	30	1	300

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

La capacidad instalada del local tiene como objetivo atender 24 clientes por día ya que el servicio será totalmente personalizado y con un tiempo eficaz de servicio inmediato con un máximo de 20 minutos por cliente.

Los 360 días del año.

4.02 Capacidad de Óptima

Es indispensable tener una localización cercana y centrada para poder ser fácilmente identificada sobre el grupo objetivo con una infraestructura acogedora y amigable con los clientes la cual también permita tener una visibilidad óptima de los productos y sus variedades.

Y la capacidad del local para atender a sus clientes en el día sin molestia alguna.

Una buena localización del local comercial beneficiara en las ganancias que reflejara en el estado de situación final.

4.02 Localización

4.02.01 Macro localización

El lugar de macro localización del proyecto que se va a realizar, consiste en la creación de regalos personalizados sublimados en el norte de Quito, el mismo que se encontrara localizado en el Ecuador en la siguiente área geográfica.

-  Región: Sierra

-  Provincia: Pichincha

-  Capital: Quito

-  Cantón: Quito

-  Sector: Norte



Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/mm?authuser=0&hl=es-419>

Elaborado: <https://www.google.com.ec/maps>

La localización de la empresa estará en el sector norte de Quito dando como referencia al barrio y sus servicios básicos y de acceso rápido.

Tabla 25 MACROLOCALIZACIÓN

MACROLOCALIZACIÓN						
SECTOR	SEGURIDAD	MOVILIDAD	SERVICIOS	RELACIÓN PROVEEDORES	RELACIÓN CLIENTES	TOTAL
ÑAQUITO	0,8	0,9	0,95	1	0,95	4,6
CALDERÓN	0,75	0,8	0,8	0,8	0,9	4,05
COTOCOLLAO	0,5	0,25	0,85	0,75	0,8	3,15

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

4.02.02 Micro-Localización

Una vez ya determinado la macro localización se determinara los barrios aledaños a la empresa y su factibilidad en la ubicación.

La microempresa se establecerá en la Av. Amazonas y La granja ya que es un sector de alto comercio y existe una gran afluencia y tránsito de personas.

A continuación presentaremos un análisis de los barrios cercanos y su nivel de servicios y acceso:

Tabla 26 MICROLOCALIZACIÓN

MICROLOCALIZACIÓN							
SECTOR	ACCESIBILIDAD	SEGURIDAD	MOVILIDAD	SERVICIOS	CRECIMIENTO	DEMANDA	TOTAL
MARIANA DE EL BATAN	0,95	0,8	0,8	0,95	0,75	0,75	5
LA CAROLINA	0,9	0,85	0,75	0,75	0,75	1	5
LA CAROLINA	0,85	0,9	0,9	0,95	0,8	1	5,4

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Geovanna Pichucho

4.02.03 Localización de Óptima

Es indispensable tener una localización cercana y centrada para poder ser fácilmente identificada y las personas puedan identificar rápidamente y también llegar hasta el lugar sin ningún problema



4.03 INGENIERIA DEL PRODUCTO

En este se definirá los procesos se llevara a cabo para entrega del producto y sus pasos por producción hasta llegar al cliente

4.03.01 Definición de ByS

Hugs&Kisses ofrecerá un servicio de regalos personalizados sublimados con artículos como vasos camisetas y peluches los cuales podrán llevar sublimada cualquier imagen a gusto del cliente con un servicio totalmente personalizado y eficaz el cual no tenga un tiempo máximo de demora de 30 minutos por cliente.

4.03.02 Distribución en Planta

La distribución es importante ya que debemos tener cercanía con la maquinaria y con el cliente para poder brindarles una asesoría en la creación del producto.

Se distribuirá el local comercial en:

-  Oficina

-  Área de trabajo

-  Sala de reuniones

-  Bodega recepción

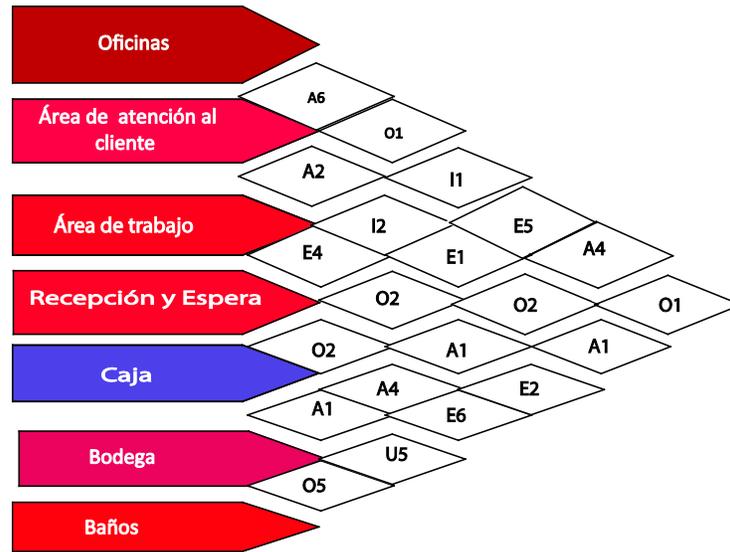
-  Baños

A continuación se presentara un cuadro de preferencias de distribución.

