



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDA  
SERVICIO DE REPARACIONES Y DESTINADA A LA REUTILIZACIÓN  
DE CELULARES Y SUS PARTES Y ASÍ CONTRIBUIR CON EL MEDIO  
AMBIENTE Y AL SECTOR TECNOLÓGICO UBICADO AL NORTE DEL  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración de Empresas**

**AUTOR: TANIA ELIZALDE**

**TUTOR: ING. ANGELA PIMBO**

**Quito, Mayo 2016**

---

## DECLARATORIA

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

Tania Maricela Elizalde Elizalde

C.I. 1727519132

---

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDA SERVICIO DE REPARACIONES Y DESTINADA A LA REUTILIZACIÓN DE CELULARES Y SUS PARTES Y ASÍ CONTRIBUIR CON EL MEDIO AMBIENTE Y AL SECTOR TECNOLÓGICO UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015-2016

## CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Tania Maricela Elizalde Elizalde portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1727519132 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: “La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDA SERVICIO DE REPARACIONES Y DESTINADA A LA REUTILIZACION DE CELULARES Y SUS PARTES Y ASI CONTRIBUIR CON EL MEDIO AMBIENTE Y AL SECTOR TECNOLOGICO UBICADO AL NORTE DEL DISTITOMETROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015 – 2016 ” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA \_\_\_\_\_

NOMBRE \_\_\_\_\_

CEDULA \_\_\_\_\_

Quito, a los .....

---

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDA SERVICIO DE REPARACIONES Y DESTINADA A LA REUTILIZACIÓN DE CELULARES Y SUS PARTES Y ASÍ CONTRIBUIR CON EL MEDIO AMBIENTE Y AL SECTOR TECNOLÓGICO UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015-2016

---

## AGRADECIMIENTO

Gracias a todas las Autoridades he Ingenieros Docentes de la institución por impartir su conocimiento día a día en las Aulas del Instituto Tecnológico Cordillera, su conocimiento dedicación, paciencia y apoyo me han guiado en esta travesías cumplimiento una meta más de todas las que he trazado en mi vida.

---

## DEDICATORIA

A mis Padres que con su apoyo incondicional, la paciencia y el amor me han guiado y por los cuales trato de ser una mejor persona cada día, ustedes han sido mi mayor venación y por los cuales siempre seguiré adelante.

Mis hermanos que están allí en todos los momentos buenos y malos brindándome su apoyo y aliento para seguir.

A mi compañero incondicional que no permito que retroceda que en todo momento me apoyo y me alentó para culminar mi meta y con amor celebro cada una de mis victorias y que sigue presente en una más (mi enamorado.)

Mis compañeros con los cuales vivimos momentos inolvidables y que siempre estuvimos para apoyarnos y seguir siempre adelante y cumplir el objetivo común obtener nuestra Tecnología.

---

## Resumen ejecutivo

La empresa Solución celular es una empresa dedicada a la reparación celular, el cual busca innovar en el mercado a través de reutilizar las piezas celulares de equipos móviles que esta sin uso o la venta de equipos reciclados. Está ubicada al norte de Quito en la parroquia de Cotocollao, aportando al país y al plan de buen vivir, apoyando el desarrollo económico, creación de fuentes de trabajo, formando parte de la solución de unos de los pilares para el crecimiento que está al tecnología y el proyecto presentado está fundamentado en información suficiente para analizar la factibilidad del proyecto.

En el estudio de mercado se determina la plaza, los clientes, competencia que existe entorno del proyecto. Los cuales se convierten en fortalezas o debilidades- oportunidades o amenazas para el desarrollo de la empresa.

El estudio técnico se determina el área y departamentos de trabajo, es importante ya que se necesitara del espacio y de la ubicación exacta para el proceso diario del proyecto.

En el estudio financiera se determina, los costos del servicio y todos los insumos necesarios que el proyecto necesita, el proyecto necesita de un capital inicial de \$9645.99, este capital será recuperado en 3 años 11 meses este tiempo es

---

apropiado para el desarrollo de un proyecto, la TIR es de 28.39 % y tiene un costo beneficio de \$1.82, se demuestra que el proyecto es viable y con proyección de crecimiento.

---

## ABSTRACT

The company cellular Solution is a company dedicated to cellular repair, which seeks to innovate in the market through reuse cellular mobile pieces of equipment that is unused or sale of recycled equipment. It is located north of Quito in the parish of Cotocollao, providing the country and the plan of good living, supporting economic development, creation of jobs, as part of the solution of one of the pillars for growth is the technology the project presented and based on sufficient time to analyze the feasibility of the project information.

In the study of market square, customers, competition existing project environment is determined. Which become strengths or weaknesses-opportunities or threats for the development of the company.

The technical study area and labor departments is determined, it is important because they need space and the exact location for the daily process of the project.

In the financial study determines the cost of service and all necessary inputs that the project needs, the project requires an initial capital of \$ 9645.99, this capital will be recovered in 3 years 11 months this time is appropriate for the development of a project the IRR is 28.39% and has a cost benefit of \$ 1.82, shows that the project is viable and projected growth.

## ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA .....	ii
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
ABSTRACT .....	viii
ÍNDICE GENERAL .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xx
CAPÍTULO I .....	1
1. Introducción .....	1
1.1 Justificación .....	2
1.2. Antecedentes .....	3
1.2.1 El primer Celular .....	3
1.2.2 Primera Generación .....	4
1.2.3 Segunda Generación .....	4
1.2.4 Tercera generación .....	5
1.2.5 Cuarta generación .....	5
CAPITULO II .....	6
2. Análisis Situacional .....	6
2.1. Ambiente externo .....	6
2.1.1 Factor económico .....	6
2.1.1.01 Inflación .....	7
2.1.1.02 Pib .....	8
2.1.1.03 Riesgo País .....	9
2.1.1.04 Tasa de interés .....	10

---

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE BRINDA SERVICIO DE REPARACIONES Y DESTINADA A LA REUTILIZACIÓN DE CELULARES Y SUS PARTES Y ASÍ CONTRIBUIR CON EL MEDIO AMBIENTE Y AL SECTOR TECNOLÓGICO UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015-2016

---

2.1.1.05 Tasa de interés activas.....	10
2.1.1.06 Tasa de interés pasiva.....	11
2.1.2 Factor Social.....	12
2.1.2.01 Crecimiento poblacional. ....	12
2.1.2.02 Desempleo.....	13
2.1.2.03 Población Económicamente activa.....	14
2.1.3 Factor legal.....	15
2.1.3.01 Requisitos.....	15
2.1.4 Factor tecnológico.....	17
2.2. Entorno Local.....	18
2.2.1. Clientes.....	18
2.2.1.01 Clientes Externos.....	18
2.2.1.02. Clientes internos.....	18
2.2.1.03. Poder del negocio.....	19
2.2.2 Proveedores.....	19
2.2.2.01. Poder de negocio.....	20
2.2.3 Competidores.....	21
2.2.3.01 Competidores directos.....	21
2.2.3.02. Competidores indirectos.....	22
2.3. Análisis internas.....	23
2.3.1. Propuestas estratégicas.....	23
2.3.1.01. Misión.....	24
2.3.1.02 Visión.....	26
2.3.1.03. Objetivo.....	27
2.3.1.03.01. Objetivo General.....	27
2.3.1.03.02. Objetivo Especifico.....	27
2.3.1.04. Principios o valores.....	28
2.3.1.04.01. Principios:.....	28
2.3.1.01.02. Valores.....	28
2.3.2. Gestión administrativa.....	29

---

---

2.3.2.1. Organigrama Estructural .....	29
3.3.3. Gestión Operativa.....	35
2.3.3.01. Flujo Grama de Procesos o de Servicio .....	35
2.3.4. Gestión Comercial.....	36
2.3.4.01. Producto .....	36
2.3.4.02. Precio.....	37
2.3.4.03. Plaza .....	37
2.3.4.04. Promoción .....	37
2.3.4.04.01. Logotipo .....	38
2.3.4.04.02. Papelería corporativa.....	39
2.3.4.04.03. Material P.O.P .....	42
2.4. Análisis FODA .....	42
CAPÍTULO III .....	46
3. Estudio de Mercado.....	46
3.1 Análisis del Consumidor .....	46
3.1.1. Determinación de la población y muestra .....	48
3.1.1.01 población .....	48
3.1.1.02 Tamaño del Universo .....	48
3.1.1.03 Muestra.....	48
3.1.1.04 Formulación de la muestra .....	49
3.1.2. Técnicas de la obtención de la información .....	50
3.1.2.01 Encuesta .....	51
3.1.2.02 Modelos da la encuesta .....	52
3.1.3. Análisis de la información.....	54
3.2. Oferta.....	67
3.2.1 Oferta Histórica .....	67
3.2.2. Oferta Actual .....	67
3.2.2.01 cálculo de la oferta actual.....	67
3.2.3 oferta proyectada .....	68
3.3 Demanda.....	69

---

---

3.3.1 Demanda Histórica .....	70
3.3.2 Demanda Actual .....	70
3.3.2.01 Cálculo de la Demanda Actual .....	70
3.3.3 Demanda Proyectada .....	71
3.4 Balance Oferta-Demanda .....	72
3.4.1 Balance actual .....	73
3.4.2. Balance proyectado .....	74
CAPITULO IV .....	75
4. Estudio técnico .....	75
4.1 Tamaño del proyecto .....	75
4.1.1 Capacidad instalada .....	75
4.1.2 Capacidad óptima .....	76
4.2.1 Macro localización .....	78
4.2.2 Micro localización .....	79
4.2.3 Localización óptima .....	80
4.3 Ingeniería del producto .....	81
4.3.1 Definición del producto o servicio .....	81
4.3.2 Distribuciones de la planta .....	82
4.3.2.01 Código de cercanía .....	83
4.3.2.02 Razones de cercanías .....	83
4.3.2.03 Tabulación de la matriz triangular .....	86
4.3.3 Proceso productivo .....	90
4.3.4 Maquinaria y equipo .....	92
CAPÍTULO V .....	95
5. Estudio Financiero .....	95
5.1 Ingresos operacionales y no operacionales. ....	95
5.1.1 Ingresos Operacionales .....	95
5.1.2 Ingresos No operacionales. ....	96
5.2 Costo .....	97
5.2.1 Costo Directo .....	97

---

---

5.2.1.01 Materia Prima Directa .....	98
5.2.1.02 Mano de Obra directa .....	99
5.2.2 Costo Indirecto .....	100
5.2.2.01 Materiales indirectos. ....	101
5.2.2.02 Servicios Básicos.....	101
5.2.2.03 Útiles de aseo .....	103
5.2.3 Gastos Administrativos .....	104
5.2.3.01 Sueldos .....	105
5.2.3.02 Útiles de Oficina.....	105
5.2.4 Costos de Venta.....	106
5.2.4.01 Sueldo del vendedor .....	107
5.2.4.02 Publicidad.....	108
5.2.5 Costos Financieros .....	109
5.3 Inversión.....	110
5.3.1 Inversión Fija.....	110
5.3.1.01 Activos Fijos .....	110
5.3.1.01.01 Equipo de Computación .....	111
5.3.1.01.02 Muebles y enseres .....	112
5.3.1.01.03 Maquinaria y equipo.....	112
5.3.1.01.04 Equipo de oficina .....	113
5.3.1.02 Activos Nominales .....	114
5.3.2 Capital de trabajo .....	115
5.3.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos .....	116
5.3.4 Amortización .....	118
5.3.5 Depreciación.....	120
5.3.6 Estado de situación inicial.....	122
5.3.7 Estado de resultados .....	123
5.3.8 Flujo de Caja .....	124
5.03.08.01 Flujo Neto Financiero.....	125
5.4 Evaluación .....	126

---

---

5.4.1 TMAR .....	126
5.4.2 Van .....	127
5.4.3 Período de recuperación de la inversión.....	128
5.4.4 Relación costo beneficio .....	130
5.4.6 Punto de Equilibrio.....	131
5.4.7 Análisis de índices financieros .....	133
5.4.7.01 ROE.....	133
5.4.7.02 ROA .....	134
CAPÍTULO VI.....	136
6. Análisis de impactos.....	136
6.1 Impacto Ambiental .....	136
6.2 Impacto Económico.....	137
6.3 Impacto Productivo .....	138
6.4 Impacto Social.....	138
CAPÍTULO VII.....	139
7. Conclusiones y Recomendaciones .....	139
7.1 Conclusiones .....	139
7.2 Recomendaciones .....	141
Bibliografía.....	143
ANEXOS.....	144

## ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 Tasa de Inflación.-.....	7
Tabla 2 Riesgo Pib .....	9
Tabla 3 Tasa de interés activas.....	10
Tabla 4 Tasa Interés Pasiva .....	11
Tabla 5 Crecimiento Poblacional .....	12
Tabla 6 Tasa de Desempleo.....	13
Tabla 7 Población Económicamente activa.....	14
Tabla 8 Proveedores .....	20
Tabla 9 Competidores Directos .....	21
Tabla 10 Competidores Indirectos .....	22
Tabla 11 Formulación de Misión .....	24
Tabla 12 Elementos para definir la Misión .....	25
Tabla 13 Formulación de Visión .....	26
Tabla 14 Gerente General .....	30
Tabla 15 Perfil de Contador Externo.....	31
Tabla 16 Perfil Cajera / Recepcionista .....	32
Tabla 17 Perfil del Técnico .....	33
Tabla 18 Perfil del Ejecutivo en Ventas.....	34
Tabla 19 Análisis FODA Fortaleza y Debilidades.....	43
Tabla 20 Análisis FODA Oportunidades y Amenaza .....	44
Tabla 21 Segmentación del Mercado .....	47
Tabla 22 Tamaño de Universo .....	48
Tabla 23 Datos Generales .....	54
Tabla 24.- Pregunta Uno .....	55

---

Tabla 25 Pregunta 2.....	56
Tabla 26 Pregunta 3.....	57
Tabla 27 Pregunta 4.....	58
Tabla 28 Pregunta 5.....	59
Tabla 29 Pregunta 6.....	60
Tabla 30 Pregunta 7.....	61
Tabla 31 Pregunta 9.....	62
Tabla 32 Pregunta 9.....	63
Tabla 33 Pregunta 10.....	64
Tabla 34 Pregunta 10.....	64
Tabla 35 Pregunta 11.....	65
Tabla 36 Pregunta 12.....	66
Tabla 37 Oferta Actual.....	67
Tabla 38 Oferta Proyectada.....	68
Tabla 39 Demanda.....	69
Tabla 40 Frecuencia de Consumo.....	69
Tabla 41 Demanda en dólares Actuales.....	70
Tabla 42 Demanda Actual.....	71
Tabla 43 Demanda Proyectada.....	72
Tabla 44 Balance Actual.....	73
Tabla 45 Balance Proyectado.....	74
Tabla 46 Capacidad Instalada.....	76
Tabla 47 Capacidad Optima.....	77
Tabla 48 Macro Localización.....	78
Tabla 49 Localización Optima.....	80
Tabla 50 Distribución de la Planta.....	82
Tabla 51 Código de Cercanía.....	83
Tabla 52 Razones de Cercanía.....	83

---

---

Tabla 53 descripción de flujo grama .....	92
Tabla 54 Maquinaria .....	92
Tabla 55 Muebles y Enseres.....	93
Tabla 56 Equipo de Computación .....	93
Tabla 57 Equipo de Oficina.....	94
Tabla 58 Datos de Tasas.....	95
Tabla 59 Ingresos Operacionales .....	96
Tabla 60 Costos Directos .....	97
Tabla 61 Materia Prima Directa .....	98
Tabla 62 Mano de Obra Directa .....	99
Tabla 63 Costos Indirectos .....	100
Tabla 64 Materia Prima Indirecta.....	101
Tabla 65 Servicios Básicos .....	102
Tabla 66 Útiles de Aseo .....	103
Tabla 67 Gastos Administrativos .....	104
Tabla 68 Sueldo.....	105
Tabla 69 Útiles de Oficina.....	106
Tabla 70 Gatos Ventas .....	107
Tabla 71 Sueldo Ejecutivo de Ventas .....	107
Tabla 72 Publicidad.....	108
Tabla 73 Gastos Financieros .....	109
Tabla 74 Activo Fijo .....	110
Tabla 75 Equipo de Computación .....	111
Tabla 76 Muebles y Enseres.....	112
Tabla 77 Maquinaria y Equipo.....	113
Tabla 78 Equipo de Oficina.....	114
Tabla 79.- Activos Nominales.....	115
Tabla 80 Capital de Trabajo .....	116

---

---

Tabla 81 Fuentes de Financiamiento.....	117
Tabla 82 Tasa de Amortización Francesa .....	118
Tabla 83 Amortización.....	119
Tabla 84 Ingreso Depreciación .....	120
Tabla 85 Depreciación de Activos Diferidos .....	121
Tabla 86 Estado de situación inicial.....	122
Tabla 87 Estado de Resultados.....	123
Tabla 88 Flujo de Caja .....	124
Tabla 89 Flujo Neto Financiero .....	125
Tabla 90 TMAR .....	126
Tabla 91 Tasa Interna de Retorno .....	127
Tabla 92 Valor Actual NETO .....	128
Tabla 93 Periodo de Recuperación.....	129
Tabla 94 Periodo de Recuperación detallado.....	129
Tabla 95 Relación Costo Beneficio.....	130
Tabla 96 Punto de Equilibrio .....	131
Tabla 97 R.O.E.....	133
Tabla 98 ROA .....	134
Tabla 99 R.O.I.....	135

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Pib .....	8
Figura 2 Organigrama Estructural .....	29
Figura 3 Flujo Grama de Procesos o de Servicio .....	35
Figura 4 Producto .....	36
Figura 5 Logotipo .....	38
Figura 6 Slogan .....	39
Figura 7 Tarjeta de Presentación .....	39
Figura 8 Hoja Membretada .....	40
Figura 9 Sobre dé a empresa .....	41
Figura 10 Carpeta para archivos .....	41
Figura 11 Material P.O.P .....	42
Figura 12 Mapa de Quito .....	79
Figura 13 Micro localización .....	79
Figura 14 Mapa de la Avenidas .....	80
Figura 15 Matriz Triangular .....	84
Figura 16 Plano de la Planta .....	85
Figura 17 Área Administrativa .....	86
Figura 18 Caja / Recepción .....	87
Figura 19 Área de Taller de Recepción .....	88
Figura 20 Bodega .....	89
Figura 21 Área de Ventas .....	90
Figura 22 Proceso Productivo .....	91
Figura 23 Punto de Equilibrio .....	132

---

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Datos Generales .....	54
Gráfico 2 Pregunta 1 .....	55
Gráfico 3 Pregunta .....	56
Gráfico 4 Pregunta 3 .....	57
Gráfico 5 Pregunta 4 .....	58
Gráfico 6 Pregunta 5 .....	59
Gráfico 7 Pregunta 7 .....	60
Gráfico 8 Pregunta 7 .....	61
Gráfico 9 Pregunta 9 .....	62
Gráfico 10 Pregunta 9 .....	63
Gráfico 11 Pregunta 11 .....	65
Gráfico 12 Pregunta 12 .....	66

---

## CAPÍTULO I

### 1. Introducción

La telefonía celular ha revolucionado y generado cambios en los patrones de consumo de los clientes en el mundo.