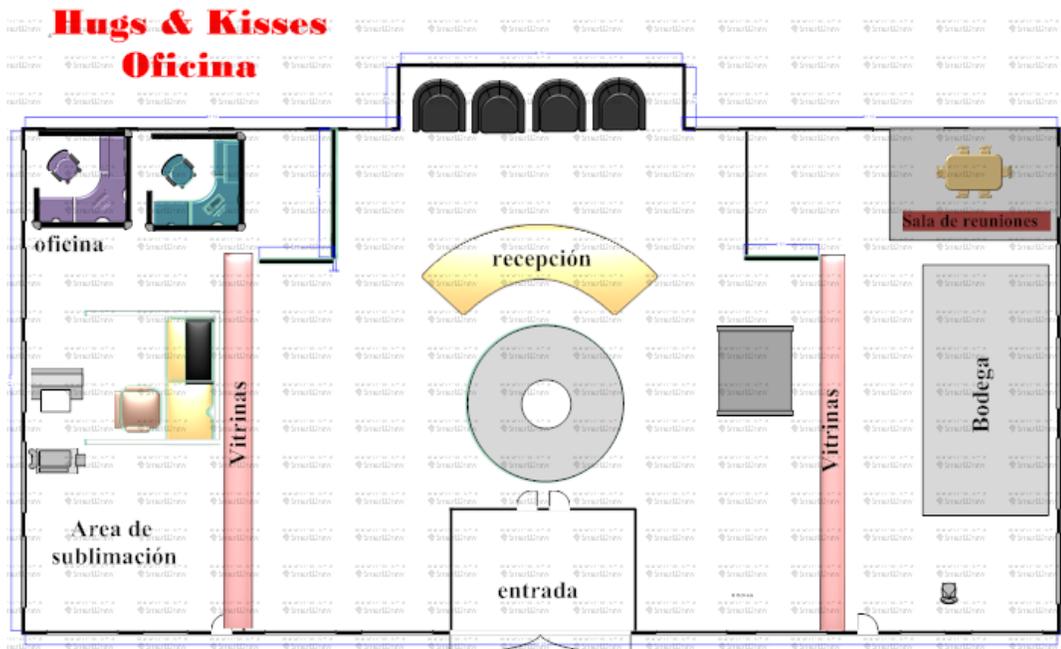
Tabla 27 PREFERENCIA DE DISTRIBUCIÓN

GRADOS DE CERCANIA	RAZONES DE CERCANIA
A Absolutamente importante	1 = Por precaución.
E Especialmente importante	2 = Por cercanía del proceso.
I Importante	3 = Por higiene.
O Cercanía ordinaria	4 = Por manejo del proceso
U No importante	5 = Por ruido.
X Indeseable	6 = Por cuestiones administrativas

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho



A continuación se representara el área de la oficina y su distribución en el área a trabajar.



PLAN DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CREACIÓN DE REGALOS PERSONALIZADOS POR MEDIO DE SUBLIMACIÓN UBICADA EN EL NORTE DE QUITO.

4.03.03 Proceso Productivo

El proceso productivo es transformar la materia prima en un producto o servicio final para entregar al cliente.

El producto a tratarse tiene que pasar por un proceso cronológico para su perfecto estado y un resultado óptimo estos son:

- ✚ Compra del material
- ✚ Limpieza de la materia prima
- ✚ Ordenar en lugares estratégicos cada producto

Se procederá con la atención al cliente de la siguiente manera;

- ✚ Atención personalizada junto al cliente para realizar el arte a sublimar
- ✚ Impresión con forma de reflejo en papel transfer
- ✚ Sublimar en la máquina que se requiera.
- ✚ Retirar el producto de la máquina
- ✚ Hacer control de calidad y de color
- ✚ Empacar y entregar al cliente.

4.03.04 Maquinaria

Los equipos requeridos para la ejecución de este proyecto son de sublimación.

- ✚ Impresora Epson tinta continua de sublimación formato A3 que está valorada en \$650



- ✚ **Plancha sublimadora** con un sistema 8 en 1 con un costo de \$1400, el cual podrá facilitar la producción y abaratar costos.





Con este se prestara servicio de:

- ✚ Sublimación de vasos
 - ✚ Camisetas
 - ✚ Gorras
 - ✚ Platos
 - ✚ Cerámicas.
-
- ✚ **Computadora Mac.** la cual es para el manejo de los programas como adobe illustrator o Adobe photoshop valorada en 1700 dólares necesarios el uso la prestación de los servicios de la empresa.



4.03.04 Equipos

Los equipos de oficina requeridos son para comunicación y manejo interno de la empresa como son:

- ✚ **Computadora PC** Será utilizada para la secretaria y su sistema de cobranzas el cual es necesario este tipo está valorado en 700 dólares.



- ✚ **Teléfonos teléfono tipo fax.-** para facilitar la comunicación y se podrá tener varias líneas.
- ✚ **Escáner.-** no siempre llegan imágenes digitales a la oficina se tendrá ue digitalizar las imágenes por medio de un scanner.

CAPITULO V

5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

Determinar los ingresos operacionales y no operacionales del proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa de regalos personalizados con los cuales se solventarán los costos y gastos para poder implementar el proyecto y de esta manera saber si es viable o no la ejecución del proyecto.

5.2 Costos

Es el **gasto económico** que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el **precio de venta al público** del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

5.2.1 Costos Directos

Son los gastos por concepto de materia prima, de mano de obra y de gastos, correspondientes directamente a la fabricación o producción de un producto determinado o una serie de productos.

En este caso se utilizara papel transfer, tintas para sublimación jarros camisetas y peluches, en estos costos se incrementarán también los servicios básicos de consumo de la empresa y los cuales son necesarios para la producción de la empresa.

Tabla 28 INFORMACIÓN DE COSTOS

INFORMACIÓN SOBRE COSTOS					
COMPOSICIÓN DE MATERIAS PRIMA DEL PRODUCTO					
			COSTO UNID.	COSTO	
peluche	UNIDAD	CANTIDAD	DÓLARES	TOTAL	
peluche	1	1,00	\$ 4,00	\$ 4,00	
mini camiseta	prenda	1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	
papel transfer	1	1,00	\$ 1,10	\$ 1,10	
tinta	6	6,00	\$ 0,75	\$ 4,50	
				\$ 10,60	
			COSTO UNID.	COSTO	
camiseta	UNIDAD	CANTIDAD	DÓLARES	TOTAL	
camiseta	1	1,00	\$ 5,00	\$ 5,00	
papel transfer	1	1,00	\$ 1,10	\$ 1,10	
tinta	6	6,00	\$ 0,75	\$ 4,50	
MATERIA PRIMA 4		0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
				\$ 10,60	
			COSTO UNID.	COSTO	
vasos	UNIDAD	CANTIDAD	DÓLARES	TOTAL	
vasos	1	1,00	\$ 1,20	\$ 1,20	
papel transfer	1	1,00	\$ 1,10	\$ 1,10	
tinta	6	6,00	\$ 0,75	\$ 4,50	
MATERIA PRIMA 4		0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
				\$ 6,80	
				\$ 28,00	
MANO DE OBRA DIRECTA					
			REMUNERACIÓ N	REMUNERACIÓ N	REMUNERACIÓ N
OBREROS	CANTIDAD		MENSUAL INDIV.	MENSUAL TOTAL	ANUAL
OBREROS NO CALIFICADOS	0,00		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
OBREROS SEMICALIFICADOS	0,00		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
OBREROS CALIFICADOS	1,00		\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 4.080,00
	0,00			\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL	1,00		\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 4.080,00
				TOTAL COSTO DE VENTAS	\$ 4.108,00
				COSTO DIRECTO DE MATERIA PRIMA + MANO DE OBRA	\$ 4.136,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

PLAN DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA
CREACIÓN DE REGALOS PERSONALIZADOS POR MEDIO DE SUBLIMACIÓN UBICADA
EN EL NORTE DE QUITO.

El total de costos directos se lo obtiene de la suma de los costos directos de producción y los costos directos de mano de obra lo cual da como resultado \$ 4,136,00.

5.2.2 Costos Indirectos

El costo indirecto proviene de los gastos técnicos y administrativos que se tiene la necesidad de elaborar para la realización de un proceso productivo, y cuantificar fácilmente con el producto tales como materiales indirectos y mano de obra.

Tabla 29 MATERIALES INDIRECTOS

MATERIALES INDIRECTOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR	
		UNITARIO	TOTAL
cajas pequeñas	5.184,00	\$ 0,08	\$ 414,72
fundas	1.296,00	\$ 0,03	\$ 38,88
etiquetas	1.296,00	\$ 0,05	\$ 64,80
cajas pequeñas	2.160,00	\$ 0,07	\$ 151,20
	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL		\$ 0,23	\$ 669,60

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Gevanna Pichucho

Tabla 30 MANO DE OBRA DIRECTA

MANO DE OBRA INDIRECTA				
CONCEPTO	CANTIDAD	REMUNERACIÓN	REMUNERACIÓN	REMUNERACIÓN
		MENSUAL INDIV.	MENSUAL TOTAL	ANUAL
ASESOR TÉCNICO	1,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
ASESOR EXTERNO	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SUPERVISORES	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
GUARDIAS DE PLANTA	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
ASISTENTE DE PLANTA	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SECRETARIA	1,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 4.080,00

PLAN DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CREACIÓN DE REGALOS PERSONALIZADOS POR MEDIO DE SUBLIMACIÓN UBICADA EN EL NORTE DE QUITO.

	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL	2,00	\$ 440,00	\$ 440,00	\$ 5.280,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

Tabla 31 REPATACIÓN Y MANTENIMIENTO

REPARACIONES Y MANTENIMIENTO			
CONCEPTOS	VALOR	PORCENTAJE	VALOR TOTAL
	ACT. FIJO	APLICADO	
EDIFICIOS	\$ 0,00	2,00%	\$ 0,00
MAQUINARIAS Y EQUIPO	\$ 15.000,00	5,00%	\$ 750,00
COMPUTADORAS	\$ 1.300,00	4,00%	\$ 52,00
SOFTWARE	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
MULTIMEDIA	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
OTROS	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
TOTAL			\$ 802,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

Tabla 32 SEGUROS

SEGUROS			
CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE	VALOR
	ACT. FIJO	APLICADO	TOTAL
EDIFICIO	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 15.000,00	30,00%	\$ 4.500,00
COMPUTADORAS	\$ 1.300,00	40,00%	\$ 520,00
SOFTWARE	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
MYLTIMEDIA	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
OTROS	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
TOTAL			\$ 5.020,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: GeovannaPichucho

Tabla 33 IMPREVISTOS

IMPREVISTOS			
CONCEPTO	C.I.F.	% IMPREVISTOS	TOTAL
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 4.231,60	2,00%	\$ 84,63
OTROS	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
TOTAL			\$ 84,63

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

El total de costos indirectos es de **14.616,23 dólares**.

5.2.3 Gastos Administrativos

Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción. Los salarios de los altos ejecutivos y los costes de los servicios generales (tales como contabilidad, contratación y relaciones laborales) se incluyen en esta rúbrica.

Los gastos de administración se relacionan por tanto con la organización en su conjunto, frente a los gastos relacionados con los distintos departamentos.