Su aporte a la comunicación e información y el avance tecnológico han convertido a los celulares móviles en la herramienta Tecnológica más utilizada a nivel mundial que nos permite establecer procesos más ágiles y eficientes.

El uso los teléfonos móviles cada vez es mayor y se puede ver generaciones con una edad menor ya con uso del celular, Ecuador no es la excepción es por ello que se ha tomado decisiones Gubernamentales sobre los aranceles de estos bienes.

Debido a estas medidas tomadas por el Gobierno los precios actuales de los equipos móviles se han incrementado el doble, de los países vecinos se importan los celulares os cuales tienen un costo bajo, pero a través de todos los impuestos y aranceles el precio de venta al público es el doble del precio real en Ecuador.

Esto ha llevado a los consumidores a cuidar y preservar los celulares por el tiempo más extenso posible. El proyecto planteado se basa en una alternativa de ahorro y la reutilización de los equipos móviles. La reparación de celulares es una

---

actividad rentable, fácil de iniciar, se necesita de poca inversión y no consume gran parte de su tiempo. Es común que los dispositivos electrónicos en algún momento comiencen a presentar fallas, ya sea por no darles el cuidado apropiado, mantenimiento, por el mismo paso del tiempo o accidentes que a todos nos pueden ocurrir.

Muchos de los usuarios de la telefonía móvil dejan de lado a sus celulares cuando estos han sufrido un daño ya sea el software o hardware y prefieren comprar uno nuevo por la comodidad haciendo una inversión mucho mayor a la se realizaría con la reparación del celular, o a su vez los desechan el móvil al no tener una reparación ya sea por un daño irreparable o por no ser de una marca reconocida y con facilidad de repuestos para el celular.

### **1.1 Justificación**

El proyecto planteado se enfoca principalmente en apoyar al sector tecnológico del país, este mercado es uno de los más crecientes económicamente en la actualidad y con un valor por equipo móvil que se incrementa continuamente por los aranceles establecidos por el Gobierno. El problema común de los teléfonos móviles es su vida útil que con el tiempo y la forma de uso presentan problemas de software y Hardware los cuales tiene una reparación y su costo no sobrepasara al valor de un equipo nuevo, buscando una solución didáctica y económica para los clientes, la reparación celular daría una prolongación de vida de los equipos móviles a un bajo costo y con los beneficios esperados por los clientes , otra

---

solución que se ofrece es la compra de teléfonos con daños irreparables para a utilización de sus piezas apoyando de esta manera al cuidado del medio ambiente, un beneficio recíproco con el cliente y la empresa, de igual manera la compra de teléfonos usados en buenas condiciones para la reventa del mismo, generando un impacto favorable para los cliente al poder brindar una herramienta necesaria a un bajo costo y prologando el uso del equipo móvil. Se buscara el posicionamiento de la empresa siendo una de las primeras en utilizar el reciclaje como una herramienta útil para el desarrollo diario de su servicio, la comodidad del usuario y la utilidad de su móvil.

Con este proyecto se aportara al desarrollo de la matriz productiva y al plan del buen vivir, mejorara el nivel socioeconómico del sector y de sus habitantes ya que se genera empleo a los mismo habitantes y con esto disminuye en mínima parte el su desempleo.

## **1.2. Antecedentes**

### **1.2.1 El primer Celular**

El sistema celular fue creado para satisfacer la demanda de comunicación móvil dentro de un espectro de radiofrecuencia limitado. Esta limitación es el factor original que motivó y sigue motivando el desarrollo del teléfono celular, frente a otros factores como la duración de la batería o el tamaño del aparato. El sistema debe acomodar miles de usuarios dentro de un espectro reducido para transmitir cada vez más información. La transmisión de voz, pero actualmente también la demanda de

---

imágenes, vídeos y acceso a internet, continúan aumentando los requisitos del sistema.

### **1.2.2 Primera Generación**

En el año 1981 se introdujo la tecnología (1G) se caracterizaba por ser analógica y estrictamente para la función de voz. Era una calidad baja de enlaces y de frecuencia que dificultaban la buena comunicación por la poca capacidad y seguridad de celular.

A partir de los primeros equipos de comunicación que se instalaban en los automóviles el primer celular portátil se introdujo en el año 1983

El celular móvil tenía un peso de 800 gramos y una dimensión de 33x9x4.5, al cual se lo denomina "El ladrillo"

### **1.2.3 Segunda Generación**

En 1990 se introduce la nueva tecnología denominada (2G) cuya característica es la digitalización. Este sistema utilizó protocolos más sofisticados. Estos protocolos soportaban información más compleja y veloz para una mejor resolución de voz, y con la nueva implementación de mensajes conocidos por SMS. Afirma (Bernardo, 2007, pág. 2) que: Debido al retraso de la llegada de la tercera generación (3G) se desarrolló una generación intermedia, denominada 2.5G, introducida en el año 2001. Esta generación cuenta con capacidades muy superiores a los sistemas 2G y emplean tecnología como GPRS.

---

### 1.2.4 Tercera generación

Conocida como (3G) se caracteriza por la complementación de la transmisión de voz y mensajes con el acceso a internet móvil, una tecnología apta para aplicaciones multimedia y la transmisión de datos con el uso de protocolos que soportan altas velocidades de información y que sus aplicaciones llegan al alcance del (mp3) video en movimiento, video conferencia y acceso rápido al internet.

### 1.2.5 Cuarta generación

Esta generación (4G) es la transmisión de datos y voz a alta velocidad a través de redes inalámbricas. Las 4G podrán llevar conectividad a dispositivos móviles con una rapidez 10 veces mayor.

Según (Marín , 2011, pág. 15) dice:

La generación 4, o 4G, es la evolución tecnológica que ofrece al usuario de telefonía móvil, internet con más rapidez un mayor ancho de banda que permite, entre muchas otras cosas, la recepción de televisión en Alta Definición. Como ejemplo, podríamos citar al concepto Mobile Nokia .Hoy en día, existe un sistema de este nivel, operando con efectividad sólo con algunas compañías de EEUU, llamado LTE. Por otro lado, cabe la posibilidad de fabricar, uno mismo, teléfonos móviles utilizando: Arduino.

---

## CAPITULO II

### 2 Análisis Situacional

Según (Faga & Ramos, 2006, pág. 179) “El análisis situacional es el fundamento de la empresa con su contexto y competencia. El análisis situacional también se denomina análisis FODA.”

#### 2.1. Ambiente externo

Afirma (Hitt, 2006, pág. 77):

El ambiente externo se divide en: Ambiente externo de tareas consiste en fuerzas de alto potencial para afectar a la organización de manera inmediata por su parte el Ambiente general son la fuerza que por lo común influyen en el ambiente externo de tarea de la organización y, por lo tanto en la propia organización.

##### 2.1.1 Factor económico

Comenta (Hax, 2004, pág. 123) que: “El factor económico trata de captar las condiciones y las tendencias que caracterizan las actividades económicas en todas las principales ubicaciones geográficas relevantes para la empresa. “

### 2.1.1.01 Inflación

Dice (Mantey & Levy , 2005, pág. 21) que: “La inflación no es un fenómeno monetario; es los resultados de desequilibrios de carácter real que se manifiesta en forma de aumento de nivel general de precios.”

**Tabla 1 Tasa de Inflación.-**

Mes	Índice	Inflación Mensual	Inflación Anual	Inflación Acumulada
<b>dic-14</b>	100,64	0,11%	3,67%	3,67%
<b>ene-15</b>	101,24	0,59%	3,53%	0,59%
<b>feb-15</b>	101,86	0,61%	4,05%	1,21%
<b>mar-15</b>	102,28	0,41%	3,76%	1,63%
<b>abr-15</b>	103,14	0,84%	4,32%	2,48%
<b>may-15</b>	103,32	0,18%	4,55%	2,66%
<b>jun-15</b>	103,74	0,41%	4,87%	3,08%
<b>jul-15</b>	103,66	-0,08%	4,36%	2,99%
<b>ago-15</b>	103,66	-0,001%	4,14%	2,99%
<b>sep-15</b>	103,93	0,26%	3,78%	3,27%
<b>oct-15</b>	103,84	-0,09%	3,48%	3,17%
<b>nov-15</b>	103,95	0,11%	3,40%	3,28%
<b>dic-15</b>	104,05	0,09%	3,38%	3,38%

Fuente: INEC

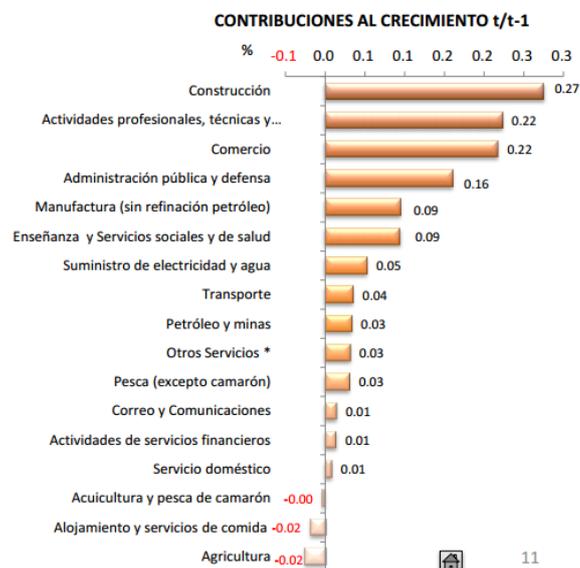
Elaborado Por: Tania Elizalde

### Análisis:

En la tabla de inflación de Diciembre del 2014 la tasa de inflación fue de 3,76 y la de Diciembre del 2015 fue de 3.38% esto demuestra una disminución del valor de productos según el Inec pero en la realidad la canasta básica es alta a comparación el salario mínimo vital el cual representa una amenaza de intensidad media para la empresa.

### 2.1.1.02 Pib

Comentas (Departamento de Estadística, 2007, pág. 22) que: “Es la suma del valor agregado producidos por todas la unidades institucionales residentes en la economía nacional más el valor de los impuestos menos las subvenciones a los productos.”



**Figura 1 Pib**

Fuente: Banco Central del Ecuador

### Análisis:

En la tabla se puede observar que el Pib de servicio es de 0.03 de este ofreciendo a las empresas una oportunidad ya que la materia prima utilizada para la elaboración de productos es alta y sus costos accesibles para la utilización de los mismos.

### 2.1.1.03 Riesgo País

Describe (Mendialdua, 2015, pág. 241) que: “El Riesgo país puede definirse (en un sentido amplio) haciendo referencia al riesgo que aparece cuando se opera en o con un determinado país, incluso exportando y/o importando.”

Tabla 2 Riesgo Pib

Fecha	Valor
Enero -20- 2016	1703,00
Enero -19- 2016	1692,00
Enero -18- 2016	1678,00
Enero -17- 2016	1678,00
Enero -16- 2016	1678,00
Enero -15- 2016	1678,00
Enero -14- 2016	1590,00
Enero -13- 2016	1590,00
Enero -12- 2016	1574,00
Enero -11- 2016	1500,00
Enero -10- 2016	1449,00
Enero -09- 2016	1449,00
Enero -08- 2016	1449,00
Enero -07- 2016	1423,00
Enero -06- 2016	1378,00
Enero -05- 2016	1329,00
Enero -04- 2016	1295,00
Enero -03- 2016	1266,00
Enero -02- 2016	1266,00
Enero -01- 2016	1262,00
Diciembre -31-2015	1260,00
Diciembre -30-2015	1267,00
Diciembre -29-2015	1267,00
Diciembre -28-2015	1267,00
Diciembre -27-2015	1267,00
Diciembre -26-2015	1267,00
Diciembre -25-2015	1267,00
Diciembre -24-2015	1267,00
Diciembre -23-2015	1270,00
Diciembre -22-2015	1284,00

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

En la actualidad se podría observar que el riesgo país es alto, esto es debido a las nuevas leyes implementadas por el estado, el país actualmente no está apto para la inversión lo que representa una Amenaza de intensidad baja para la empresa.

### 2.1.1.04 Tasa de interés

Señala (Ortíz Soto, 2001, pág. 127) que: “Es un rendimiento porcentual que se paga durante algún periodo contra un préstamo seguro, al que rinde cual forma de capital monetario en un mercado.”

### 2.1.1.05 Tasa de interés activas

Como (Ortíz Soto, 2001, pág. 127) Como: “Tasa activa de interés es la representa el rendimiento que el usuario del crédito paga al intermediario por la utilización de los fondos.”

**Tabla 3 Tasa de interés activas**

Tasas de Interés diciembre-2015			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima	% anual
para el segmento:		para el segmento:	
Productivo Corporativo	9.20	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.76	Productivo Empresarial	10.21
<b>Productivo PYMES</b>	<b>10.28</b>	<b>Productivo PYMES</b>	<b>11.83</b>
Comercial Ordinario	9.03	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	9.12	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.92	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.12	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.21	Consumo Ordinario*	17.30
Consumo Prioritario	16.00	Consumo Prioritario **	17.30
Educativo	7.11	Educativo **	9.50
Inmobiliario	10.89	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.97	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	29.04	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	26.90	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	24.25	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.23	Inversión Pública	9.33

Fuente: Banco Central Ecuador  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

La tasa activa en diciembre de 2015 para las empresas Pymes es de 11.83% el cual brinda una oportunidad de intensidad media en el sector crediticio, el cual ayudara a la empresa al necesitar una inyección de capital para su crecimiento. Esta tasa de interés no es exacta ya que cambia y sube por los factores económicos que en la actualidad afectan al país.

### 2.1.1.06 Tasa de interés pasiva

Menciona (Ortíz Soto, 2001, pág. 128) que: "Tasa pasiva de interés es la que representa el rendimiento que le intermediario paga a los propietarios del capital.

**Tabla 4 Tasa Interés Pasiva**

2. TASAS DE INTERES PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% Anual	Tasas Referenciales	% Anual
Depósitos a plazo	5.14	Depósitos de Ahorro	0.87
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	1.25
Operaciones de Reporto	0.08		
3. TASAS DE INTERES PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% Anual	Tasas Referenciales	% Anual
<b>Plazo 30-60</b>	<b>4.54</b>	Plazo 121-180	5.99
Plazo 61-90	4.63	Plazo 181-360	6.15
Plazo 91-120	5.12	Plazo 361 y más	6.89

Fuente: Banco Central Ecuador  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis:

La tasa de interés pasiva genera una ganancia del 4.54% anual un porcentaje demasiado bajo para la empresa. No se recomienda a las empresas a tener su capital en depósitos a plazo ya se la ganancia es baja y es una oportunidad de intensidad baja, se recomienda la inversión en otros ámbitos.

### 2.1.2 Factor Social

Comenta (Keller , 2006, pág. 176) que:” Además de los factores culturales, los factores sociales, como grupo de referencias, familia, roles sociales y estatus, influyen en el comportamiento del consumidor.”

#### 2.1.2.01 Crecimiento poblacional.

Afirma (Keller , 2006, pág. 202) que: “Es el cambio que se produce en una población en un cierto plazo, es el índice de natalidad, migraciones y las inmigraciones, el cual genera cambios y el número de habitantes de un país.”

**Tabla 5 Crecimiento Poblacional**

PARROQUIA	COTOCOLLAO
Número de población cantonal Quito	1097521
Número de población parroquial	31263

Fuente: INEC

Elaborado por: Tania Elizalde

#### **Análisis:**

El censo es una herramienta que permite analizar la población y su crecimiento, en el censo del 2010 refleja que en la parroquia cotocollao hay una población de 31.263 habitantes es un numero alto que permite una Oportunidad de intensidad o importancia alta para el desarrollo para el proyecto de Reparación de celulares.

### 2.1.2.02 Desempleo

Comenta (Planas , 2007, pág. 998) que:

Situación en la que se encuentren quienes, pudiendo y queriendo trabajar, pierdan su empleo o vean reducida su jornada ordinaria de trabajo. Puede ser total o parcial: Sera total cuando el trabajador cese, con carácter temporal o definitivo en la actividad que venía desarrollando y sea privado. Será parcial cuando el trabajador vea reducida temporalmente su jornada ordinaria del trabajo.

**Tabla 6 Tasa de Desempleo**

Periodo	Quito	Guayaquil	Cuenca	Machala	Ambato
dic-07	6,1%	7,0%	4,9%	3,5%	6,5%
dic-08	5,9%	9,5%	4,4%	8,7%	3,8%
dic-09	6,1%	11,7%	4,7%	8,4%	3,9%
dic-10	4,3%	7,6%	2,5%	4,3%	3,2%
dic-11	4,3%	5,9%	3,9%	4,6%	2,3%
dic-12	4,4%	5,5%	3,7%	4,4%	3,3%
dic-13	4,0%	5,7%	3,7%	3,8%	3,4%
dic-14	3,2%	4,0%	2,3%	2,5%	3,7%
dic-15	4,9%	4,8%	3,3%	2,7%	5,7%

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

#### **Análisis.**

En el cuadro se observa que la tasa de desempleo en Quito el mes de diciembre del 2014 fue de 3.2% y en Diciembre del 2015 es de 4.9%, que indica que la tasa ha aumentado en un 1.7% esto se convierte Amenaza de intensidad media para la empresa ya que serán las personas Económicamente activa quien necesiten del servicio y podrán acceder a este.

### 2.1.2.03 Población Económicamente activa

Asegura (Vilacorte , 2010, pág. 12) que: “Son todas aquellas personas de uno u otro sexo que suministran la mano de obra disponible para producción de bienes y servicios.”

**Tabla 7 Población Económicamente activa**

QUITO	
EDAD	TOTAL
ME nos A 1 Año	25.455
DE 1 A 4 años	117.683
de 5 a 9 años	147.023
de 10 a 14 años	144.887
de 15 a 19 años	146.299
de 20 a 24 años	157.641
de 25 a 29 años	154.807
de 30 a 34 años	133.572
de 35 a 39 años	114.284
de 40 a 44 años	98.116
de 45 a 49 años	91.774
de 50 a 54 años	74.727
de 55 a 59 años	61.851
de 60 a 64 años	47.277
de 65 a 69 años	36.514
de 70 a 74 años	25.444
de 75 a 79 años	17.870
de 80 a 84 años	13.012
de 85 a 89 años	6.875
de 90 a 94 años	3.000
de 95 a 99 años	870
de 100 años en adelante	165
<b>TOTAL</b>	<b>1.619.146</b>
Pea de 20 a 74 años	996.007

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado: Tania Elizalde

## **Análisis.**

Actualmente en Quito tiene un población de 996.007 que es Económicamente activa esto es una Oportunidad de intensidad Alta para la empresa ya que estas serán las personas que podrán acceder al servicio y serán las que puedan adquirir el mismo.

### **2.1.3 Factor legal**

Explica (Vilacorte , 2010, pág. 33) que: “la variabilidad de la vida política y legal que rigen la región o país donde la empresa desarrolla sus actividades.”

#### ***2.1.3.01 Requisitos***

## **RUC**

Requisitos:

- ✓ Cédula de ciudadanía
- ✓ Papeleta de votación
- ✓ Planilla de servicios básicos

## **LUAE**

Requisitos

- ✓ Formulario de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de la Actividad Económica
- ✓ Copia de RUC.
- ✓ Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte
- ✓ Papeleta de Votación de las últimas elecciones.