Tabla 34 GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
PERSONAL ADMINISTRATIVO	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL	REMUNERACIÓN
		MENSUAL	MENSUAL	ANUAL
GERENTE GENERAL	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
ASISTENTE			\$ 0,00	\$ 0,00
CONTADOR	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SECRETARIA	1,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 4.080,00

MENSAJERO	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SUBTOTAL	1,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 4.080,00
			GASTOS	TOTAL
			MENSUALES	ANUAL
GASTOS OFICINA			\$ 300,00	\$ 3.600,00
MOVILIZACIÓN Y VIÁTOS			\$ 200,00	\$ 2.400,00
CUOTAS, SUSCRIPCIONES			\$ 25,00	\$ 300,00
ARRIENDO DE OFICINA			\$ 0,00	\$ 0,00
HONORARIOS DE AUDITORÍA			\$ 0,00	\$ 0,00
ENERGÍA, AGUA, TELÉFONO			\$ 300,00	\$ 3.600,00
SEGUROS			\$ 0,00	\$ 0,00
OTROS			\$ 785,00	\$ 9.420,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
DEPRECIACIÓN			\$ 44,44	\$ 533,33
	EDIFICIOS ADMINISTRATIVOS		\$ 0,00	\$ 0,00
	MUEBLES Y ENSERES		\$ 8,33	\$ 100,00
	COMPUTADORES		\$ 36,11	\$ 433,33
	SOFTWARE		\$ 0,00	\$ 0,00
	MULTIMEDIA		\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 191,67	\$ 2.300,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 2.230,56	\$ 26.766,67

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

Total de gastos administrativos 26.766,67 **dólares**.

5.2.4 Costos Financieros

Es la principal variable que se debe tener en cuenta al elegir un préstamo personal, prendario o hipotecario, ya que es el mejor indicador del costo global que deberá afrontar el cliente, es decir las comisiones o gastos por un contrato respectivo.

5.2.5 Costos Fijos y Variables

5.2.5.1 Costos Fijos

Los costos fijos son los que la empresa debe pagar cada mes y no tienen variable en base a la producción de la empresa ya sea que esta se incremente o disminuya en el mes.

Tabla 35 COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS	01/01/2015	Porcentaje
Valores		
Mano de obra directa	\$ 4.080,00	6,77%
Mano de obra indirecta	\$ 5.280,00	8,76%
Reparación y mantenimiento	\$ 802,00	1,33%
Arriendos	\$ 0,00	0,00%
Seguros	\$ 5.020,00	8,33%
Imprevistos	\$ 84,63	0,14%
Depreciación y Amortización	\$ 3.883,33	6,44%
Gastos de Ventas	\$ 8.619,76	14,30%
Gastos de Administración	\$ 26.766,67	44,41%
Gastos Financieros	\$ 2.272,57	3,77%
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 56.808,96	94,26%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

5.2.5.2 Costos Variables

Los costos variables son los que gastan que cambia la actividad de una empresa, es decir la suma de los costos marginales en todas las unidades producidas, por ejemplo una empresa paga por las materias primas. Cuando su actividad disminuye necesitará menos materias primas, y por lo tanto gastará menos. Cuando la actividad se incrementa, necesitará más materia y el gasto aumentará.

Tabla 36 COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES		
Materias primas consumidas	\$ 28,00	0,05%
Suministros	\$ 2.760,00	4,58%
Materiales Indirectos	\$ 669,60	1,11%
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 3.457,60	5,74%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

5.2 INVERSIONES

La inversión se refiere a cuando invertimos estamos dando algo a alguien con el fin de obtener algo mejor, es decir podemos invertir nuestro dinero en un fondo mutuo esperando asegurar un capital que nos garantice mantener un nivel de vida, en una etapa de retiro o convertir en realidad alguno de nuestros sueños hacia futuro.

5.2.1 Inversión Fija

La inversión fija se agrupa en tangible e intangible, diferenciación que va a facilitar el costo de proyecto en su fase operativa. La estimación de la inversión se basa en cotizaciones o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto, forma parte de la infraestructura del negocio es decir la base para iniciar la producción para el mercado objetivo.

5.2.1.1 Activos Fijos

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

Tabla 37 ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	unidades	en USD	total	depreciación
Terrenos	0,00	\$0,00	\$0,00	
Edificios	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Almacén Comercial	1,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$250,00
Galpón Industrial	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Vías de acceso	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
bus	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Cerramiento	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Maquinaria y Equipo	1,00	\$15.000,00	\$15.000,00	\$1.500,00
Computadores	1,00	\$1.300,00	\$1.300,00	\$433,33
Laboratorio	1,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Muebles y Enseres	1,00	\$500,00	\$500,00	\$100,00
Software	0,00	\$200,00	\$0,00	\$0,00
Estructuras especiales (capacidad técnica)	0,00	\$300,00	\$0,00	\$0,00
Multimedia	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Menaje y servicios	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Vehículos y otros de carga pesada	1,00	\$8.000,00	\$8.000,00	\$1.600,00
Otros	1,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS			\$29.800,00	\$3.883,33

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

5.2.2 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

En la siguiente tabla se puede analizar que el financiamiento de la empresa será mediante crédito de 25.600 dólares que representa el 77,34% de la inversión y el restante de 7.500. Dólares que representan el 22.66% de la inversión total el cual se pagara a un plazo del 9,43% de interés