### **Patente municipal**

#### Requisitos

- ✓ Copia color de cédula de identidad
- ✓ Certificado de votación del propietario
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia de la declaración del impuesto a la renta
- ✓ Copia de las declaraciones del impuesto al valor agregado-IVA.
- ✓ Copia del pago al Cuerpo de Bomberos.

### **Permiso de cuerpo de bomberos**

#### Requisitos:

- ✓ **Informe de Inspección**
- ✓ Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- ✓ Copia de RUC
- ✓ Copia del permiso del año anterior
- ✓ Copia de la patente municipal

### **Permiso de funcionamiento emitido por el ministerio de salud (para los establecimientos que requieren control sanitario)**

#### Requisitos:

- ✓ Solicitud de Permiso de Funcionamiento
- ✓ Planilla de inspección
- ✓ Certificado del título profesional del CONESUP
- ✓ Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes

- ✓ Croquis de la ubicación de la planta
- ✓ Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario
- ✓ Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y el Ministerio de Salud
- ✓ Copia del RUC del establecimiento
- ✓ Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

#### **2.1.4 Factor tecnológico**

Dice (Martínez & Milla Artemio, 2012, pág. 35) que: “Los factores tecnológicos generan nuevos productos y servicios y mejoran la forma en la que se produce y se entregan al usuario final. Las innovaciones pueden crear nuevos sectores y alterar los límites en los sectores existentes.”

En la actualidad la herramienta fundamental para la vida cotidiana es la tecnología, el desarrollo de esta es cada vez mayor, es por esto que la empresa contara con equipos actuales de tecnología para el área administrativa como la operativa, facilitando de esta manera las labores diarias y su eficacia y eficiencia en las mismas.

En el área operativa a innovación constante de tecnologías que ayudara a la empresa a brindar un producto y servicio de calidad y satisfaciendo la necesidad de los clientes.

---

## **2.2. Entorno Local**

Afirma (Rodríguez & Paredes , 2005, pág. 90) que :”Son los factores internos y externos que mayor impacto tiene en una organización, así como las herramientas y destrezas para diagnosticar la cultura de la empresa y formular una propuesta básica innovadora.”

### **2.2.1. Clientes**

Menciona (Vanesa, 2006, pág. 3):”Se trata de la persona que recibe los productos y servicios en el intento que hace la empresa en satisfacer sus necesidades y cuya aceptación depende su permanencia en el mercado.”

#### ***2.2.1.01 Clientes Externos***

Los clientes externos son beneficiados por el servicio brindado por la empresa como son las compañías la comunidad y todas aquellas personas que necesiten de los servicio para satisfacer sus necesidades.

#### ***2.2.1.02. Clientes internos.***

El cliente interno de la empresa son sus trabajadores quienes desempeñan un rol importante en la elaboración del producto o servicio brindado por la empresa.

### **2.2.1.03. Poder del negocio**

Para la empresa el poder de negocio es de suma importancia ya que serán las estrategias que se necesita para poder llegar al cliente, poder lograr implementar el servicio de Solución Celular como prioridad para a reparación celular, con la oferta de servicio y productos de calidad, la innovación y las promociones mensuales.

### **Análisis**

El cliente externo e interno es la base fundamental de una empresa a la cual deberá destinar todos los recursos para poder satisfacer sus necesidades y convertirlos en clientes leales al servicio o producto brindado por la empresa, para el complemento de este los clientes internos deberían ser un personal proactivo y con un desempeño excelente en la empresa ya que ellos estarán encargados de dar el valor y la calidad al producto o servicio, el conocimiento y seguridad brindada por los contactos y medios de contactos utilizados por la empresa para la publicación del trabajo y sus promociones actuara como fuente fundamental para el crecimiento. Por lo tanto representa una oportunidad de intensidad alta.

### **2.2.2 Proveedores**

Afirma (Mohamed & Verdù, 2013, pág. 22) qué; “Es la empresa que suministra a otra empresa o persona compradora de los productos necesarios.”

**Tabla 8 Proveedores**

Proveedores	Ubicación	Teléfono	Producto
La Diferencia	Av. Shyris y Gaspar de Villarroel "Centro Comercial Galería	2255158 ext 201	Repuestos Celulares y Accesorios
Celular Fin	6 de Diciembre y Veintenilla	2902202 ext 104	Repuestos Celulares y Accesorios
El Comisariato del celular	Av. 10 de Agosto y Rio Coca	2582124	Repuestos Celulares y Accesorios
Impacell	Colon y 9 de Octubre	2276450	Repuestos Celulares y Accesorios

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Tania Elizalde

### **2.2.2.01. Poder de negocio**

Los proveedores es una parte fundamental para la empresa ya que son los que distribuyen los productos, con los proveedores se trata de tener convenios comerciales sobre los productos y servicios que brindan, el proveedor dará sus ofertas a conocer a las empresas también implementara promociones tanto en el precio como forma de pago estoy dependerá de la cantidad de productos comprado o su valor.

## Análisis

Se convertirán en oportunidad de intensidad alta cuando estos ofrecen costos accesibles y productos o servicios de buena calidad, para así poder cubrir Las necesidades de la empresa y por ende brindar y cubrir las necesidades de los clientes.

### 2.2.3 Competidores

(Celani & Stanley, 2005, pág. 87) Según: “Son empresas que ofrecen al mercado el mismo o una sustitución del servicio o producto que ofrece la empresa.”

#### 2.2.3.01 Competidores directos

Los competidores directos son aquellas empresas o personas que satisfacen al mercado con un producto o servicio igual al de otras empresas.

**Tabla 9 Competidores Directos**

Establecimiento	Ubicación	Producto
One solucion	25 de mayo y Alfareros	Reparación de celulares toda tipo de sistema

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Tania Elizalde

### 2.2.3.02. Competidores indirectos

Satisfacen al mismo mercado pero con productos sustitutos los cuales tendrán otro impacto en los consumidores sea este negativo o positivo dependiendo de la calidad y su utilidad para satisfacer la necesidad.

**Tabla 10 Competidores Indirectos**

Establecimiento	Ubicación	Producto
Servismart	Centro Comercial Espiral local 151	Reparación de celulares Smartphone
Mega Celular	10 de Agosto y Amazonas	Reparación de celulares Smartphone

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Tania Elizalde

### Ventaja Competitiva

Las ventajas competitivas son aquellas que hacen que la empresa sea diferente a las demás que ofrecen el mismo servicio o producto, dándole un valor agregado a este.

Esta ventaja competitiva será la que ayude a establecer nuestro mercado y preferencias en los clientes.

La empresa de reparación celular ofrecerá a los clientes las siguientes ventajas competitivas:

#### **Buen trato al cliente.**

Ofrecer servicios de calidad, con precios accesibles para todo el mercado.

---

Brindar solución a su problema a través de nuestra reutilización de los equipos, ya sea con la compra de su equipo o la venta de uno nuevo para su reutilización.

### **Variedad de productos**

Reparación celular para todo tipo de teléfono o marca

### **2.3. Análisis internas**

Asegura (Águeda & Mondéjar, 2013, pág. 41) que: “Supone el estudio introspectivo de la organización de los siguientes factores que aportan información sobre la empresa. Mediante este análisis se podrá identificar fortalezas y debilidades.”

#### **2.3.1. Propuestas estratégicas**

La estrategia principal de la empresa será el reciclaje y sus costos, dando un valor agregado ya que no solo se contara con los repuestos y la solución de teléfonos celulares sino también se dará una utilidad a aquellos teléfono que no tengan solución convirtiéndolos en piezas fundamentales para el cambio y arreglo de otros celulares, al mismo tiempo en a empresas encontraran teléfono usados en venta a un costo menor y accesible para el cliente.

### 2.3.1.01. Misión

Determina (Koenes & Soriano , 2000, pág. 85) que: “La misión de toda empresa, grande o pequeña, es la de satisfacer determinadas necesidades o deseos de ciertos grupos de personas u organizaciones (consumidores usuarios o clientes) que en conjunto forman su mercado.”

**Tabla 11 Formulación de Misión**

PRINCIPIOS	
Calidad del producto	Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes
Investigación e innovación	Ofrecer servicios actuales y de acorde a os cambios efectuados en la sociedad
Trabajo en equipo	Ofrecer un buen clima laboral al grupo de trabajo que conforma "Solucióncelular"
VALORES	
Responsabilidad institucional	El manejo de una manera eficiente de los recursos que se destinaran para nuestras actividades diarias
Responsabilidad ambiental	Promover e incentivar el cuidado del medio ambiente para poder garantizar una buena calidad de vida en el futuro
Responsabilidad	Cumplimiento en su cabalidad de compromisos adquiridos con os clientes y sus equipos telefónicos
Respeto	Una buena convivencia con nuestros semejantes y una excelente presentación de Los servicios
Honestidad	Ética profesional y transparencia dirigido a alcanzar un propósito común
Tolerancia	Valorar a todas las personas sin distinción por sus diferencias
Puntualidad	Ser íntegros en nuestro trabajo también implica la puntualidad de entrega del mismo a nuestros clientes.
Confiabilidad	Confianza del buen servicio ofrecido por la empresa a sus clientes
Compromiso	El cumplimiento de todas las actividades desarrolladas por la empresa de manera eficaz y eficiente

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Tania Elizalde

**Tabla 12 Elementos para definir la Misión**

Elementos para Definir las Misión	
Naturaleza de Negocio	Brindar un atención a empresas o personas
Razón de ser o de existir	Brindar una solución y un servicio de calidad a los clientes
Mercado al que sirve	La empresa brindara su servicio a todas las personas o empresas que necesiten una solución o reparación celular
Características de Servicio	La empresa brinda un servicio de reparación celular tanto en Software como hardware de los mismos, un servicio un valor agregado que será la reutilización de piezas de equipos para su alargamiento de vida útil
Principio y valores	Calidad del producto, investigación e innovación, puntualidad, Responsabilidad ambiental, Responsabilidad Institucional, Responsabilidad , respeto, Honestidad

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Tania Elizalde

### **Misión:**

Solución celular, es una microempresa de reparación y reutilización celular que permita reutilizar las parte y piezas de celulares y así convertirse en un nuevo producto de excelente calidad que tienen como pilar fundamental la responsabilidad ambiental, confiabilidad y eficiencia brindada a los clientes, con la finalidad de colaborar en el desarrollo tecnológico del país y con el cuidado del medio ambiente.

### 2.3.1.02 Visión

Afirma (Ocaña, 2006, pág. 107) que: La visión es la capacidad de ver más allá en el tiempo y por encima de los demás, lo que significa visualizar ver con los ojos de la imaginación en términos del resultado final que se pretende alcanzar.

**Tabla 13 Formulación de Visión**

<b>PRINCIPIOS</b>	
Calidad del producto	Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes
Investigación e innovación	Ofrecer servicios actuales y de acorde a os cambios efectuados en la sociedad
Trabajo en equipo	Ofrecer un buen clima laboral al grupo de trabajo que conforma "Solución celular"
<b>VALORES</b>	
Responsabilidad institucional	El manejo de una manera eficiente de los recursos que se destinaran para nuestras actividades diarias
Responsabilidad ambiental	Promover e incentivar el cuidado del medio ambiente para poder garantizar una buena calidad de vida en el futuro
Responsabilidad	Cumplimiento en su cabalidad de compromisos adquiridos con os clientes y sus equipos telefónicos
Honestidad	Ética profesional y transparencia dirigido a alcanzar un propósito común
Tolerancia	Valorar a todas las personas sin distinción por sus diferencias
Puntualidad	Ser integros en nuestro trabajo también implica la puntualidad de entrega del mismo a nuestros clientes.
Confiabilidad	Confianza del buen servicio ofrecido por la empresa a sus clientes
Compromiso	El cumplimiento de todas las actividades desarrolladas por la empresa de manera eficaz y eficiente
<b>Elementos para Definir las visión</b>	
Posición deseada en el mercado	Ser líderes en el mercado de servicios de Solución Celular
Tiempo	5 años
Mercado de la empresa	Quito Urbano Delicia - Cotocollao
Productos y Servicios	Variedad de productos y servicios, precios para los clientes accesible dependiendo de los productos y servicios necesitados.
Principios y Valores	Liderazgo y dinamismo al servicio al cliente.

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Tania Elizalde

### **Visión.**

Solución celular, busca ser líderes para el año 2021 en soluciones y reparación celular en el sector de cotocollao utilizando la innovación tecnológica con el valor de la perseverancia y la dedicación para cumplir cada uno de las metas trazadas, desarrollando los valores de liderazgo y servicio al cliente.

#### ***2.3.1.03. Objetivo***

##### ***2.3.1.03.01. Objetivo General***

Ser una empresa líder en el mercado de reparación celular brindando un servicio de calidad el cual optimizara el factor económico del cliente y aportando al desarrollo tecnológico y ambiental del país.

##### ***2.3.1.03.02. Objetivo Especifico***

Ofrecer precios accesibles a los clientes por un servicio de calidad  
Innovar constantemente para un mejor desarrollo de las actividades empresariales  
Utilizar los recursos de una manera eficiente para garantizar un rendimiento total  
Realizar el trabajo de reparación de una manera eficaz y eficiente  
Mantener informado al cliente de todos los detalles acerca de la reparación del celular.

#### **2.3.1.04. Principios o valores**

##### **2.3.1.04.01. Principios:**

Calidad del producto.-Ofrecer un producto durable tanto en la reparación y comercialización de los teléfonos celulares, un producto de cálidas.

Investigación e innovación.- Se busca innovar en el ámbito de la tecnología y la investigación de nuevos métodos para la reparación y restauración de los celulares.

Trabajo en equipo.- El trabajo en equipo se dará entre todos los integrantes de la empresa para brindar un producto y servicio de calidad de la forma de generar confianza en los clientes y de esta manera cumplir con las expectativas de los consumidores.

##### **2.3.1.01.02. Valores**

Respeto.- Aceptar, comprender sin distinción alguna al personal para crear un buen ambiente laboral

Responsabilidad.- Cumplir a cabalidad eficaz y eficientemente todas las tareas realizadas en la empresa.

Responsabilidad ambiental.- Orientada a la reutilización de equipos y piezas móviles para general un ambiente de cultura en los trabajadores.

Puntualidad.- El cumplimiento a tiempo del servicio ofrecido al cliente es el pilar fundamental para una buena imagen así el al cliente

Tolerancia.- Ante cualquier circunstancia la amabilidad y el respeto formara parte del diario vivir de la empresa Solución Celular

### 2.3.2. Gestión administrativa

Comenta (Ventura , Delgado , & Ena, 2008, pág. 4) que: “Esta función ejerce un control de la empresa a través del manejo de documentación.”

#### 2.3.2.1. Organigrama Estructural



**Figura 2 Organigrama Estructural**

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Tania Elizalde

**Tabla 14 Gerente General**

Descripción de cargo	
Persona responsable de la dirección y representación legal de la empresa, encargada de la planificar y dirigir os recursos de la empresa para el cumplimiento de los objetivos	
Cargo	Gerente General ( Propietario)
Número de personas en el cargo	4
Sueldo	\$450
Función Principal	Planificar, controlar, dirigir y organizar.
Funciones Secundarias	Ejercer la representación Legal, judicial y extrajudicial estableciendo las políticas generales de la empresa
	Dirigir y controlar las actividades administrativas buscando un mejoramiento en estas
	Realizar un estudio micro y macro entorno para la toma de decisiones o la planificación de estrategias
	Revisan y aprobación de planes estratégicos , normas o reglas para la empresa
Responsabilidades	Es responsable del cumplimiento a cabalidad de las normas y leyes internas y externas de la empresa.
Requisitos de educación	Graduado de Ingeniero en Gestión Empresarial
Requisitos de experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Tania Elizalde

**Tabla 15 Perfil de Contador Externo**

Descripción de cargo	
Persona responsable de la dirección y representación legal de a empresa, encargada de la planificar y dirigir os recursos de la empresa para el cumplimiento de los objetivos	
Cargo	Contador Externo
Número de personas en el cargo	1
Sueldo	\$80
Función Principal	Controlar dirigir los recursos de la empresa
Funciones Secundarias	Controla y revisa los gastos e ingresos de la empresas
	Realiza las declaraciones de impuestos de las empresa
	desarrolla los estados para presentar al Propietario
Responsabilidades	Es responsable de informar las novedades acerca de los ingresos gastos y declaraciones de la empresa a su propietario
Requisitos de educación	Título de Contabilidad
Requisitos de experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Tania Elizalde

**Tabla 16 Perfil Cajera / Recepcionista**

Descripción de cargo	
Controlar y Supervisar el presupuesto de la empresa, comparando los resultados reales con los presupuestados, para poder conocer el verdadero estado de la empresa	
Cargo	Cajera Recepcionista
Número de personas en el cargo	
Sueldo	\$ 366
Función Principal	Encargada del recibimiento de los clientes y del cobro de los servicios brindados a los clientes.
Funciones Secundarias	Controla y supervisa el área de cobranzas
	Administra el área de trabajo de ventas
	Leva el control de la emisión de facturas, cobros y cuadre de caja
Responsabilidades	Es responsable de cobro del servicio y su caja diaria
Requisitos de educación	Tecnólogo en Administración de Empresas
Requisitos de experiencia	mínimo 1 año de experiencia en cargos similares

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Tania Elizalde

**Tabla 17 Perfil del Técnico**

Descripción de cargo	
Persona encargada de la reparación celular de software y hardware	
Cargo	Técnico
Número de personas en el cargo	
Sueldo	\$ 366
Función Principal	Reparación de los teléfonos celulares
Funciones Secundarias	Revisar el estado de ingreso de los equipos
	Reparar los equipos para la entrega al cliente
Responsabilidades	Es responsable de los equipos ingresados su reparación y su estado, de igual manera es responsable de su área de trabajo y los suministros de la empresa
Requisitos de educación	Título de Técnico celular
Requisitos de experiencia	Experiencia mínima 2 años

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Tania Elizalde

**Tabla 18 Perfil del Ejecutivo en Ventas**

Descripción de cargo	
persona responsable de la atención al cliente, conocimiento de producto y servicio brindado por la empresa	
Cargo	Departamento ventas y atención al cliente
Número de personas en el cargo	
Sueldo	\$ 366
Función Principal	Atención al cliente sobre el producto y servicio que brindamos, y el ingreso de trabajo a la empresa
Funciones Secundarias	Dar solución al cliente mediante el servicio o producto que brindamos
	Conocerle servicio y productos que brinda la empresa.
	Desarrollar estrategias de ventas del servicio y producto
	Responsable de la imagen de la empresa
Responsabilidades	El persona será responsable de su área de trabajo y todo lo que en ella se encuentra( productos de venta , suministros y materiales de la empresa), de verificar que cada venta o reparación celular llegue a su solución y culmine el proceso
Requisitos de educación	Bachiller - o estudiante superior
Requisitos de experiencia	Sin experiencia

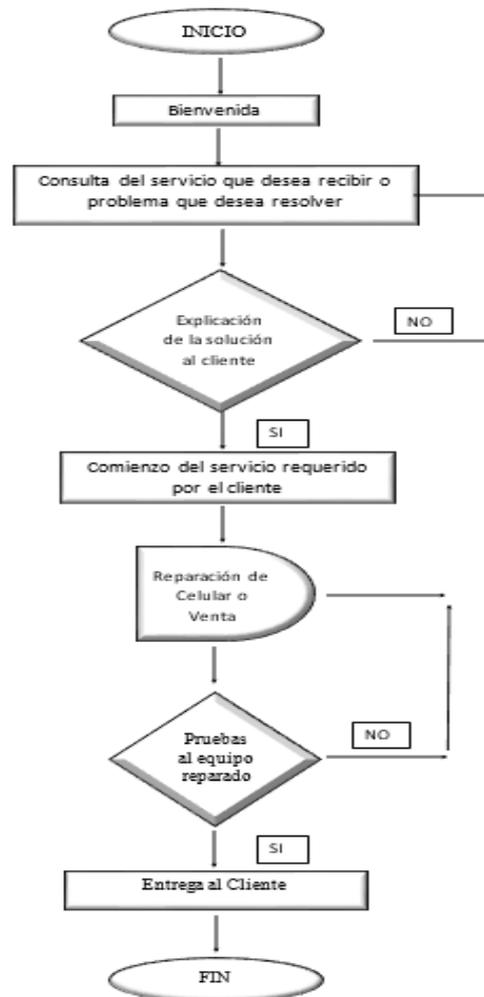
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Tania Elizalde

### 3.3.3. Gestión Operativa

Según (Gómez , Dopacio, & Lorenzo, 2014, pág. 205):

La dirección de operaciones debe ocuparse de la administración y la gestión eficiente de los recursos necesarios para la producción y prestación de servicios, lo que convierte a esta función empresarial en el pilar básico para la consecución de la competitividad empresarial.