Tabla 38 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO		
INVERSIONES		
ACTIVOS FIJOS	VALORES	PORCENTAJE
Terrenos	\$ 0,00	0,00%
Edificios	\$ 0,00	0,00%
Almacén Comercial	\$ 5.000,00	15,11%
Galpón Industrial	\$ 0,00	0,00%
Vías de acceso	\$ 0,00	0,00%
Parqueadero, carga y descarga	\$ 0,00	0,00%
Cerramiento	\$ 0,00	0,00%
Maquinaria y Equipo	\$ 15.000,00	45,32%
Computadores	\$ 1.300,00	3,93%
Laboratorio	\$ 0,00	0,00%
Muebles y Enseres	\$ 500,00	1,51%
Software	\$ 0,00	0,00%
Estructura especiales	\$ 0,00	0,00%
Multimedia	\$ 0,00	0,00%
Menaje	\$ 0,00	0,00%
Vehículo	\$ 8.000,00	24,17%
Otros	\$ 0,00	0,00%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 29.800,00	90,03%
ACTIVOS DIFERIDOS		
Gastos de Instalación	\$ 500,00	1,51%
Capacitación	\$ 0,00	0,00%
Investigación y desarrollo	\$ 0,00	0,00%
Gastos Legales de Constitución	\$ 1.800,00	5,44%
Viajes (Contactos con Proveedores/clientes)	\$ 0,00	0,00%
Impuestos por contratar crédito	\$ 0,00	0,00%

PLAN DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CREACIÓN DE REGALOS PERSONALIZADOS POR MEDIO DE SUBLIMACIÓN UBICADA EN EL NORTE DE QUITO.

Intereses del período preoperacional	\$ 0,00	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.300,00	6,95%
CAPITAL DE TRABAJO		
Capital de operación	\$ 1.000,00	3,02%
TOTAL INVERSIÓN	\$ 33.100,00	100,00%
FINANCIAMIENTO		
Crédito	\$ 25.600,00	77,34%
Capital Social	\$ 7.500,00	22,66%
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 33.100,00	100,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

5.2.3 Amortización de Financiamiento

La tabla de amortización quiere decir el reembolso gradual de una deuda, en el cual la parte del capital prestado que se cancela en cada uno de esos pagos es una amortización

Tabla 39 TABLA DE AMORTIZACIÓN

MONTO DE PRÉSTAMO	\$ 25.600,00
PLAZO EN AÑOS	6,00
PERÍODOS DE GRACIA (AÑOS)	2,00
INTERÉS	9,43%
FECHA INICIO A PLAZO	01-ene-15

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

Tabla 40 FINANCIAMIENTO

PERIODOS	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				25600,00
1	961,201671	201,173333	760,0283377	24839,97
2	961,201671	195,200777	766,0008937	24073,97
3	961,201671	189,181287	772,020384	23301,95
4	961,201671	183,114493	778,0871776	22523,86
5	961,201671	177,000025	784,201646	21739,66
6	961,201671	170,837507	790,3641639	20949,30
7	961,201671	164,626562	796,575109	20152,72
8	961,201671	158,366809	802,8348617	19349,89
9	961,201671	152,057865	809,1438056	18540,74
10	961,201671	145,699344	815,5023274	17725,24
11	961,201671	139,290854	821,9108165	16903,33
12	961,201671	132,832005	828,3696657	16074,96
13	961,201671	126,3224	834,8792706	15240,08
14	961,201671	119,761641	841,4400302	14398,64
15	961,201671	113,149325	848,0523465	13550,59
16	961,201671	106,485047	854,7166245	12695,87
17	961,201671	99,7683984	861,4332726	11834,44
18	961,201671	92,9989686	868,2027024	10966,24
19	961,201671	86,1763423	875,0253287	10091,21
20	961,201671	79,3001016	881,9015694	9209,31
21	961,201671	72,3698251	888,8318459	8320,48
22	961,201671	65,3850882	895,8165828	7424,66
23	961,201671	58,3454629	902,8562081	6521,81
24	961,201671	51,2505179	909,9511531	5611,85
25	961,201671	44,0998184	917,1018526	4694,75
26	961,201671	36,8929263	924,3087447	3770,44
27	961,201671	29,6294001	931,5722709	2838,87
28	961,201671	22,3087947	938,8928763	1899,98
29	961,201671	14,9306615	946,2710095	953,71
30	961,201671	7,49454847	953,7071225	0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

5.2.4 Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales. El activo incluye todas aquellas cuentas que reflejan los valores de los que dispone la entidad. Todos los elementos del activo son susceptibles de traer dinero a la empresa en el futuro, bien sea mediante su uso, su venta o su cambio. Por el contrario, el pasivo muestra todas las obligaciones ciertas del ente y las contingencias que deben registrarse. Estas obligaciones son, naturalmente, económicas: préstamos, compras con pago diferido, etc. El patrimonio neto es el activo menos el pasivo y representa los aportes de los propietarios o accionistas más los resultados no distribuidos. El patrimonio neto o capital contable muestra también la capacidad que tiene la empresa de autofinanciarse. La ecuación básica de la contabilidad relaciona estos tres conceptos: Patrimonio neto = Activo – Pasivo que dicho de manera sencilla es:

Lo que se posee = Lo que se tiene - Lo que se debe

5.2.5 Estado de Resultados Projectados (a cinco años)

En este estado financiero se muestra el resultado de las operaciones, determina la correspondencia de ingresos, costos y gastos es decir la situación financiera de la empresa Hugs&Kisses a un periodo de 5 años, revela las fuentes de los ingresos y la naturaleza de los egresos operacionales durante este periodo.

Hugs and Kisses es una empresa con fines de lucro por lo tanto es necesario contar con una proyección de resultados, elaborando un estado de pérdidas y ganancias proyectado para los cinco años de vida útil del proyecto es decir desde el año 2015 hasta el 2020.