#### 2.3.3.01. Flujo Grama de Procesos o de Servicio



**Figura 3 Flujo Grama de Procesos o de Servicio**

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Tania Elizalde

### 2.3.4. Gestión Comercial

Afirma (Muñiz, 2013, pág. 25) que:

Las estrategias comerciales han de incluir determinados instrumentos que comuniquen y recuerden al comprador potencial la existencia del producto sus beneficios y diferencias con respecto a otras ofertas alternativas; y que he estimulen y persuadan par que perciba dichos atributos, beneficio y diferencias.

#### 2.3.4.01. Producto

El servicio brindado por nuestra empresa es destinado al sector tecnológico del país. La venta y reparación de software y hardware de celular, la reutilización de las piezas y la venta de teléfonos para su reutilización y extensión de vida útil.



**Figura 4 Producto**

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Tania Elizalde

#### **2.3.4.02. Precio**

El precio del servicio ofrecido por Solución Celular será accesible a la economía de los clientes, también dependerá de algunos factores como el daño, la pieza de cambio y el trabajo a realizar lo cual fijara el precio para dar el servicio final.

#### **2.3.4.03. Plaza**

La empresa se ubica en cotocollao en la avenida 25 de mayo y alfaros su principal mercado será el sector tecnológico móvil las cuales se establecen en clase media y media alta los que con frecuencia necesitan de su dispositivo móvil para sus labores diarias.

Este es un lugar comercial que ofrecerá una oportunidad de intensidad alta para la empresa ya que el sector ofrecerá una demanda alta de servicios, además de ser un área donde su economía es de clase media – alta.

#### **2.3.4.04. Promoción**

La empresa ofrece al cliente por cada reparación de un valor igual o mayor a \$50 la entrega de (mica para su teléfono móvil, auriculares o un cargador).

Montos mayores a \$150 un descuento del 10% en pago en efectivo.

#### 2.3.4.04.01. Logotipo



**Figura 5 Logotipo**

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Tania Elizalde

#### **Significado de colores**

**Naranja:** expresa energía, diversión, riesgo, en lo empresarial al cliente expresa confianza y hace que los productos y servicios parezcan de precio accesible.

**Blanco:** expresa igualdad y unidad, pureza

**Verde:** Expresa Crecimiento, renovación

## Slogan



Figura 6 Slogan

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Tania Elizalde

### 2.3.4.04.02. Papelería corporativa

## Tarjeta de presentación



Figura 7 Tarjeta de Presentación

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Tania Elizalde

**Hoja membretada.**



**Figura 8 Hoja Membretada**  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Sobres de la empresa



**Figura 9 Sobre dé a empresa**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Elizalde

## Carpeta para archivos



**Figura 10 Carpeta para archivos**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Tania Elizalde

### 2.3.4.04.03. Material P.O.P



**Figura 11 Material P.O.P**  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Tania Elizalde

## 2.4. Análisis FODA

Explica (Zabala, 2005, pág. 96) que:

La técnica de matriz FODA constituye un avance metodológico en la planeación, la cual envuelve procesos cualitativos y cuantitativos. Se define como el conjunto de Fortalezas y oportunidades, debilidades y amenazas surgidas de la evaluación de un sistema organizacional que al clasificarse, ordenarse y compararse generan un conjunto de estrategias alternativas factibles para el desarrollo de dicho sistema organizacional.

**Tabla 19 Análisis FODA Fortaleza y Debilidades**

Indicadores	Fortaleza			Debilidades		
	Alta	media	baja	Alta	Media	Baja
Producto		x				
Precio						x
Plaza	x					
Gestión Administrativa		x				
Gestión Operativa	x					
Promociones	x					
Garantía del producto	x					
Total	4	2				1

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Tania Elizalde

**Tabla 20 Análisis FODA Oportunidades y Amenaza**

Indicadores	Oportunidades			Amenazas		
	Alta	media	baja	Alta	Media	Baja
Factor Económico						
Inflación		x				
PIB		x				
Riesgo País						x
Tasa de Interés Activa		x				
Tasa de Interés Pasiva			x			
Factor Social						
Crecimiento Poblacional		x				
Pea		x				
Factor Legal						
Factor Tecnológico						
Entorno local		x				
Clientes	x					
Proveedores		x				
Competidores						x
Total	1	7	1			1

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Tania Elizalde

---

## **Análisis**

Foda de la empresa Solución Celular presenta un cuadro favorable en el aspecto internos se observa que el producto, precio, plaza, está bien destinado para su comercialización y para la satisfacción y acogida de los clientes lo que se vuelve una fortaleza de intensidad alta para el desarrollo de la empresa, en el aspecto externo las oportunidades serán de intensidad media ya que en estos montos e País no se encuentra estable económicamente esto genera una subida de precios, desempleo y una serie de factores que puede repercutir en la empresa.

El proyecto presenta tiene una buena visión a futuro será viable.

---

## CAPÍTULO III

### 3. Estudio de Mercado

Según (Ramos, 2013, pág. 38) “Ayuda a comprender la naturaleza de nuestro producto o servicio y el potencial que tiene para explorarlo, así como, su nicho en el mercado y el mercado objetivo que debemos atacar.”

#### 3.1 Análisis del Consumidor

Según (Schiffman, 2005, pág. 476): “Este tipo de análisis ayuda a los mercadólogos a entender las características psicológicas, sociales y culturales de los consumidores.”

#### Objetivo del estudio de mercado

Obtener una visión clara del mercado y de los consumidores, ventajas y desventajas que ofrecen.

#### Objetivos específicos del estudio del mercado

Determinar el mercado objetivo

Analizar la oferta, demanda y demanda insatisfecha

Determinar la proyección de la oferta y demanda

Establecer la inversión requerida para el proyecto

Segmentación de mercado

Según (Anónimo, 2008, pág. 62) Comenta que: Un segmento de mercado es un grupo amplio e identificable dentro de un determinado mercado que se caracteriza por tener en común los mismos deseos, poder adquisitivo, localización geográfica, o actitud o hábitos frente a la compra

### Análisis

Esta segmentación de mercado radica en buscar los consumidores para la empresa dado un estudio de mercado establecerá cuales son los clientes potenciales que podrán necesitar los servicios o productos que se ofrecen.

**Tabla 21 Segmentación del Mercado**

CARACTERÍSTICAS GEOGRAFICAS	CARACTERÍSTICAS DEMOGRAFICAS	CARACTERÍSTICAS CONDUCTUALES
Provincia: Pichincha Cantó: Quito Localidad: avenida 25 de mayo y alfaros	Género: Indistinto Población: Económicamente Activa Nacionalidad: Indistinta Nivel socio económico: Alto, medio, Bajo	Investigación de nuevas técnicas de Reparación celular precios módicos satisfacción del cliente

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

### 3.1.1. Determinación de la población y muestra

#### 3.1.1.01 población

Dice (Icart, Fuentelsaz, & Pulpón , 2006, pág. 55) que “Es un conjunto de individuos que tienen ciertas características que se desea estudiar”

#### 3.1.1.02 Tamaño del Universo

**Tabla 22 Tamaño de Universo**

Universo	No.
Población de quito proyección al 2015	2,551.721
Población de la parroquia cotocollao	31263
Población pea de 20 a 74 años	996.007

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

#### 3.1.1.03 Muestra

Según (Icart, Fuentelsaz, & Pulpón , 2006, pág. 55) :”La muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiara es un subconjunto de la población.”

### 3.1.1.04 Formulación de la muestra

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

Nomenclatura:        n=    Tamaño de la muestra

N=    Población o universo

P=    Posibilidad de éxito (50%)

Q=    Posibilidad de Fracaso (50%)

E<sup>2</sup>=    Margen de error (5%)<sup>2</sup>

Z<sup>2</sup>=    Nivel de confianza (1.96)<sup>2</sup>

### Desarrollo de la muestra

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

$$n = \frac{31263 * 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{(31263-1)0.05^2 + 0.5 * 0.5 * 1.96^2}$$

$$n=383$$

### 3.1.2. Técnicas de la obtención de la información

Dentro de las técnicas de información encontramos las siguientes:

#### Entrevistas

Explica (De La Peña, 2005, pág. 35) que: “Tiene por objeto explorar el subconsciente y el consciente o para poder manifestaras ideas opiniones o sentimientos que pueden ayudar para el proyecto.”

#### Focus Group

Comenta (De La Peña, 2005, pág. 36) que:

Tomar el lenguaje del consumidor en relación con el producto ya que muchas veces e léxico del fabricante no coincide con el de consumidor y esto ayuda a su publicidad, también para averiguar las causas de los hábitos del producto de consumo.

#### Observación

Explica (De La Peña, 2005, pág. 34) que:

Es un conjunto de técnicas que facilitan la toma de decisiones, obteniendo a la información precisa sobre personas o situaciones, sin que los sujetos o hechos investigados se den cuenta que están ofreciendo los datos que configuran sus conductas o comportamientos ante actos concretos.

#### Cuestionario

Dice (De La Peña, 2005, pág. 39) que: “Este cuestionario deberá ser breve, sencillo de completar tanto en forma como por el tipo de preguntas, sus preguntas deberán ser relevantes utilizando preferentemente preguntas cerradas o semi abiertas.”

---

## Encuestas

Para el proyecto presentado se utilizara la encuesta como técnica de obtención de información, debido a que por medio de las encuestas se obtendrá a la información y la opinión real de los futuros consumidores.

### *3.1.2.01 Encuesta*

Comenta (De La Peña, 2005, pág. 41) que:” Permite la formación de preguntas con una notable reducción de costos o con un considerable incremento de la muestra respecto a otras técnicas ya que la misma encuesta sirve para realizar la investigación de varios clientes a la vez.”

### 3.1.2.02 Modelos da la encuesta

Instituto tecnológico superior cordillera

Buenos días,

Yo, Tania Elizalde, estudiante del ITSCO me encuentro realizando esta encuesta, para determinar la viabilidad del proyecto que estoy desarrollando para la obtención del Título de Tecnólogo en administración bancaria y financiera

Datos Generales:

Nombre y Apellido:..... Género: M... F... EDAD.....

Actividad Económica: SI..... NO.....

Conoce usted en el sector un micro empresa que de servicio de reparación de celulares y reutilización.

SI  NO

Está Usted de acuerdo que se implemente una empresa de Reparación y Reutilización de Piezas Celulares en la comunidad.

Sí  No

Es Necesario el Celulares Móvil para su vida diaria.

Muy Necesario  Necesario  No es necesario

Cuál es la finalidad de su celular móvil en su vida diaria

Trabajo

Estudios

Otros

Con qué frecuencia usted utiliza el celular

1 a 2 horas  3 a 6 horas  7 horas en adelante

A Sufrido algún Daño su equipo móvil en el último años?

Si  No

Si su respuesta fue Si en la pregunta anterior Prosiga con la encuesta.

Cuántas veces ha sufrido un daño su celular en este último año.

1 vez  veces  3 veces en adelante

Lleva su Celular a un Punto o local de Reparación Celular.

Si  No  Decidió comprar otro celular móvil

Usted está conforme con los servicios que ofrece la competencia

SI  NO

Cuanto usted estaría de acuerdo a pagar por el servicio de reparación

30  50  100

Usted Compraría un móvil Usado con la GARANTIA Ofrecida por el nueva empresa de Reparación y Reutilización de Piezas Celulares en la comunidad.

Sí  No

Usted a momento de ingresa a un local que características observa

Calidad

Precio

Seguridad

Variedad de Productos

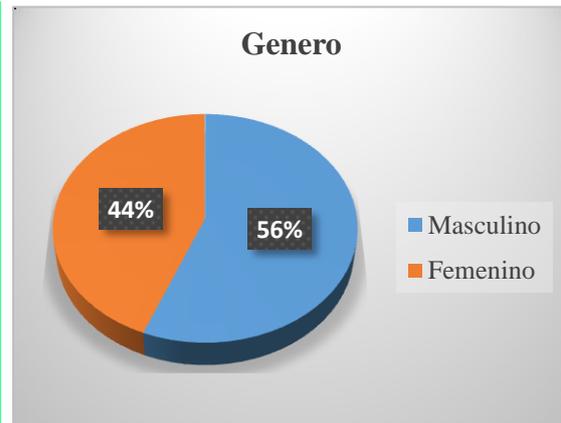
### 3.1.3. Análisis de la información

#### Datos generales

**Tabla 23 Datos Generales**

Genero		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	215	56%
Femenino	168	44%
Total	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde



**Gráfico 1 Datos Generales**  
**Fuente:** Estudio de Mercado  
**Elaborado por:** Tania Elizalde

#### Análisis

Según la tabla #9 la recopilación de datos recogidas de la encuesta realizada indica que el nuestro población el 56% son del género Masculino y un 44% es de género Femenino esto realizado en la parroquia de cotocollao.

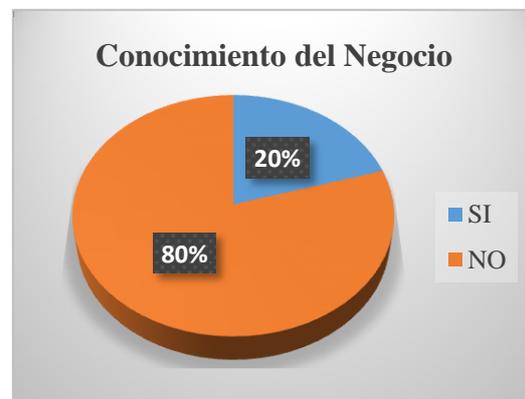
## Preguntas

Conoce usted en el sector un micro empresa que de servicio de reparación de celulares y reutilización.

**Tabla 24.- Pregunta Uno**

Conocimiento del Negocio		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	78	20%
No	305	80%
Total	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde



**Gráfico 2 Pregunta 1**  
Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

Según la Tabla # 10 de puedo observar que en un porcentaje del 80% NO conoce acerca de este servicio de reparación celular, ya que es una de las principales opciones en el monto de sufrir un daño su móvil y un 20% SI conoce de este servicio para su celular.

2. Está Usted de acuerdo que se implemente una empresa de Reparación y Reutilización de Piezas Celulares en la comunidad.

**Tabla 25 Pregunta 2**

Aceptación del Producto		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	265	69%
No	188	31%
Total	383	100%



Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

**Gráfico 3- Pregunta Dos**  
**Fuente:** Estudio de Mercado  
**Elaborado por:** Tania Elizalde

### **Análisis:**

Como se puede observar en la tabla #11 el producto presentado en este proyecto tiene un aceptación del 69% ya que al ser una herramienta fundamental el celular es prioridad su conservación y buen funcionamiento, el 31% restante no conocen del servicio o se niegan a la implementación de este en la comunidad.

### 3. Es Necesario el Celulares Móvil para su vida diaria

**Tabla 26 Pregunta 3**

Importancia del celular en la vida diaria		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Muy Necesario	337	88%
Necesario	46	12%
No es necesario	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde



**Gráfico 4.- Pregunta Tres**

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

En la tabla 12 se puede observar que el 88% de la población afirma que el celular es muy importante para su vida diaria ya sea este porque su trabajo o desempeño diario dependa de esta herramienta, el 12% comenta que para ellos el celular es necesario para una constante comunicación.

#### 4. Cuál es la finalidad de su celular móvil en su vida diaria

**Tabla 27 Pregunta 4**

Utilidad que se da al celular		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo	197	51%
Estudios	119	31%
Otros	67	18%
Total	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde



**Gráfico 5 - Pregunta Cuatro**  
Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

#### Análisis

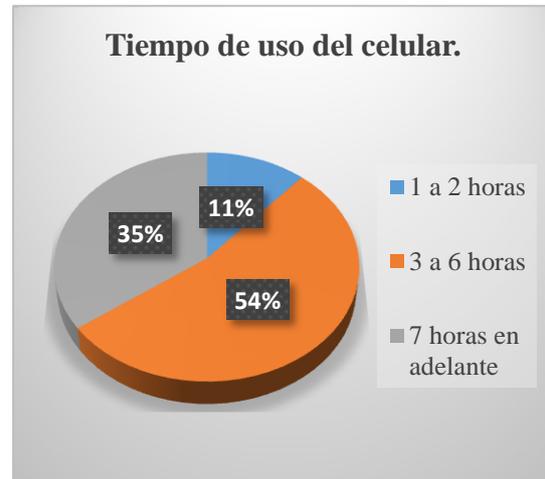
La tabla #13 indica que el 51% de las personas que utilizan su celular móvil es por el trabajo ya que este es una de sus principales herramientas fundamentales para su desempeño, el 31% de la población lo utiliza para el desempeño estudiantil y un 18% su utilidad se presenta en otras actividades como las redes y uso social he investigativo del celular.

## 5. Con qué frecuencia usted utiliza el celular

**Tabla 28 Pregunta 5**

Tiempo de uso del celular.		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 horas	44	11%
3 a 6 horas	205	54%
7 horas en adelante	134	35%
Total	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde



**Gráfico 6 Pregunta Cinco**  
**Fuente:** Estudio de Mercado  
**Elaborado por:** Tania Elizalde

### Análisis

Indica en la tabla # 14 el 54% de la población utiliza su celular de 3 a 6 horas las cuales especifican que su tiempo de uso es de 6 horas diarias la cual representa un medio día de uso ha dependencia delo celular, el 35% lo utiliza las 7 horas laborales ya que de este depende su desempeño y un 11% solo utiliza entre 1 a 2 horas esto se debe a que es prohibido en el área donde se desempeña ya sea este de trabajo o de estudiante yo lo utiliza para la comunicación.

6. ¿A Sufrido algún Daño su equipo móvil en el último años?