Tabla 41 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	01/01/2015		01/01/2016		01/01/2017		01/01/2018		01/01/2019		01/01/2020	
	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%
VENTAS NETAS	\$ 142.992,00	100,00%	\$ 127.876,32	100,00%	\$ 132.351,99	100,00%	\$ 136.984,31	100,00%	\$ 141.778,76	100,00%	\$ 146.741,02	100,00%
COSTO DE VENTAS	\$ 18.724,23	13,09%	\$ 16.744,8940	13,09%	\$ 17.330,97	13,09%	\$ 17.937,55	13,09%	\$ 18.565,36	13,09%	\$ 19.215,15	13,09%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 124.267,77	86,91%	\$ 111.131,43	86,91%	\$ 115.021,03	86,91%	\$ 119.046,76	86,91%	\$ 123.213,40	86,91%	\$ 127.525,87	86,91%
GASTO DE VENTAS	\$ 8.619,76	6,03%	\$ 7.708,57	6,03%	\$ 7.978,37	6,03%	\$ 8.257,61	6,03%	\$ 8.546,62	6,03%	\$ 8.845,76	6,03%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.500,00	2,45%	\$ 3.675,00	2,87%	\$ 3.858,75	2,92%	\$ 4.051,69	2,96%	\$ 4.254,27	3,00%	\$ 4.466,99	3,04%
UTILIDAD (PÉRDIDA) OPERACIONAL	\$ 112.148,01	78,43%	\$ 99.747,86	78,00%	\$ 103.183,91	77,96%	\$ 106.737,47	77,92%	\$ 110.412,50	77,88%	\$ 114.213,13	77,83%
GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)	\$ 2.272,57	1,59%	\$ 1.944,55	1,52%	\$ 839,29	0,63%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%
PAGO CUOTAS	\$ 3.330,67	2,33%	\$ 3.658,68	2,86%	\$ 1.962,32	1,48%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%
OTROS EGRESOS	\$ 84,63	0,06%	\$ 75,69	0,06%	\$ 78,33	0,06%	\$ 81,08	0,06%	\$ 83,91	0,06%	\$ 86,85	0,06%
UTILIDAD (PÉRDIDA) ANTES DE PARTICIPACIÓN	\$ 106.460,14	74,45%	\$ 94.068,94	73,56%	\$ 100.303,96	75,79%	\$ 106.656,39	77,86%	\$ 110.328,59	77,82%	\$ 114.126,27	77,77%
15% PARTICIPACIÓN LABORAL	\$ 15.969,02	11,17%	\$ 14.110,34	11,03%	\$ 15.045,59	11,37%	\$ 15.998,46	11,68%	\$ 16.549,29	11,67%	\$ 17.118,94	11,67%
UTILIDAD (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS	\$ 90.491,12	63,28%	\$ 79.958,60	62,53%	\$ 85.258,37	64,42%	\$ 90.657,93	66,18%	\$ 93.779,30	66,14%	\$ 97.007,33	66,11%

PLAN DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CREACIÓN DE REGALOS PERSONALIZADOS POR MEDIO DE SUBLIMACIÓN UBICADA EN EL NORTE DE QUITO.

IMPUESTO A LA RENTA	\$	15,82	\$	15,63	\$	16,10	\$	16,55	\$	16,54	\$	16,53	
		22.622,78	%	19.989,65	%	21.314,59	%	22.664,48	%	23.444,83	%	24.251,83	
UTILIDAD (PÉRDIDA) NETA	\$	47,46	\$	46,90	\$	48,31	\$	49,64	\$	49,61	\$	49,58	
		67.868,34	%	59.968,95	%	63.943,77	%	67.993,45	%	70.334,48	%	72.755,50	
RESERVA LEGAL	\$	4,75%	\$	5.996,90	4,69%	\$	4,83%	\$	4,96%	\$	4,96%	\$	4,96%
		6.786,83				6.394,38		6.799,34		7.033,45		7.275,55	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

5.2.6 Flujo de Caja

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

Tabla 42 FLUJO DE CAJA PROYECTADA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	Del al						
INGRESOS OPERACIONALES	Per. Preoperacional	01/01/2015	01/01/2016	01/01/2017	01/01/2018	01/01/2019	01/01/2020
Recuperación por ventas	\$ 0,00	\$ 142.992,00	\$ 127.876,32	\$ 132.351,99	\$ 136.984,31	\$ 141.778,76	\$ 146.741,02
EGRESOS OPERACIONALES							
Pago a proveedores	\$ 0,00	\$ 28,00	\$ 25,04	\$ 25,92	\$ 26,82	\$ 27,76	\$ 28,73
Mano de Obra Directa	\$ 0,00	\$ 4.080,00	\$ 4.080,00	\$ 4.284,00	\$ 4.284,00	\$ 4.498,20	\$ 4.498,20
Mano de Obra Indirecta	\$ 0,00	\$ 5.280,00	\$ 5.280,00	\$ 5.544,00	\$ 5.544,00	\$ 5.821,20	\$ 5.821,20
Gasto de Ventas	\$ 0,00	\$ 8.619,76	\$ 7.708,57	\$ 7.978,37	\$ 8.257,61	\$ 8.546,62	\$ 8.845,76
Gastos de Administración	\$ 0,00	\$ 26.766,67	\$ 28.105,00	\$ 29.510,25	\$ 30.985,76	\$ 32.535,05	\$ 34.161,80
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 0,00	\$ 14.616,23	\$ 13.071,15	\$ 13.528,64	\$ 14.002,14	\$ 14.492,22	\$ 14.999,45
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	\$ 0,00	\$ 59.390,66	\$ 58.269,76	\$ 60.871,17	\$ 63.100,34	\$ 65.921,06	\$ 68.355,14
FLUJO OPERACIONAL	\$ 0,00	\$ 83.601,34	\$ 69.606,56	\$ 71.480,82	\$ 73.883,97	\$ 75.857,71	\$ 78.385,88

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

5.3 EVALUACIÓN

5.3.1 Tasa de Descuento

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

Tabla 43 TMAR

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RETORNO (RENDIMIENTO)				
01/01/2015				
	% de Aporte		TMAR	Ponderación
Accionistas	22,66%		12%	2,72%
Crédito	77,34%		0%	0,00%
TMAR Global				2,72%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

Análisis:

La tasa mínima se establece en que 12% sería la tasa mínima aceptable con capital propio.