**Tabla 29 Pregunta 6**

Ha sufrido algún daño su celular.		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	383	100%
No	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde



**Gráfico 7- Pregunta Seis.**  
**Fuente:** Estudio de Mercado  
**Elaborado por:** Tania Elizalde

**Análisis**

La pregunta número 6 determino que el 100% de los encuestados han afirmado que si han sufrido un daño en su celular móvil ya sea este un daño leve o un daño en el que el celular quede inservible para su labor.

7. Cuántas veces ha sufrido un daño su celular en este último año.

**Tabla 30 Pregunta 7**

Cuántas veces ha sufrido un daño su celular.		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 vez	271	71%
2 veces	80	21%
3 veces en adelante	32	8%
Total	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde



**Gráfico 8 Pregunta Siete**  
Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

En la pregunta 7 realizada a los encuestados el 71% de los encuestados afirma que su celular ha sufrido 1 daño en el último año; un 21% ha sufrido 2 daños este puede ser un daño consecuente al anterior y un 8 % dice que su celular se ha dañado 3 veces en este año y muchas veces reinciden en el mismo error.

## 8. Lleva su Celular a un Punto o local de Reparación Celular

**Tabla 31 Pregunta 9**

A reparado su celular móvil		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	325	85%
No	35	9%
Comprar otro celular	23	6%
Total	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde



**Gráfico 9 Pregunta Ocho**  
Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis.

Como indica la tabla 17 realizada a los encuestados un 94% afirma que al sufrir un daño su celular móvil ha recurrido a un centro de reparación celular a solucionar su problema de una manera inmediata, un 3% no se ha acercado a un punto y su celular móvil a un persiste con el daño ya que este es mínima, y un 3% decidió renovar su equipo móvil.

9. Usted está conforme con los servicios que ofrece la competencia

**Tabla 32 Pregunta 9**

Conforme con los servicios de la competencia		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	25%
No	287	75%
Total	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde



**Gráfico 9 - Pregunta nueve**  
**Fuente:** Estudio de Mercado  
**Elaborado por:** Tania Elizalde

**Análisis:**

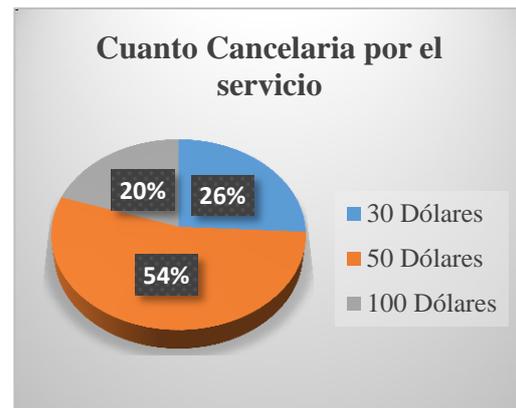
En los datos presentados en la tabla 18 de la pregunta 9 realizada en la encuesta el 75% no está conforme con el servicio prestado en la actualidad por los centros de reparación celular esto se debe a la falta de equipo y repuestos celulares existentes en estos o la demora al realizar los trabajos de reparación., y un 25% se encuentra conforme.

10. Cuanto usted estaría de acuerdo a pagar por el servicio de reparación (cambio de pieza con reutilización).

**Tabla 33 Pregunta 10**

Cuanto Cancelaría por el servicio		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
30 Dólares	99	26%
50 Dólares	208	54%
100 Dólares	76	20%
Total	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde



**Gráfico 10.- Pregunta Diez**  
Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

En la tabla 20 se observa que el 54% está dispuesto a pagar por el servicio de reparación celular y reutilización un valor de 50 dólares con la garantía ofrecida por el local, un 26% y un valor máximo de 30 dólares debido a la economía y modelos de su equipo y un 20% hasta 110% ya se toma encuesta el tipo de reparación y modelo del equipo.

11.-Usted Compraría un móvil usado con la GARANTIA Ofrecida por el nueva empresa de Reparación y Reutilización de Piezas Celulares en la comunidad.

**Tabla 35 Pregunta 11**

Compraría un Celular Usado		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	288	75%
No	95	25%
Total	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde



**Gráfico 11.-Pregunta Once**  
**Fuente:** Estudio de Mercado  
**Elaborado por:** Tania Elizalde

### Análisis

En la tabla 21 refleja que un 75% acepta los productos reusados para su uso y un 25% no acepta estos ya que se explican que pueden fallas estos productos.

12. Usted a momento de ingresa a un local que características observa

**Tabla 36 Pregunta 12**

Prioridad en el Producto		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Seguridad	63	16%
Precio	149	39%
Calidad	68	18%
Variedad de Productos	103	27%
Total	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde



**Gráfico 12- Pregunta Doce**  
**Fuente:** Estudio de Mercado  
**Elaborado por:** Tania Elizalde

**Análisis**

En la pregunta 8 los datos reflejados dice que el 39% de los encuestados la características que es su prioridad es el precio del producto o servicio ya que esto podrá ver si alcanza para su economía, el 27 % ve la variedad de productos esto va unido con el precio ya que al existir variedad de productos existirá variedad de precios, el 18 % observa la calidad y un 16% la seguridad.

### 3.2. Oferta

Según (López López , 2010, pág. 22)“la oferta de un bien o servicios se define como la calidad que el producto está dispuesto a vender en el mercado a distintos precios.”

#### 3.2.1 Oferta Histórica

El servicio ofrecido no tiene demanda histórica ya que la propuesta es innovadora y un servicio mejora al que actualmente existe.

#### 3.2.2. Oferta Actual

Dice (Ramos, 2013, pág. 44) que: “determinación cuantificable de la producción actual de los proveedores actuales de ese bien o servicio.”

##### 3.2.2.01 cálculo de la oferta actual

**Tabla 37 Oferta Actual**

Oferta Actual			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia (%)	Oferta proyectada
2016	\$ 75.482,89	0,2500	\$ 18.870,72

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

### **Análisis.**

La oferta actual del servicio ofrecido es de 25% en la población de la parroquia de cotocollao, a cual acepta este servicio primordial para su herramienta diaria. En la actualidad la oferta de este producto o es de 18870.72 de habitantes d este sector.

### **3.2.3 oferta proyectada**

**Tabla 38 Oferta Proyectada**

Proyección de la Oferta			
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2017	\$ 76.524,55	0,2500	19.131,14
2018	\$ 77.580,59	0,2500	19.395,15
2019	\$ 78.651,20	0,2500	19.662,80
2020	\$ 79.736,59	0,2500	19.934,15
2021	\$ 80.836,95	0,2500	20.209,24

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

### **Análisis**

Se puede observar que con una aceptación del 25 de la competencia actualmente, la oferta dentro de 5 años de este producto es del 20.209,24 y la demanda de este producto es 80.836,95a oferta sube pero al mismo tiempo es más grande la demanda del servicio.

### 3.3 Demanda

Explica (Ramos, 2013, pág. 44) que: “es el mercado que desea atacar, analice en términos de la necesidad existente, describe el mercado potencial, meta, objetivo.”

**Tabla 39 Demanda**

Población Parroquia	31.263
Porcentaje de Aceptación	69,00%
31.263,00 * 69,00%	21.571

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

**Tabla 40 Frecuencia de Consumo**

Población que acepta SERVICIO	21.571
Frecuencia de consumo (% más alto)	54,00%
21.571,47 * 54,00%	11.649

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Demanda en dólares actual

**Tabla 41 Demanda en dólares Actuales**

Compras del producto			11.649
Porcentaje más alto			54,00%
Pago por producto \$ 30			
11.649*54%	=	\$ 6.290,24	Ventas, mensual
6.290,24*12	=	\$ 75.482,89	Ventas Anual

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

### 3.3.1 Demanda Histórica

Según (Ramos, 2013, pág. 44) “Obtener información estadística, índices de consumo, comportamiento esperado de por lo menos 5 años. “

### 3.3.2 Demanda Actual

#### 3.3.2.01 Cálculo de la Demanda Actual

“La demanda del mercado total de un producto o servicio es el volumen total que compraría un grupo de consumidor concreto, en unas zonas geográfica determinada, en un periodo de tiempo preciso.” (Pilar Lòpez, 2008, pág. 43)

**Tabla 42 Demanda Actual**

Demanda Actual			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2016	\$ 75.482,89	1	\$ 75.482,89

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

### **Análisis**

Actualmente la población demandas en un 100% del servicio ya que para la economía es más económico el reparar un celular que el adquirir uno nuevo. Esto ayudaría a economizar costos y con la implementación de repuestos usados a la contribución del cuidado de medio ambiente.

### **3.3.3 Demanda Proyectada**

Afirma (Ramos, 2013, pág. 45) "Propósito de crecimiento futuro, esto lo puede obtener utilizando técnicas de regresión, se realiza proyecciones a 3 años."

**Tabla 43 Demanda Proyectada**

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2017	\$ 75.482,89	1,0138	\$ 76.524,55
2018	\$ 76.524,55	1,0138	\$ 77.580,59
2019	\$ 77.580,59	1,0138	\$ 78.651,20
2020	\$ 78.651,20	1,0138	\$ 79.736,59
2021	\$ 79.736,59	1,0138	\$ 80.836,95

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

Dentro de la demanda proyecta se observa que el crecimiento es del 1.0138 y en 5 años se espera un crecimiento que crecerá a 80836.95 de personas con necesidad de adquirir el servicio ofrecido.

### 3.4 Balance Oferta-Demanda

Según (Ramos, 2013, pág. 46)

Determinar la demanda histórica y a oferta histórica, realizar la gráfica y determinar cuál es la diferencia que existe si la demanda supera la oferta, su producto tiene grandes oportunidades de cubrir dicha demanda no satisfecha, en caso contrario se genera estrategias para la penetración de su producto en el mercado.

### 3.4.1 Balance actual

Afirma (Ramos, 2013, pág. 46) “se realiza un procedimiento igual al de la demanda histórica pero de los 12 últimos meses.”

**Tabla 44 Balance Actual**

Calculo demanda insatisfecha			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2016	\$ 75.482,89	\$ 18.870,72	\$ 56.612,17

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

En la actualidad la demanda es de 75482.89 y la oferta es de 18870.72 este porcentaje es satisfactorio ya que el proyecto tienen viabilidad, se tendrá que aplicar estrategias para poder cubrir la demanda insatisfecha que es de 56612.17 de este servicio.

### 3.4.2. Balance proyectado

**Tabla 45 Balance Proyectado**

Calculo demanda insatisfecha			
Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2017	76.524,55	19.131,14	57.393,41
2018	77.580,59	19.395,15	58.185,44
2019	78.651,20	19.662,80	58.988,40
2020	79.736,59	19.934,15	59.802,44
2021	80.836,95	20.209,24	60.627,72

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

La proyección de la demanda para 5 años es de 80.836,95 y una oferta de 20.209,24 de la cual existe una demanda insatisfecha de 60.627,72 un porcentaje alto el cual demostrara que este servicio será necesario y tendrá que crecer para cubrir toda la demanda insatisfecha.

---

## CAPITULO IV

### 4. Estudio técnico

Comenta (Chain, 2007, pág. 98) que: “Busca determinar la característica de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente. “

#### 4.1 Tamaño del proyecto

Menciona (Chain, 2007, pág. 105) que:

Es fundamental para determinar el monto de la inversión y el nivel de operación que, a su vez permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados varios elementos de conjugar para la definición de tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad del insumo, la localización del proyecto y el valor de los equipos.

##### 4.1.1 Capacidad instalada

Comenta (Sánchez, 2006, pág. 657) que: “Es el conjunto de recurso productivo de que dispone la empresa y que puede ser utilizada para producir. Estos recursos pueden ser naturales, instalaciones, líneas de producción de la misma o diferente tecnología.”

**Tabla 46 Capacidad Instalada**

Área	Dimensiones	Total m <sup>2</sup>
Área administrativa	3*3.06 m2	9.18 m2
Caja	1.50*2 m2	3 m2
Baño administrativo	1.44*1.44 m2	2.07 m2
Área de taller de reparación	4*3 m2	12 m2
Bodega	1.50*2 m 2	3 m 2
área De Ventas	4*5 m2	20 m2
Total capacidad instalada		49.25 m2

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tania Elizalde

## **Análisis**

Para el proyecto presentado la capacidad instalada de desarrollo de las actividades constaran de departamentos más importantes los cuales desempeñan el rol Fundamental para el cumplimiento de este servicio

### **4.1.2 Capacidad óptima**

Comenta (Sánchez , 2006, pág. 657) que: “Es la capacidad instalada que esa siendo ocupada en un momento determinado.”

**Tabla 47 Capacidad Optima**

Área	Dimensiones	Total m <sup>2</sup>
Área administrativa	3*3.06m2	9.18 m2
Caja	1.50*2 m2	3 m2
Área de taller de re	4*3 m2	12 m2
Bodega	1.50*2 m 2	3 m 2
Área de ventas	4*5 m2	20 m2
Total capacidad instalada		47.18 m2

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tania Elizalde

## **Análisis**

La tabla de capacidad optima refleja los departamentos que deberían ir instalados en el local para un mejor desarrollo de proyecto

## **4.2 Localización**

Según (Chain, 2007, pág. 107):

A localización que se elige para un proyecto puede ser determinante para su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependerá en parte importante la aceptación o rechazo tanto del cliente por usarlo como del persona ejecutivo por trasladarse a una localidad.

#### 4.2.1 Macro localización

Explica (Chañ, 2007, pág. 107) que: “En esta se busca elegir la región o zona del proyecto.”

**Tabla 48 Macro Localización**

Macro localización	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Cotocollao
Sector	Norte

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tania Elizalde



**Figura 12 Mapa de Quito**  
Fuente: Google Maps

#### 4.2.2 Micro localización

Comenta (Chàin, 2007, pág. 107) que: “Esta determina el lugar específico donde se instalara el proyecto.”



**Figura 13 Micro localización**  
Fuente: Google Maps



**Figura 14 Mapa de la Avenidas**  
Fuente: Google Maps

## Análisis

El Proyecto Presentado está ubicado al norte de la ciudad de Quito Parroquia Cotacollpa en la Av 25 de Mayo y Lizardo Ruiz, sector con un amplio mercado por lo cual fue escogido.

### 4.2.3 Localización óptima

**Tabla 49 Localización Optima**

Factores	Ponderación	Av. 25 de mayo y Lizardo Ruiz		Av. Emilio Bustamante Andrade y Lizardo Ruiz		av. la Prensa y Unión y Progreso	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Costos de Arriendo	0,15	8	1,2	8	1,2	9	1,35
Seguridad	0,15	8	1,2	7	1,05	8	1,2
Parqueadero	0,1	8	0,8	7	0,7	7	0,7
Servicios Básico	0,15	9	1,35	9	1,35	9	1,35
Vías de Acceso	0,15	10	1,5	8	1,2	8	1,2
Servicio de transporte	0,15	10	1,5	8	1,2	8	1,2
Competencia	0,15	7	1,05	7	1,05	7	1,05
<b>totales</b>	<b>1</b>	<b>8,6</b>		<b>7,75</b>		<b>8,05</b>	

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: Tania Elizalde

## **Análisis**

En la matriz de análisis del sector se observó que para el desarrollo del proyecto el mejor lugar está situado en la dirección Av 25 de mayo y Lizardo Ruiz, este sector tiene desarrollado un mercado amplio y diverso en el cual podrá fluir el proyecto para su crecimiento y proyección.

### **4.3 Ingeniería del producto**

Dice (Lluís, 2012, pág. 31) que: “La ingeniería de productos concentra su atención en el diseño del producto. Que debe ser tal que cubra ante todo una función que le sea encomendada, y ello dará lugar, como veremos seguidamente, a lo que llamaremos valor del producto.”

#### **4.3.1 Definición del producto o servicio**

**Modelo de servicio:** se basa en la oferta del servicio a los clientes detallándoles cada proceso y riesgos que pueden tener al reparar y cambiar piezas o sistema en un celular.

**Reparación:** este se basa en los problemas y soluciones que necesita el cliente para su satisfacción del servicio.

**Materiales:** dentro de este se mostrara al cliente varios materiales y costos que podrían ayudar a la reparación del daño de su celular móvil.

Seguimiento: esta es una técnica utilizada para los problemas de hardware de un teléfono ya que se dará un tiempo prudente de garantía para cualquier queja o inquietud.

### 4.3.2 Distribuciones de la planta

La planta será distribuida de una manera en que los departamentos puedan sincronizar sus labores para el desarrollo de las actividades.

**Tabla 50 Distribución de la Planta**

Área	Dimensiones	Total m <sup>2</sup>
Área Administrativa	3*3.06 m <sup>2</sup>	9.18 m <sup>2</sup>
Caja	1.50*2 m <sup>2</sup>	3 m <sup>2</sup>
Baño Administrativo	1.44*1.44 m <sup>2</sup>	2.07 m <sup>2</sup>
Área De Taller De Re	4*3 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>
Bodega	1.50*2 m <sup>2</sup>	3 m <sup>2</sup>
Área De Ventas	4*5 m <sup>2</sup>	20 m <sup>2</sup>
Total capacidad instalada		49.25 m <sup>2</sup>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tania Elizalde

#### 4.3.2.01 Código de cercanía

**Tabla 51 Código de Cercanía**

Código de cercanía	
1	Por procesos
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tania Elizalde

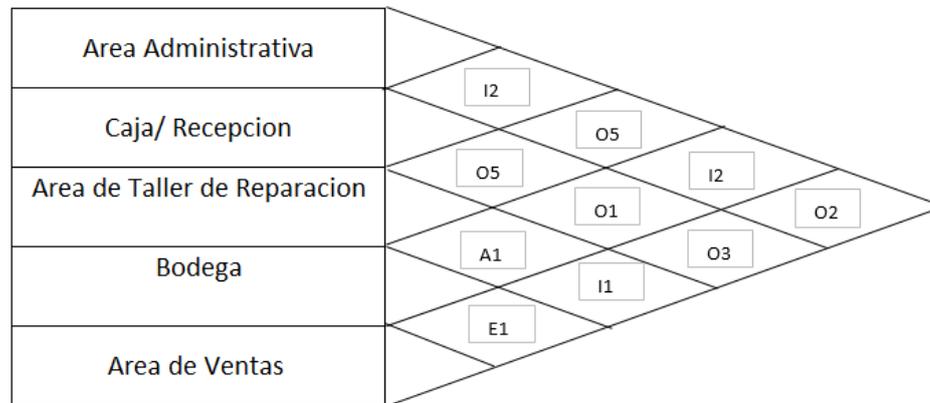
#### 4.3.2.02 Razones de cercanías

**Tabla 52 Razones de Cercanía**

Razones de cercanías	
A	Absolutamente Necesario Que Este Cerca
E	Especialmente Necesario Que Este Cerca
I	Importante Que Este Cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía Indiferente
X	Cercanía Indeseable

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tania Elizalde

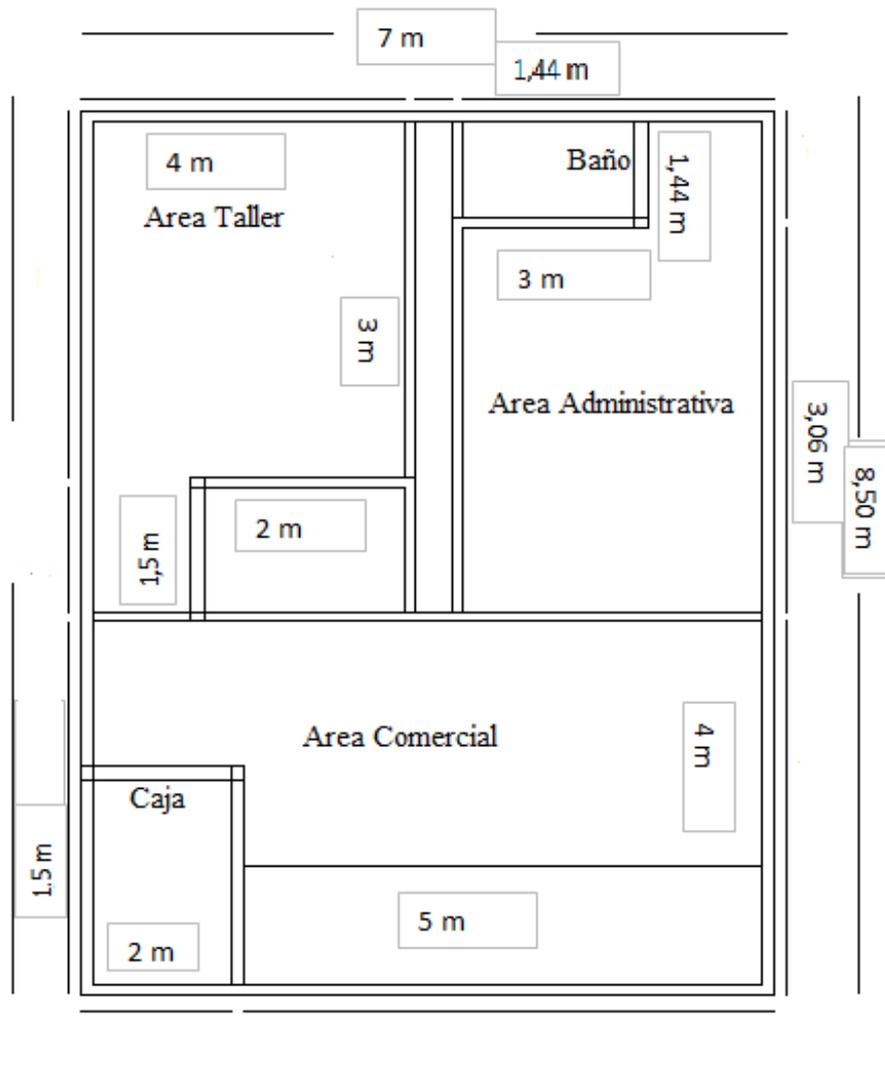


**Figura 15 Matriz Triangular**

Fuente: Estudio Técnico  
 Elaborado: Tania Elizalde

### Análisis

Cada y desarrollado e proceso productivo en el grafico presente se detalla son Razones su importancia con otros departamentos.



**Figura 16 Plano de la Planta**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Tania Elizalde

### Análisis

El Grafico presenta la distribución de cada área del proyecto para un mejor desarrollo de las actividades y procesos productivos.

### 4.3.2.03 Tabulación de la matriz triangular

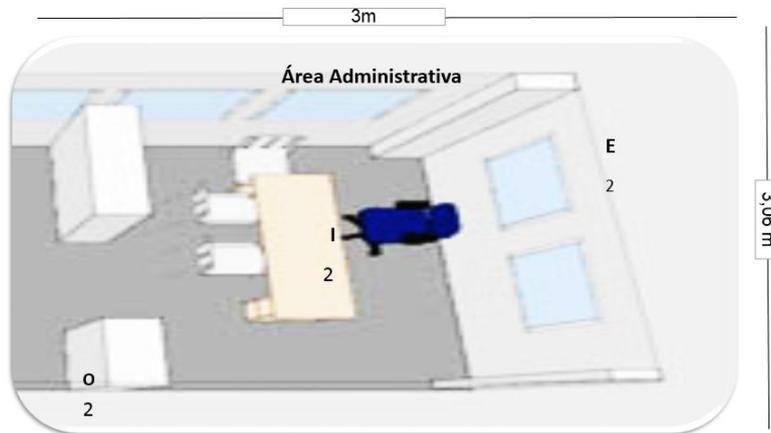
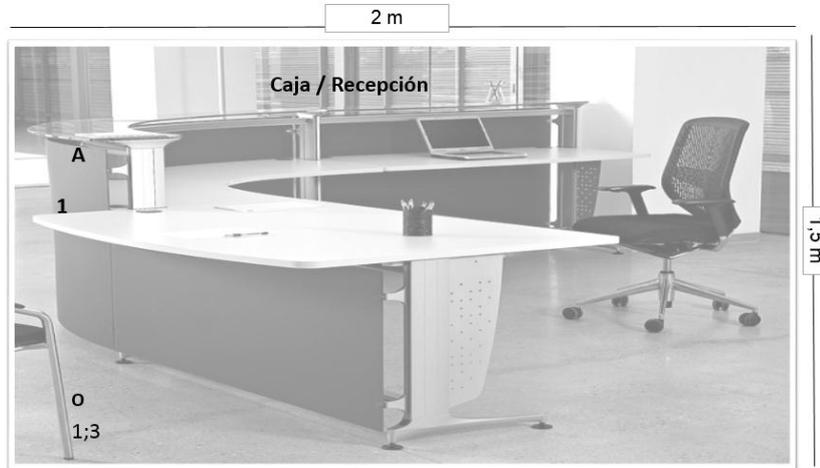


Figura 17 Área Administrativa

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: Tania Elizalde

### Análisis

La Gestión Administrativa se encuentra desarrollada por el gerente General y el Contador Externo, en el plano y Matriz Triangular se define que su es importante su cercanía por gestión administrativa con todas las arreas desarrolladas en el proyecto.



**Figura 18 Caja / Recepción**

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Tania Elizalde

## Análisis

El Departamento de Caja / recepción es la encargada de realizar la gestión e cobranza y pagos. Definido en la matriz triangular su cercanía con el área del Taller por Procesos, con el área de Bodega por necesidad de entrega y es absolutamente necesaria su cercanía con el Área de venta por los procesos.

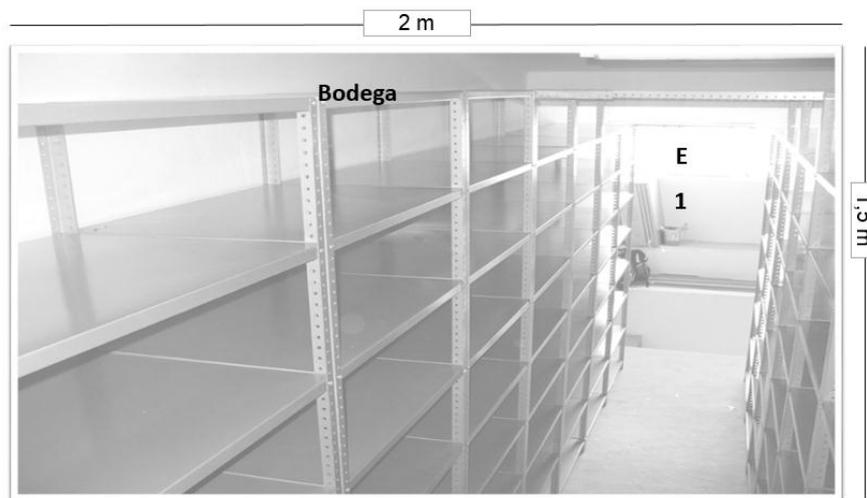


**Figura 19 Área de Taller de Recepción**

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: Tania Elizalde

## Análisis

El departamento de Reparación esta desempeña a parte fundamental de a empresa ya que será aquí donde se realice las reparaciones a los equipos móviles y dará e servicio que se ofrece en el proyecto.



**Figura 20 Bodega**

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: Tania Elizalde

## Análisis

El Área de Bodega está destinado para almacenar la materia prima y los celulares móviles de reparación en la matriz triangular se definen su cercanía como necesaria basada en procesos ya que aquí se encontrara en área de entrega de los equipos para la reparación. Así como los móviles ya reparados.



**Figura 21** Área de Ventas

Fuente: Estudio Técnico

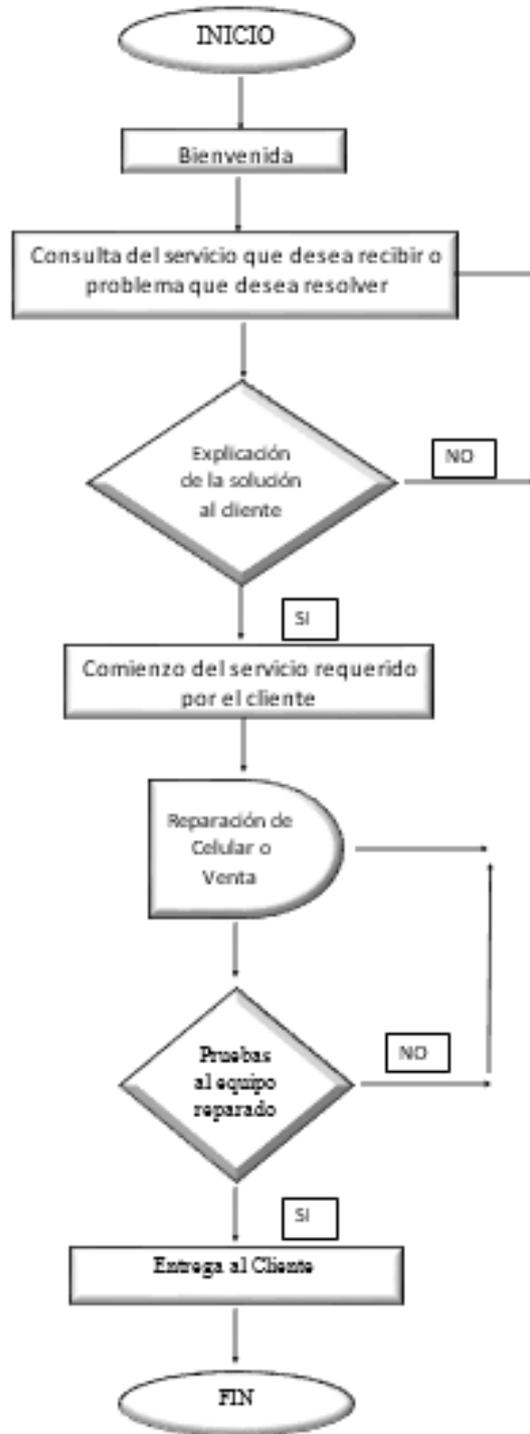
Elaborado: Tania Elizalde

## Análisis

El área de ventas es necesaria en la empresa y es necesaria que este cerca ya que esta será e punto centro de los procesos desempeñados por as otras áreas.

### 4.3.3 Proceso productivo

Afirma (Belda & Paredes , 2008) que: “Consiste en transformar unos bienes adquiridos denominados materia prima en otros bienes distintos denominados Productos terminados.”



**Figura 22 Proceso Productivo**

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: Tania Elizalde

## Descripción del proceso del flujo grama

**Tabla 53 descripción de flujo grama**

Área	Descripción de las actividades	Tiempo
Bienvenida	En esta actividad se recibe al cliente con un saludo de parte de nuestra área comercial (ventas)	2 minutos
Consulta del servicio o problema que desea resolver	En esta actividad se pregunta al cliente que necesita y el expondrá el problema que presenta con su celular o su necesidad de compra de alguno los productos	5 minutos
Explicación de la solución al Cliente	En esta parte la empresa da solución al inconveniente que presenta el cliente para de satisfacer su necesidad, si esta es aceptada por e ciento se seguirá con el proceso, caso contrario se volverá a preguntar su necesidad y a dar otra posible solución.	5 minutos
Empezar con a solución al cliente	Se dará comienzo a proceso asignado para resolver el problema	1 minutos
Reparación celular o venta	Aquí se pondrá en proceso a solución si esta es de compra de un producto de la empresa pues se dará a observar el producto, si es de reparación del celular móvil del cliente se ingresara una orden de trabajo donde se detallara e precio e daño y el tiempo de entrega , la hoja origina de esta nota de trabajo se la entregara al cliente , la primera copia se la entregara junto con el celular al área operaria y la última copia se archivara en el área de comercialización para su seguimiento.	10 minutos
Prueba al equipo Reparado	Esta actividad la desarrolla el área de comercialización ya que ellos validaron como estuvo el equipo a ingreso y podrán observar si esta fue reparada o si presenta alguna falla de ser el caso que presente la falla se volverá a ingresar a reparación celular	1 día
Entrega al cliente	Dado el tiempo establecido entre la empresa y el cliente en la hoja de trabajo se entrega el equipo al cliente con una prueba de trabajo realizado de igual manera se dará 24 horas de garantía en reparación celular y 48 horas en venta de los productos.	2 días

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tania Elizalde

### 4.3.4 Maquinaria y equipo

**Tabla 54 Maquinaria**

Equipos Maquinaria	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Bloc de hojas de servicio técnico	2	4,5	9
Juego de desarmadores:	2	11,1	22,2
Tercera mano:	1	35	35
Pinzas diversas y	1	65	65
Cautín o soldador	1	120	120
Multímetro	2	35	70
Cables diversos	1	48	48
Cajas de flasheo	1	780	780
Microscopio	1	455	455
	12	1553,6	1604,2

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tania Elizalde

**Tabla 55 Muebles y Enseres**

Equipos	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Sillas de espera	1	259	259
Sillas administrativas	2	89,6	179,2
Sillas para área de ventas	2	51	102
Escritorios Área Administrativa	1	135	135
Escritorio para Taller	1	150	150
Escritorio para área de ventas	1	150	150
Vitrinas	3	100	300
	11	934,6	1275,2

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tania Elizalde

**Tabla 56 Equipo de Computación**

Equipos	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Computadora	2	310	620
Impresora	1	145	145
	3	455	765

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tania Elizalde

**Tabla 57 Equipo de Oficina**

Equipos	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Teléfono	1	75	75
Sumadoras	2	30	60
	7	55	135

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Tania Elizalde

### **Análisis**

Los cuadros presentados se pueden reflejar los materiales necesarios utilizados para el desarrollo diario de las actividades del proyecto. Las proformas realizadas son realizadas con los precios más accesibles del mercado.

## CAPÍTULO V

### 5. Estudio Financiero

Afirma (Meza Orozco, 2013, pág. 29) que: “Corresponde a la última etapa de la formulación de proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional.”

#### 5.1 Ingresos operacionales y no operacionales.

##### 5.1.1 Ingresos Operacionales.

Según (Vázquez, 2005, pág. 111) “Son aquellos que están directamente asociados a la razón de ser del negocio. Se originan por el objeto social para el que fue creada la empresa.”

**Tabla 58 Datos de Tasas**

Datos	
Crecimiento	1,38
Inflación	3,84

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

**Tabla 59 Ingresos Operacionales**

Ingresos operacionales	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso
Cambio de display Equipos	157	83,02	13033,85	159	86,21	13706,77	161	89,52	14412,14	163	92,95	15151,47	165	96,52	15926,33
Cambio de display Equipos Materia Reciclado	54	56,96	3075,63	55	59,14	3252,88	56	61,41	3439,2	57	63,77	3635,04	58	66,22	3840,85
Cambio del Touch	172	65,24	11220,79	174	67,74	11787,15	176	70,34	12380,47	178	73,04	13001,96	180	75,85	13652,94
Cambio de Touch Materia Reciclado	50	46,68	2333,75	51	48,47	2471,84	52	50,33	2617,08	53	52,26	2769,84	54	54,27	2930,47
Cambio de Pin de carga y Altavoz de Equipo	351	32,18	11293,46	356	33,41	11894,18	361	34,69	12524,38	366	36,03	13185,45	371	37,41	13878,81
Cambio de Pin de carga y Altavoz de Equipo Materia Reciclado	189	20,53	3881,03	192	21,32	4094,04	195	22,14	4317,67	198	22,99	4552,45	201	23,88	4798,89
Cambio de baterías	359	30,15	10822,64	364	31,3	11394,75	369	32,51	11994,84	374	33,75	12624,22	379	35,05	13284,24
Software del Equipo	218	37,94	8271,57	221	39,4	8707,4	224	40,91	9164,5	227	42,48	9643,87	230	44,12	10146,54
Apertura de Bandas Equipo	200	36,92	7383,5	203	38,34	7782,03	206	39,81	8200,28	209	41,34	8639,18	212	42,92	9099,69
<b>TOTALES</b>	<b>1750</b>	<b>409,6</b>	<b>71.316,22</b>	<b>1775</b>	<b>425,33</b>	<b>75091,02</b>	<b>1800</b>	<b>441,66</b>	<b>79050,56</b>	<b>1825</b>	<b>458,62</b>	<b>83203,47</b>	<b>1850</b>	<b>476,24</b>	<b>87558,76</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

A tabla 37 refleja los ingresos operacionales que tendrá la empresa con los diferentes tipos de servicios ofrecidos, anualmente a empresa tendrá una demanda de servicios por una cantidad de 1750, tomando los datos del crecimiento poblacional que es de 1.38% y de la inflación que es 3.84 los ingresos a primer año es 71316.22 y este proyectado a 5 años tiene un monto de ingresos de 87558.76 el cual refleja que la empresa crecerá con el pasar de los años

### 5.1.2 Ingresos No operacionales.

Explica (Vázquez, 2005, pág. 112) que: "No están relacionados con el objeto social de negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionados con a razón de ser de la misma."

## 5.2 Costo.

### 5.2.1 Costo Directo

Comenta (Horngren, Datar, & Foster, Contabilidad de Costos, 2007, pág. 49) que: “Es aquel que se relaciona con un objeto del costo en particular y puede rastrear a ese objeto del costo en forma económicamente factible.”

**Tabla 60 Costos Directos**

Costos directos		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima (Accesorios)	\$ 2.776,88	\$ 33.322,50
Materiales Directos	\$ 4,21	\$ 50,50
Mano de obra Directa	\$ 366,00	\$ 4.392,00
Prestaciones sociales	\$ 100,81	\$ 1.209,71
Total		\$ 38.974,71

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

Los costos Directos necesarios para el servicio tiene un valor de \$38.974,71 anuales, los cuales están distribuidos en materia prima un valor de \$33.322,50 anual monto alto ya que de este depende el servicio, la mano de obra es un operario que se pagara mensua\$366 y sumado anualmente es de \$4392 y su prestación social que es de \$1.209,71, y a materia prima directa que es por un costo de 4392 anules. Esos costos son primordiales para la elaboración o prestación del servicio

### 5.2.1.01 Materia Prima Directa

Dice (Sinisterra & Poanco , 2007, pág. 85) que: “Hace referencia a todos los materiales que integran físicamente el producto terminado o que se puede asociar fácilmente con él.”

**Tabla 61 Materia Prima Directa**

Materia Prima				
Detalle	Cantidad	Unidades	V/U	valor total
Display de los Diferentes celulares móviles	157	unidades	\$ 65,00	\$ 10.205,00
Display de los Diferentes celulares móviles Reutilizados	54	unidades	\$ 35,00	\$ 1.890,00
Touch de los diferentes equipos	172	unidades	\$ 45,00	\$ 7.740,00
Touch de los diferentes equipos reutilizados	50	unidades	\$ 25,00	\$ 1.250,00
Pines de Carga y Altavoces de los equipos	351	unidades	\$ 15,00	\$ 5.265,00
Pines de Carga y Altavoces de los equipos de equipos reutilizados	189	unidades	\$ 6,50	\$ 1.228,50
Compra de baterías	359	unidades	\$ 16,00	\$ 5.744,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 33.322,50</b>			

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

Para brindar 1750 servicio de reparación celular la empresa invierte en materia prima, al cual está dividida entre materiales nuevos y reciclados cada uno cumple con el abastecimiento anual. El monto total es de \$33322.5 este monto

servirá para cubrir los servicios se compara cada uno de los repuestos establecidos para el servicio llegando a un precio estándar.