5.3.2 VAN

El valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto para determinar si luego de descontar la

inversión inicial nos quedara alguna ganancia si el resultado es positivo el proyecto es viable el van permite traer los beneficios futuros a valores presentes.

Tabla 44 VAN EN BASE AL TMAR

VALOR ACTUAL NETO EN BASE A LA TMAR		
01/01/2015		
Años	Flujo Operacional TMAR	VAN 2,72%
Inversión Inicial	-\$ 33.100,00	-\$ 33.100,00
01/01/2015	\$ 46.067,64	\$ 44.848,20
01/01/2016	\$ 37.220,71	\$ 35.276,28
01/01/2017	\$ 36.243,66	\$ 33.441,01
01/01/2018	\$ 35.221,03	\$ 31.637,23
01/01/2019	\$ 35.863,59	\$ 31.361,67
01/01/2020	\$ 37.015,10	\$ 31.511,82
perpetuidad	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL	\$ 194.531,74	\$ 174.976,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

El V.A.N tiene un 2,72% en base al TMAR con un total de 194.531,74 en el VAN y un flujo operacional de 174.976,20.

5.3.3 TIR

La TIR se denomina Tasa Interna de Rentabilidad puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Tabla 45 TIR

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	
01/01/2015	
Años	Flujos Operativos descontados
Inversión Inicial	-\$ 33.100,00
01/01/2015	\$ 44.848,20
01/01/2016	\$ 35.276,28
01/01/2017	\$ 33.441,01
01/01/2018	\$ 31.637,23
01/01/2019	\$ 31.361,67
01/01/2020	\$ 31.511,82
perpetuidad	\$ 0,00
TIR	25,11%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

La tasa interna de retorno tiene un 25,11% el cual demuestra que la ejecución del proyecto sería rentable

5.3.4 RBC (Relación Costo Beneficio)

El análisis costo beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad. La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto

Tabla 46 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

RAZÓN BENEFICIO / COSTO			
01/01/2015			
Años	Flujos Operativos descontados		
Inversión Inicial	-\$ 33.100,00		
01/01/2015	\$ 44.848,20	R =	<u>V. A. N.</u>
01/01/2016	\$ 35.276,28		Inversión
01/01/2017	\$ 33.441,01		
01/01/2018	\$ 31.637,23	R =	\$ 6,29
01/01/2019	\$ 31.361,67		
01/01/2020	\$ 31.511,82		
Perpetuidad	\$ 0,00		
	\$ 208.076,20		

La razón costo beneficio tiene un total de flujos operativos en un 208.076,20 y el V.A.N sobre la inversión tiene un \$ 6,29 dólares de ganancia.

5.3.5 Punto de Equilibrio

Hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).

En el punto de equilibrio, por lo tanto, una empresa logra cubrir sus costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo. En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas.

Tabla 47 PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO		
COSTOS FIJOS	01/01/2015 Valores	Porcentaje
Mano de obra directa	\$ 4.080,00	6,77%
Mano de obra indirecta	\$ 5.280,00	8,76%
Reparación y mantenimiento	\$ 802,00	1,33%
Arriendos	\$ 0,00	0,00%
Seguros	\$ 5.020,00	8,33%
Imprevistos	\$ 84,63	0,14%
Depreciación y Amortización	\$ 3.883,33	6,44%
Gastos de Ventas	\$ 8.619,76	14,30%
Gastos de Administración	\$ 26.766,67	44,41%
Gastos Financieros	\$ 2.272,57	3,77%
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 56.808,96	94,26%
COSTOS VARIABLES		
Materias primas consumidas	\$ 28,00	0,05%
Suministros	\$ 2.760,00	4,58%
Materiales Indirectos	\$ 669,60	1,11%
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 3.457,60	5,74%
PUNTO DE EQUILIBRIO		
	VALORES	\$ 60.266,56
		42,15%
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		
	costo ponderado	unidades ponderadas
peluche	\$ 22.815,20	1.267,51
camiseta	\$ 22.815,20	1.521,01
vasos	\$ 14.636,16	1.045,44

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

CAPÍTULO VI

6.01 Análisis de impactos

Para el desarrollo del presente capítulo se ha decidido realizar una matriz de impactos al igual se ha elaborado una escala de valores que nos permite evaluar y analizar los diferentes indicadores de una manera cuantitativa.

Escala de valores

Tabla 48 ESCALA DE VALORES

Escala	Nivel
-3	Impacto negativo alto
-2	Impacto negativo medio
-1	Impacto negativo bajo
0	No hay impactos
1	Impacto positivo bajo
2	Impacto positivo medio
3	Impacto positivo alto

A continuación se describe cada uno de los impactos con sus respectivos valores y ser analizado para un mejor desempeño de la empresa.

6.01.01 Impacto sobre el medio ambiente

Tabla 49 IMPACTO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE

Indicadores	Nivel de Impactos							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Manejo de desechos (plástico)							x	
Ruido					x			
Nivel de contaminación			x					
Contaminación del agua							x	
Total			-1		1		6	4

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

El impacto ambiental es un factor importante ya que el proyecto debe contribuir con la conservación del medio ambiente para poder ser ejecutado, en este caso la maquinaria que se va a utilizar no emite olores, ruido o desechos tóxicos.