Se estima comprar 157 display nuevos anules por un valor de \$65 con un total de \$10205 anules, los display reutilizados tendrán un costo de \$35 comprando 54 con un valor anual de \$1890; los Touch nuevos anualmente tiene un costo de 7740 comprando una cantidad de 172, en cambio los touch reciclados se comprar 50 a \$25 dando un valor de 1250; los pines de carga y altavoces siendo estos uno de los servicios más cotizados tiene un valor anual de 5265 por la compra de 351 unidades a un precio de \$15, los reciclado a su vez un valor anual de 1228.5 por la compra de 189 a un precio de \$6.5 y por último la compra de baterías las cuales cuestan \$16 y anualmente se invertirán \$5744

**5.2.1.02 Mano de Obra directa**

Comenta (Sinisterra & Poanco , 2007, pág. 85) que: “Constituye el esfuerzo laboral que aplican los trabajadores que están físicamente relacionados con el proceso productivo, sea por acción manual o por operación de una maquina o equipo.”

**Tabla 62 Mano de Obra Directa**

Nomina	CARGO	SUELDO BASICO	IESS PATRONAL	IESS POR PAGAR	DECIMO TERCERO SUELDO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL MENSUAL
Franklin Suarez	Tecnico	\$ 366,00	\$ 40,81	\$ 40,81	\$ 30,50	\$ 29,50			\$ 466,81
<b>Totales</b>		\$ 366,00	\$ 40,81	\$ 40,81	\$ 30,50	\$ 29,50	\$ -	\$ -	\$ 466,81

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

Para el área de reparación celular se necesitara de un operarios el cual su sueldo mensual será de \$366 más todos los beneficios de ley. Esta persona recibirá su fondo de reserva cada año y sus vacacione que se establece siendo estas de 15 días.

### 5.2.2 Costo Indirecto

Según (Horngren, Datar, & Foster, Contabilidad de Costos, 2007, pág. 49):  
“Es aquel que se relaciona con un objeto del costo en particular, pero no puede rastrearse a este último de forma económicamente factible.”

**Tabla 63 Costos Indirectos**

Costos indirectos			
Detalle	Valor mensual	Trimestral	valor anual
Servicios Básicos	\$ 109,75		\$ 1.317,00
Útiles de aseo		\$ 25,00	\$ 300,00
Materia Prima Indirecta	\$ 4,08		\$ 49,00
Depreciación de Maquinaria			\$ 159,52
<b>Total</b>			<b>\$ 1.825,52</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

Los Costos Indirectos de Fabricación de la empresa cumplen un papel adicional a servicio ofrecido siendo este por un valor de \$1825.52 anuales estos costos son de servicios y útiles necesarios para el proceso del servicio.

### 5.2.2.01 Materiales indirectos.

Afirma (Sinisterra & Poanco , 2007, pág. 85) “Se refiere aquellas materias que integran físicamente el producto perdiendo su identidad o que por efectos de materialidad se toman como indirectos.”

**Tabla 64 Materia Prima Indirecta**

Materia Prima Indirecta				
Detalle	Cantidad	Unidades	V/U	Valor total
Pegamento	2	Galón	\$ 5,00	\$ 10,00
Cables	100	Unidades	\$ 0,25	\$ 25,00
Alcohol	2	Galón	\$ 7,00	\$ 14,00
Total				\$ 49,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

Para la elaboración del producto se necesita de otros insumos que complementan el servicios estos llegan a tener un costo anual de 49 dólares. Este precio se basa en la materia prima como es el pegamento los cables y el alcohol.

### 5.2.2.02 Servicios Básicos

Dice (Gonzalo , 2004, pág. 186) que:

Son gastos con servicios básicos, los cuales generalmente son producidos por otros servicios públicos. Comprenden los siguientes ítems: Electricidad: Son los gastos por consumo de energía eléctrica  
Agua y Alcantarillado. Son los gastos por consumo de agua de acueductos y agua en botella se incluye los gastos de alcantarillado

**Tabla 65 Servicios Básicos**

Concepto	Servicios básico		Porcentaje de consumo en producción anual	Producción consumo en dólares anual	Porcentaje de consumo en Administración anual	Administración consumo en dólares anual	Porcentaje de consumo en Ventas anual	Ventas consumo en dólares anual
	Costo mensual	Costo anual						
Agua	\$ 35,00	\$ 420,00	45%	\$ 189,00	30%	\$ 126,00	25%	\$ 105,00
Luz	\$ 90,00	\$ 1.080,00	60%	\$ 648,00	10%	\$ 108,00	30%	\$ 324,00
Teléfono	\$ 25,00	\$ 300,00	20%	\$ 60,00	40%	\$ 120,00	40%	\$ 120,00
Internet	\$ 50,00	\$ 600,00	70%	\$ 420,00	30%	\$ 180,00	10%	\$ 60,00
<b>Total</b>	<b>\$ 200,00</b>	<b>\$ 2.400,00</b>		<b>\$ 1.317,00</b>		<b>\$ 534,00</b>		<b>\$ 609,00</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

La tabla 43 de servicios básicos representa la distribución de cada uno de ellos según a utilización de las diferentes áreas.

El servicio básico del agua se distribuye en un 45% en el área de producción, un 30 % anua en áreas de administración y un 25% en el área de a ventas.; el servicio de la luz un 60% en el área de producción ya que es donde se tendrá utilizando as diferentes tipos de instrumentos que se necesitara para os servicios un 10% en el área administrativa y un 40% en el área de ventas; servicio de teléfono en un 20% en el área de producción un 40% en el área administrativa y de ventas ya que aquí son las encargadas de realizar las compras y mantener una comunicación con los clientes; el internet se utilizara un 70% en eñe área de producción ya que es utilizado ara la descarga o actualización de los equipos móviles en un 30% en el área administrativa y un 10% en el área de ventas. Cada servicio básico será destinado con un mayor porcentaje sal área que más use del mismo.

### 5.2.2.03 Útiles de aseo

Afirma (Majía Gutiérrez, 2005, pág. 59) que: “Son gastos ordinarios que se debe incluir en todo presupuesto dadas las condiciones mínimas por parte de propios y extraños, como forma de ofrecer un buen servicio de atención al cliente.”

**Tabla 66 Útiles de Aseo**

Útiles de aseo				
Detalle	Cantidad	Unidades	V/U	valor total
Paños	8	Caja	\$ 10,00	\$ 80,00
Tacho de basura	2	Unidas	\$ 10,00	\$ 20,00
Total				\$ 100,00

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

Para poder tener un acabado de excelencia los utilices de aseo no solo serán utilizados para el área de trabajo sino para entregar un servicio y un trabajo pulcro el valor de estos útiles son 100 anuales.

### 5.2.3 Gastos Administrativos

**Tabla 67 Gastos Administrativos**

Gastos administrativos			
Descripción		Valor mensual	Valor anual
Sueldos		\$ 896,00	\$ 10.752,00
Prestaciones Sociales		\$ 226,14	\$ 2.713,73
Servicios básicos		\$ 44,50	\$ 534,00
Útiles de Aseo		\$ 44,75	\$ 537,00
Útiles de Oficina		\$ 2,86	\$ 34,35
Arriendo		\$ 350,00	\$ 4.200,00
Depreciación Maquinaria		\$ 13,29	\$ 159,52
Depreciación equipo de computo		\$ 21,25	\$ 255,00
Depredación de Equipo de Oficina		\$ 1,13	\$ 13,50
Depreciación muebles y encerados		\$ 10,63	\$ 127,52
<b>Total</b>			<b>\$ 19.326,62</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

Aquí se puede analizar los gastos del área administrativa como son sueldos de Gerente General de la Recepcionista útiles y materiales de Equipamiento las depreciaciones de cada uno de las cuentas y el arriendo que tiene un valor de \$350 mensuales este hace una suma por un valor es 19.326,62 precio a pagar anualmente.

### 5.2.3.01 Sueldos

**Tabla 68 Sueldo**

Nomina	CARGO	SUELDO BASICO	IESS PATRONAL	DECIMO TERCERO SUELDO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL MENSUAL
Tania Elizalde	Gerente General	\$ 450,00	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 29,50			\$ 567,18
Carolina Rosales	Cajera Recepcionista	\$ 366,00	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 29,50			\$ 470,47
<b>Totales</b>		\$ 816,00	\$ 94,64	\$ 68,00	\$ 59,00	\$ -	\$ -	\$ 1.037,64

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

Los Sueldos administrativos están conformados por el Gerente general por un valor de \$450 mensuales y a cajera / recepcionista por un valor de \$366 sumados estos sueldos da un valor mensual de 816 por el área administrativas estas personas recibirán todos los beneficios de ley como es su fondos de reserva decimo los y la vacaciones obligadas a cumplir el año.

### 5.2.3.02 Útiles de Oficina

Cometa (Majía Gutiérrez, 2005, pág. 60) que:

Tiene que ver con todos los implementos de papelería de los empleados requieren en toda empresa para la realización y desempeño de sus funciones en as que desarrollan actividades como elaboración de correspondencia, documentos, trabajos rutinarios de contabilidad, sistema y demás secciones y dependencia que conformen la entidad.

**Tabla 69 Útiles de Oficina**

Útiles de oficina				
Detalle	Cantidad	Unidad	V/U	valor total
Resmas de papel bond	6	Unidades	\$ 3,60	\$ 21,60
Grapadoras	3	Unidades	\$ 1,25	\$ 3,75
Lápiz	6	Unidades	\$ 0,35	\$ 2,10
Esferos	6	Unidades	\$ 0,40	\$ 2,40
Block de notas de venta	2	Unidades	\$ 2,25	\$ 4,50
<b>Total</b>				<b>\$ 34,35</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

## **Análisis**

Los útiles de oficina son una herramienta útil para el desempeño diario de los labores empresariales estas herramientas adquieren un costo de \$34.35 anuales para la empresa.

### **5.2.4 Costos de Venta**

Comenta (Rincón & Marmolejo , 2012, pág. 180) que:

Es la inversión representada en todos los egresos o costos causados que e hicieron en un producto (bien o servicio) que fueron vendido dentro del giro ordinario de la empresa en la mayoría de los casos estos costos están capitalizados en inventarios.

**Tabla 70 Gatos Ventas**

Gastos de Venta		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldo	\$ 366,00	\$ 4.392,00
Prestaciones sociales	\$ 104,47	\$ 1.253,63
servicios básicos	\$ 50,75	\$ 609,00
Publicidad	\$ 19,41	\$ 232,96
Total		\$6487,59

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

**Análisis**

Los costos e venta se refiere a todo lo necesario para que el servicio sea acogido por los clientes aquí se puede encontrar la publicidad los sueldos de los ejecutivos de ventas y os servicios básicos esta empresa tiene un costo anua del ventas por un valor de \$6.487,59 los cuales pueden variar dependiendo de la necesidad de expansión de la empresa y su reconocimiento.

**5.2.4.01 Sueldo del vendedor****Tabla 71 Sueldo Ejecutivo de Ventas**

Nomina	CARGO	SUELDO BASICO	IESS PATRONAL	IESS POR PAGAR	DECIMO TERCERO SUELDO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL MENSUAL
Daniel Guzmán	Ejecutivo en ventas	\$ 366,00	\$ 40,81	\$ 40,81	\$ 30,50	\$ 29,50			\$ 466,81
Totales		\$ 366,00	\$ 40,81	\$ 40,81	\$ 30,50	\$ 29,50	\$ -	\$ -	\$ 466,81

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

Para el departamento de ventas cuenta con un ejecutivo de ventas el cual es el encargado de comercializar dar información y atención a clientes esta persona tendrá un sueldo de \$366 y todos los beneficios que establece la ley.

### 5.2.4.02 Publicidad

Comenta (Ángeles & Dolores, 2005, pág. 17) que:

La publicidad es una de las formas de comunicación de la empresa. Nos referimos aquí a la comunicación externa, es decir el conjunto de mensajes que la empresa lanza al exterior, haciendo abstracción de la comunicación interna de la empresa, que es objeto de una materia distinta de la nuestra

**Tabla 72 Publicidad**

Publicidad				
Detalle	cantidad	unidades	valor unitario	valor total
Tarjetas de presentación	800	unidades	\$ 0,05	\$ 40,00
Gigantografía (10m*10m)	4	unidades	\$ 15,99	\$ 63,96
Página web	1	unidades	\$ 65,00	\$ 65,00
Volantes	800	unidades	\$ 0,08	\$ 64,00
<b>Total</b>				<b>\$ 232,96</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

La tabla 50 describe la publicidad necesitada para hacer conocer el negocio y poder apertura el mercado el monto de la publicidad por un valor anual es de \$232.96, el cual será cargado como el gasto a ventas.

### 5.2.5 Costos Financieros

Dice (Rincón & Marmolejo , 2012, pág. 94) que:” Son aquellos costos que incurre un sujeto económico para la obtención, uso o devolución de capitales financieros puestos a su disposición por terceras personas.”

**Tabla 73 Gastos Financieros**

Gastos financieros	
Descripción	Valor
Intereses a corto plazo	\$ 99,29
Intereses a largo plazo	\$ 1.200,08
Total	\$ 1.299,37

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

La tabla 51 refleja los gastos financieros por concepto de interés a corto y largo plazo los cuales incluye los intereses de la amortización de e crédito solicitado para la inversión.

### 5.3 Inversión

Según (Gregorio , 2007, pág. 17) que:

Consiste en bienes que se mantiene para el futuro y por lo tanto no son consumidos. Os bienes se mantiene ya sea para a producción de bienes como es el caso de la maquinaria y equipo o como productos finales que serán vendidos en un futuro.

#### 5.3.1 Inversión Fija

Comenta (Gregorio , 2007, pág. 18) que:

También se conoce como formación bruta de capital fijo, la palabra fijo se usa para destacar que, contrariamente a los inventarios estos bienes estarán fijos en la economía durante un tiempo largo y se usara para a producción de nuevos bienes.

##### 5.3.1.01 Activos Fijos

Dice (S. Simanovsky, 2011, pág. 116) que: “Los cuales no están previstos, como parte de la actividad operativa de la compañía, tornarse en efectivo. Si implica que son permanente como un inmueble, Terreno, Automóviles, Computadores.”

**Tabla 74 Activo Fijo**

Activos Fijos	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 1.595,20
Muebles y Enseres	\$ 1.275,20
Equipo de Computo	\$ 765,00
Equipo de oficina	\$ 135,00
Total	\$ 3.770,40

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

Los activos fijos de una empresa son los activos que serán utilizados para la elaboración de los servicios, estos ayudaran a e proceso con una larga duración.

Acoplándose a las depreciaciones.

### 5.3.1.01.01 Equipo de Computación

**Tabla 75 Equipo de Computación**

Equipo de computo				
Detalle	Cantidad	unidad	V/U	valor total
Computador de escritorio	2	unidades	\$ 310,00	\$ 620,00
Impresora	1	unidades	\$ 145,00	\$ 145,00
Total				\$ 765,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

Para la empresa se necesitara de 2 computadoras para los procesos y de una impresora multifuncional que abastecerá a todas las áreas se podrá cumplir con las actividades diarias con un costo accesible a la empresa. Estos equipos de cómputo también están sujetos a las depresiones como activos.

### 5.3.1.01.02 Muebles y enseres

**Tabla 76 Muebles y Enseres**

Muebles y enseres				
Detalle	Cantidad	Unidad	V/U	Valor Total
Sillas de espera	1	unidades	\$ 259,00	\$259
Sillas administrativas	2	unidades	\$ 89,60	\$179,2
Sillas para área de ventas	2	unidades	\$ 51,00	\$102
Escritorios Área Administrativa	1	unidades	\$ 135,00	\$135
Escritorio para Taller	1	unidades	\$ 150,00	\$150
Escritorio para área de ventas	1	unidades	\$ 150,00	\$150
Vitrinas	3	unidades	\$ 100,00	\$300
<b>TOTAL</b>				<b>\$1275,2</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### **Análisis**

Muebles y enseres que constituyen la imagen de la empresa y el soporte para las actividades tiene un valor de \$1275.2 el cual de igual forma estará sujeto a depreciaciones.

### 5.3.1.01.03 Maquinaria y equipo

Comenta (Fierro, 2011, pág. 163) que:

Registra el costo histórico de la maquinaria y equipo adquirida por el ente económico. El costo también incluye la diferencia en cambio causada hasta que se encuentren en condiciones de utilización originada por obligaciones en moneda extranjera contraída para su adquisición.

**Tabla 77 Maquinaria y Equipo**

Maquinaria y equipo				
Detalle	cantidad	unidades	V/U	valor total
Juego de desarmadores	2	unidad	\$ 11,10	\$22,2
Tercera mano	1	unidad	\$ 35,00	\$35
Pinzas diversas	1	unidad	\$ 65,00	\$65
Cautín o soldador	1	unidad	\$ 120,00	\$120
Multímetro	2	unidad	\$ 35,00	\$70
Cables diversos	1	unidad	\$ 48,00	\$48
Cajas de flasheo	1	unidad	\$ 780,00	\$780
Microscopio	1	unidad	\$ 455,00	\$455
<b>TOTAL</b>				<b>\$1595,2</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### **Análisis**

En la maquinaria y equipo se detalla todos los instrumentos que son fuente principal para poder realizar los arreglos celulares estos tiene un valor de \$1595.2

#### **5.3.1.01.04 Equipo de oficina**

Comenta (Fierro, 2011, pág. 163) que:

Registra el costo de adquisición de los bienes logísticos para el buen desempeño y desarrollo de la empresa. Registra el costo de equipo inmobiliario mecánico y electrónico de propiedad del ente económico utilizado para el desarrollo de sus operaciones. La diferencia con el precio de enajenación se registrará en la cuenta de ingresos (gastos) no operacionales.

**Tabla 78 Equipo de Oficina**

Equipos de Oficina				
Detalle	cantidad	Unidad	V/U	valor total
Teléfonos	1	Unidades	\$ 75,00	\$ 75,00
Sumadoras	2	Unidades	\$ 30,00	\$ 60,00
Total				\$ 135,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

Los equipos de oficina con los cuales cuenta la empresa son: los teléfonos los cuales tendrán 3 extensiones para ubicarlos en las diferentes áreas y tener una mejor comunicación, las sumadoras que es necesaria en ventas y en caja para poder desempeñar bien sus labores esto tiene un costo de \$135.

### 5.3.1.02 Activos Nominales

Dice (Cuenca Cardozo , 2006, pág. 186)qué; “Corresponde a los desembolsos efectuados por la entidad solidaria, en las etapas de organización, explotación construcción, instalación y los bienes recibidos de los cuales se espera obtener beneficios económicos futuros y son susceptibles de recuperación pero de forma indirecta.”