Los químicos a utilizarse son tintas amigables con el medio ambiente las cuales son de mínimo impacto.

Cuando se realiza un regalo personalizado es de suma importancia la utilización de material de primera calidad y no tóxico a la salud de ser necesario se utilizarán implementos de seguridad como guantes, como también se implementará un sistema de reciclaje del papel ya impreso.

6.01.02 Impacto Económico

Tabla 50 IMPACTO ECONÓMICO

	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Fuentes de trabajo						X		
Mayor ingreso para los involucrados							X	
Incentivos los trabajadores							X	
Nivel de vida						X		
Total								10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

El presente proyecto tiene como objetivo crear mayor fuente de trabajo así como también mejorar la calidad de vida de sus empleados logrando de esta manera el crecimiento de la empresa.

6.01.01 Impacto Productivo

La producción de la empresa es un factor importante ya que mediante esta se revelará la utilidad que tendrá la empresa, es importante para la misma brindar servicios de calidad totalmente personalizados y a gusto del cliente lo cual dará una mayor credibilidad de la empresa.

Tabla 51 EMPACTO PRODUCTIVO

Indicadores	Nivel de Impactos							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Servicio Personalizado							X	
Valor Agregado							X	
Optimización de recursos							X	
Buena organización						X		
Total								11

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

Mediante el cuadro que se analizó nos daremos cuenta que los servicios que se pretenden implementar son de gran utilidad para la empresa y su crecimiento.

6.01.04 Impacto Social

El personal a beneficiarse en el proyecto son personas calificadas y capacitadas en el área de diseño gráfico y atención al cliente ya que el servicio se diferencia por la calidad de atención al cliente.

Tabla 52 NIVEL DE IMPACTO

Indicadores	Nivel de Impactos							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Capacitación							X	
Atención calificada							X	
Valores éticos							X	
Mejoramiento académico							X	
Total							9	11

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

La atención al cliente será nuestra mayor prioridad ya que con la atención y los diseños que se elaboren los clientes quedaran totalmente complacidos.

6.01.01 Resumen de Impactos

Tabla 53 RESUMEN DE IMPACTO

Indicadores	Nivel de Impactos							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Ambiental						X		
Impacto Productivo							X	
Impacto Económico						X		
Impacto Social							X	
Total						4	6	10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Geovanna Pichucho

Mediante el análisis de la tabla de de impactos se refleja un resultado positivo del proyecto ya que beneficiara social y económicamente al país y a su nueva matriz productiva.

CAPÍTULO VII

7.01 Conclusiones y Recomendaciones

7.01.01 Conclusiones:

El estudio de factibilidad presentado sobre la creación de una empresa de diseño especializado en creación de regalos personalizados mediante sublimación el cual demuestra la factibilidad que tendrá la empresa en su ejecución y su impacto tanto económico como social.

La empresa y su implementación según el estudio realizados a lo largo de la investigación científica a demostrados que si sería factible y tendría una buena acogida en el mercado como también en sus ingresos económicos

La implementación de redes sociales para llegar a los clientes potenciales será un medio importante para que las personas conozcan de los servicios de la empresa.

El estudio de mercado demuestra que la empresa no tiene mayor competencia y en el sector no se encuentra ninguna empresa que se dedique al mismo servicio.

7.01.02 Recomendaciones

- ✚ Según el crecimiento de población a lo largo de los años se obtendrá una mayor demanda del servicio a prestar por ende se necesitara una inversión parcial e incremento de maquinaria.

- ✚ Buen manejo de un medio de publicidad por el cual se promocione los productos que oferta la empresa y poder incrementar el número de personas que utilicen el servicio de regalos personalizados.

- ✚ Manejar adecuadamente cada una de las áreas que conforman la empresa y los procesos de las que se encargan las mismas, para cumplir con la misión, visión y objetivos que se ha planteado la empresa.

ANEXOS

Tema: Plan de factibilidad para la creación de una microempresa de diseño especializado en sublimados sobre regalos personalizados, ubicada en el sector norte de la Ciudad de Quito.

Nro de Encuesta:

Sector:.....

Genero

Femenino ()

Masculino ()

Nombre:

Edad:

Ocupación:

Teléfono / email:

Fecha:

9. Conoce usted sobre la creación de regalos personalizados sublimados

SI () No()

10. Con que frecuencia usted obsequia un regalo?

() Siempre () Casi siempre () Nunca

11.Cuál de estas opciones de regalos obsequia con frecuencia?

e) Peluche

f) Camiseta

g) porta retrato

h) otros

12. Le gustaría a usted obsequiar un regalo personalizado a una persona especial?

SI () No() Talvez ()

13. Es de su preferencia comprar regalos usuales y listos para regalar o comprar un regalo personalizado?

Listo () Personalizado ()

14. Conoce usted una empresa que preste servicios de regalos personalizados?

SI () No ()

15. Cual sería un factor importante para elegir los servicios de una empresa?

d) Bajos precios

e) Servicio eficiente

f) Calidad del producto

16. Cuanto estaría dispuesto a pagar por la creación de su regalo personalizado?

b) \$5 a \$20

b)\$20 a \$40

c) \$40 a \$60

17. Cuál de estos regalos personalizados serian de su preferencia al momento de la compra?

d) Peluche

e) Jarro

f) Camiseta

18. Si existiera un local cercano a usted usaría estos servicios de regalos personalizados?

SI () No() Tal vez ()

BIBLIOGRAFIA

<http://definicion.de/costo/#ixzz3EBFFE1k6>