**Tabla 79.- Activos Nominales**

Activos Nominales	Valor
Gastos de Organización	\$1020
Gastos de Instalación	\$150
Capacitación de Personal	\$120
Gastos de Publicidad	\$232,96
Total	\$1522,96

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### **Análisis**

La tabla 57 de activos nominales tiene un valor total de \$1522.96 los cuales se destinara capacitaciones de los empleados de área de ventas para un buen desenvolvimiento y conocimiento del producto que es por un valor de \$120, a publicidad que se realizara para el conocimiento de la empresa que es un monto de \$232.96, las instalaciones pertinentes para los equipos de cómputo, maquinaria, y muebles y enseres por un valor de \$150 y de los gastos de organización que son de 1020.

### **5.3.2 Capital de trabajo**

Pronuncia (Gómez, 2012, pág. 152) que: "Presenta una relación de los aportes de capital propio que se efectúa al realizar un proyecto especificando según la cronografía de su constitución y realización."

**Tabla 80 Capital de Trabajo**

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Materia Prima Existente	\$ 2.702,29	\$ 2.702,29	\$ 2.702,29
Servicios Básicos	\$ 109,75	\$ 109,75	\$ 109,75
Mano de obra directa	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 366,00
Caja Bancos	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Total	\$ 4.278,04	\$ 4.278,04	\$ 4.278,04

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### **Análisis**

Estará dado por todos as inversiones fijas y estas son materia prima existente por \$2702.29 a cual es fundamental para elaborar es servicio, los servicios básicos que sirven para el desempeño 109.75, a mano d obra directas por un valor de \$366 y a caja bancos que tiene un valor de \$1100 estos activos nominales tienen un valor de 4278.04

### **5.3.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos**

Comenta (Gòmez, 2012, pág. 154) que es: “Indica las fuentes de financiamiento para el capital fijo y e capital de trabajo clasificándola según sea de capital propio o créditos de otras entidades o aportes reembolsables o no reembolsables.”

**Tabla 81 Fuentes de Financiamiento**

<b>Fuentes de financiamiento</b>			
	Uso de fondos	Financiamiento bancos	RECURSOS PROPIOS
Inversiones fijas	\$ 3.770,40	\$ 2.175,20	\$ 1.595,20
Maquinaria y Equipo	\$ 1.595,20		\$ 1.595,20
Muebles y Enseres	\$ 1.275,20	\$ 1.275,20	
Equipo de Computo	\$ 765,00	\$ 765,00	
Equipo de oficina	\$ 135,00	\$ 135,00	
Activos diferidos	\$ 1.522,96	\$ 1.522,96	\$ 0,00
Gastos de Organización	\$ 1.020,00	\$ 1.020,00	
Gastos de Instalación	\$ 150,00	\$ 150,00	
Capacitación de Personal	\$ 120,00	\$ 120,00	
Gastos de Publicidad	\$ 232,96	\$ 232,96	
Capital de trabajo	\$ 4.352,63	\$ 4.352,63	\$ 0,00
Materia Prima Existente	\$ 2.776,88	\$ 2.776,88	
Servicios Básicos	\$ 109,75	\$ 109,75	
Mano de obra directa	\$ 366,00	\$ 366,00	
Caja Bancos	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	
Total	\$ 9.645,99	\$ 8.050,79	\$ 1.595,20
	100%	83%	17%

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

A inversión total necesitada por el proyecto es de \$9645.99 a cual se realizará un préstamo por el valor de \$8050.79 que representa un 83% del valor de capital total y usando un capital propio de \$1595.20 el cual será de los ahorros pertinentes para la implementación de proyecto y representa el 17 % de la inversión.

### 5.3.4 Amortización

Dice (Gòmez, 2012, pág. 8) que: “La amortización influyen en os rendimientos en la medida de que son deducibles fiscalmente.”

**Tabla 82 Tasa de Amortización Francesa**

Amortización francesa		
Deuda	\$ 8.050,79	
Cuotas #	24	Meses
Tasa	1,23%	Mensual

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

**Tabla 83 Amortización**

N cuotas	Amortización	Interés	Valor anual	Saldo insoluto
0				\$ 8.050,79
1	\$ 290,30	\$ 99,29	\$ 389,59	\$ 7.760,49
2	\$ 293,88	\$ 95,71	\$ 389,59	\$ 7.466,61
3	\$ 297,50	\$ 92,09	\$ 389,59	\$ 7.169,10
4	\$ 301,17	\$ 88,42	\$ 389,59	\$ 6.867,93
5	\$ 304,89	\$ 84,70	\$ 389,59	\$ 6.563,04
6	\$ 308,65	\$ 80,94	\$ 389,59	\$ 6.254,40
7	\$ 312,45	\$ 77,14	\$ 389,59	\$ 5.941,94
8	\$ 316,31	\$ 73,28	\$ 389,59	\$ 5.625,64
9	\$ 320,21	\$ 69,38	\$ 389,59	\$ 5.305,43
10	\$ 324,16	\$ 65,43	\$ 389,59	\$ 4.981,27
11	\$ 328,16	\$ 61,43	\$ 389,59	\$ 4.653,11
12	\$ 332,20	\$ 57,39	\$ 389,59	\$ 4.320,91
13	\$ 336,30	\$ 53,29	\$ 389,59	\$ 3.984,61
14	\$ 340,45	\$ 49,14	\$ 389,59	\$ 3.644,16
15	\$ 344,65	\$ 44,94	\$ 389,59	\$ 3.299,52
16	\$ 348,90	\$ 40,69	\$ 389,59	\$ 2.950,62
17	\$ 353,20	\$ 36,39	\$ 389,59	\$ 2.597,42
18	\$ 357,56	\$ 32,03	\$ 389,59	\$ 2.239,87
19	\$ 361,97	\$ 27,62	\$ 389,59	\$ 1.877,90
20	\$ 366,43	\$ 23,16	\$ 389,59	\$ 1.511,47
21	\$ 370,95	\$ 18,64	\$ 389,59	\$ 1.140,52
22	\$ 375,52	\$ 14,07	\$ 389,59	\$ 765,00
23	\$ 380,16	\$ 9,43	\$ 389,59	\$ 384,84
24	\$ 384,84	\$ 4,75	\$ 389,59	(\$ 0,00)

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

El cuadro presentado refleja el crédito solicitado a la cooperativa Andalucía por un valor de 8050.79 se escogió esta cooperativa por su facilidad de presentar os requisitos y agilidad en el momento de solicitar el crédito, el cual se o realizo a un plazo de 24 meses con una tasa mensual de interés de 1.23%, estos intereses no son muy altos y permitirá a empresa poder realizar los pagos puntuales de esta forma crecer en el historial crediticio para unas futuras inversiones al proyecto.

### 5.3.5 Depreciación

Afirma (S. Simanovsky, 2011, pág. 111) que es: “Proceso en el cual decae e valor del activo permanente por su utilización o por su caída en obsolescencia.”

**Tabla 84 Ingreso Depreciación**

Depreciaciones							
Descripción	Valor	Vida útil	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Maquinaria	\$ 1.595,20	10	\$ 159,52	\$ 10,00	\$ 159,52	\$ 10,00	\$ 159,52
Muebles y Enseres	\$ 1.275,20	10	\$ 127,52	\$ 10,00	\$ 127,52	\$ 10,00	\$ 127,52
Equipo de oficina	\$ 135,00	10	\$ 13,50	\$ 10,00	\$ 13,50	\$ 10,00	\$ 13,50
Equipo de Computación	\$ 765,00	3	\$ 255,00	\$ 3,00	\$ 255,00	\$ 3,00	\$ 255,00
TOTAL			\$ 555,54	\$ 33,00	\$ 555,54	\$ 30,00	\$ 300,54

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

la depreciación de os activos fijos se los realiza aplicando las normas de depreciación la maquinaria por un valor de \$1595.20 se deprecia a 10 años un 10% que este sería un valor anual de 159.52, los muebles y enseres se depresión a 10 años

con un valor de \$1275.20 el cual cada año se depreciara por un valor de \$127.52, equipos de oficina tiene un precio de \$135 y anualmente un valor de \$13.5 y os equipos de computación que por tratar se tecnología su depreciación será por 3 años por un valor de \$225.

**Tabla 85 Depreciación de Activos Diferidos**

Depreciación activo diferido							
Descripción	Valor	Vida Útil	año1	año2	año3	año4	año5
Activos nominales	\$ 1.522,96	5	\$ 304,59	\$ 304,59	\$ 304,59	\$ 304,59	\$ 304,59

Fuente: Estudio Financiero  
 Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

En la tabla 63 a depreciación de los activos nominales tendrán una vida útil de 5 años su monto inicial será de 1522.96 y una depreciación anuales 304.59 en estos gastos ingresan los gastos de constitución publicidad capacitación de personal, los cuales ayudan a que a empresa se constituya y crezca.

### 5.3.6 Estado de situación inicial

Tabla 86 Estado de situación inicial

<i>EMPRESA "Solucion Celular"</i>			
Balance General			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015			
ACTIVO		PASIVO	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		\$ 1.100,00	<b>PASIVO CORRIENTE</b>
Bancos	<u>\$ 1.100,00</u>		Cuentas por pagar
<b>ACTIVOS NO CORRIENTE</b>		\$ 3.770,40	<b>Total Pasivo Corriente</b>
Propiedad planta y equipo	\$ 3.770,40		<b>PASIVO LARGO / PLAZO</b>
Equipo de Oficina	\$ 135,00		Préstamo L/P
Maquinaria o Equipos	\$ 1.595,20		<u>\$ 8.050,79</u>
Equipo de Computo	\$ 765,00		<b>TOTAL DE PASIVO</b>
Muebles y Enseres	\$ 1.275,20		<u>\$ 8.050,79</u>
<b>OTROS ACTIVOS</b>		\$ 1.522,96	<b>PATRIMONIO</b>
Gastos d Organización	\$ 1.020,00		Capital
Gastos de Instalacion	\$ 150,00		-\$ 1.657,43
Gastos de Publicidad	\$ 120,00		
Capacitación personal	\$ 232,96		
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<u>\$ 6.393,36</u>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<u>\$ 6.393,36</u>
<u>FIRMA GERENTE</u>		<u>FIRMA CONTADOR</u>	

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

El balance determina que nuestro estado financiera es positivo terminando con un 6393.36 ya hecha a inversión y teniendo como referencia todas las cuentas fijas que tenemos es una parte favorable para implementar este proyecto.

### 5.3.7 Estado de resultados

Tabla 87 Estado de Resultados

Estados de resultados					
Al 31 de diciembre 2015					
Detalle	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 71.316,22	\$ 75.091,02	\$ 79.050,56	\$ 83.203,47	\$ 87.558,76
Servicios totales	\$ 71.316,22	\$ 75.091,02	\$ 79.050,56	\$ 83.203,47	\$ 87.558,76
Inflación:	3,80%				
Costos					
Costo de producción	\$ 40.800,23	\$ 42.350,64	\$ 43.959,96	\$ 45.630,44	\$ 47.364,40
Costo directo	\$ 38.974,71	\$ 40.455,75	\$ 41.993,07	\$ 43.588,80	\$ 45.245,18
Costos indirectos (gastos de fabricación)	\$ 1.825,52	\$ 1.894,89	\$ 1.966,90	\$ 2.041,64	\$ 2.119,22
Gastos de ventas	\$ 6.487,59	\$ 6.734,12	\$ 6.990,01	\$ 7.255,63	\$ 7.531,35
Gastos de administración	\$ 19.326,62	\$ 20.061,03	\$ 20.823,35	\$ 21.614,64	\$ 22.435,99
Gastos financieros	\$ 1.299,37	\$ 1.348,75	\$ 1.400,00	\$ 1.453,20	\$ 1.508,42
Utilidad bruta	\$ 3.402,41	\$ 4.596,49	\$ 5.877,24	\$ 7.249,56	\$ 8.718,60
Participación empleados (15%)	\$ 510,36	\$ 689,47	\$ 881,59	\$ 1.087,43	\$ 1.307,79
Utilidad antes de impuestos	\$ 2.892,05	\$ 3.907,01	\$ 4.995,65	\$ 6.162,13	\$ 7.410,81
Impuesto a la renta 22%(-)	\$ 636,25	\$ 859,54	\$ 1.099,04	\$ 1.355,67	\$ 1.630,38
utilidad antes de la reserva	\$ 2.255,80	\$ 3.047,47	\$ 3.896,61	\$ 4.806,46	\$ 5.780,43
Reserva legal 5%(-)	\$ 112,79	\$ 152,37	\$ 194,83	\$ 240,32	\$ 289,02
Utilidad neta	\$ 2.143,01	\$ 2.895,10	\$ 3.701,78	\$ 4.566,14	\$ 5.491,41

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

En la tabla 65 de os Estados de resultados se realizó la proyección a 5 años con una tasa de crecimiento de 3.8% se pude observar que después de todos las aportaciones costos y gastos tendrá una utilidad neta de \$2143.01 actualmente y dentro de 5 años la empresa tendrá una utilidad de \$5491.41 o cual es favorable par a empresa ya que demuestra crecimiento.

### 5.3.8 Flujo de Caja

Dice (S. Simanovsky, 2011, pág. 112) que: “Es el informe sobre el flujo de capitales describe os movimientos del dinero en efectivo que ingresa y egreso de la compañía en un periodo.”

**Tabla 88 Flujo de Caja**

FLUJO DE CAJA					
PERIODOS					
DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 71.316,22	\$ 75.091,02	\$ 79.050,56	\$ 83.203,47	\$ 87.558,76
<b>SERVICIOS TOTALES</b>	<b>\$ 71.316,22</b>	<b>\$ 75.091,02</b>	<b>\$ 79.050,56</b>	<b>\$ 83.203,47</b>	<b>\$ 87.558,76</b>
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 40.800,23	\$ 42.350,64	\$ 43.959,96	\$ 45.630,44	\$ 47.364,40
<b>COSTO DIRECTO</b>	<b>\$ 38.974,71</b>	<b>\$ 40.455,75</b>	<b>\$ 41.993,07</b>	<b>\$ 43.588,80</b>	<b>\$ 45.245,18</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)</b>	<b>\$ 1.825,52</b>	<b>\$ 1.894,89</b>	<b>\$ 1.966,90</b>	<b>\$ 2.041,64</b>	<b>\$ 2.119,22</b>
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.487,59	\$ 6.734,12	\$ 6.990,01	\$ 7.255,63	\$ 7.531,35
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 19.326,62	\$ 20.061,03	\$ 20.823,35	\$ 21.614,64	\$ 22.435,99
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.299,37	\$ 1.348,75	\$ 1.400,00	\$ 1.453,20	\$ 1.508,42
UTILIDAD BRUTA	\$ 3.402,41	\$ 4.596,49	\$ 5.877,24	\$ 7.249,56	\$ 8.718,60
<b>PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)</b>	<b>\$ 510,36</b>	<b>\$ 689,47</b>	<b>\$ 881,59</b>	<b>\$ 1.087,43</b>	<b>\$ 1.307,79</b>
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2.892,05	\$ 3.907,01	\$ 4.995,65	\$ 6.162,13	\$ 7.410,81
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>\$ 636,25</b>	<b>\$ 859,54</b>	<b>\$ 1.099,04</b>	<b>\$ 1.355,67</b>	<b>\$ 1.630,38</b>
utilidad antes de la reserva	\$ 2.255,80	\$ 3.047,47	\$ 3.896,61	\$ 4.806,46	\$ 5.780,43
<b>Reserva legal 5%</b>	<b>\$ 112,79</b>	<b>\$ 152,37</b>	<b>\$ 194,83</b>	<b>\$ 240,32</b>	<b>\$ 289,02</b>
UTILIDAD NETA	\$ 2.143,01	\$ 2.895,10	\$ 3.701,78	\$ 4.566,14	\$ 5.491,41
DEPRECIACIONES (+)	\$ 555,54	\$ 33,00	\$ 555,54	\$ 30,00	\$ 300,54
AMORTIZACIONES (+)	\$ 304,59	\$ 304,59	\$ 304,59	\$ 304,59	\$ 304,59
<b>EXCEDENTE OPERACIONAL</b>	<b>\$ 3.003,14</b>	<b>\$ 3.232,69</b>	<b>\$ 4.561,91</b>	<b>\$ 4.900,73</b>	<b>\$ 6.096,54</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

Los flujos de caja proyectados permite ver los ingresos obtenidos por la empresa a 5 años, a tabla 66 nos permite ver que con unas tasa de inflación de 3.80% los flujos actuales son de \$3003.14 y dentro de 5 años será de \$6096.54 duplicando la cifra de ingresos los que dará un proceso favorable para el crecimiento y desarrollo de proyecto.

### 5.03.08.01 Flujo Neto Financiero

**Tabla 89 Flujo Neto Financiero**

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-\$ 9.645,99			-\$ 765,00		
Excedente Operacional		\$ 3.003,14	\$ 3.232,69	\$ 4.561,91	\$ 4.900,73	\$ 6.096,54
Flujos de efectivo	-\$ 9.645,99	\$ 3.003,14	\$ 3.232,69	\$ 3.796,91	\$ 4.900,73	\$ 6.096,54

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

En la tabla 67 se puede observar en la tabla 67 que la inversión para el proyecto es de un valor de \$9645.99 expresado en negativo esta inversión se podrá ir recuperando con los ingresos operacionales y no operaciones que tenga la empresa sus ventas proyectadas a 5 años de este proyecto son de primer año \$3003.14 e4ñ segundo año \$3232.69 e tercer año 3796.91 el cuarto año es de \$4900.73 y por último el quinto año que es de \$6096.54, con los cálculos determinados se puede decir que en 5 años os ingresos duplicaran los actuales.

## 5.4 Evaluación

Afirma (Gómez, 2012, pág. 7) que: “Es el análisis de cuadros de fuentes en uso de fondos y los estados financiero proyectados permiten llegar a cálculo de os resultados y a evaluación financiera.”

### 5.4.1 TMAR

Confirma (Iborra, Dolz, & Ferrer, 2014, pág. 361) que: “es aquella tasa que hace que el valor actual neto de la inversión sea igual a 0. Es decir es la tasa que iguala a corriente actualizada de cobros y a corriente actualizada de pagos.”

#### CALCULO DE LA TMAR

TMAR = TASA ACTIVA + TASA PASIVA

**Tabla 90 TMAR**

Tasa Activa	11,83%
Tasa Pasiva	4,54%
TMAR	16,37%

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

**Tabla 91 Tasa Interna de Retorno**

<b>VAN =</b>	<b>- P</b>	<b>+</b>	<b>FNE 1</b>	<b>+</b>	<b>FNE 2</b>	<b>+</b>	<b>FNE 3</b>	<b>+</b>	<b>FNE 4</b>	<b>+</b>	<b>FNE 5</b>
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
<b>VAN =</b>	<b>-\$ 9.645,99</b>	<b>+</b>	<b>\$ 3.003,14</b>	<b>+</b>	<b>\$ 3.232,69</b>	<b>+</b>	<b>\$ 3.796,91</b>	<b>+</b>	<b>\$ 4.900,73</b>	<b>+</b>	<b>\$ 6.096,54</b>
			1,28		1,65		2,12		2,72		3,49
<b>VAN =</b>	<b>-\$ 9.645,99</b>	<b>+</b>	<b>\$ 2.339,13</b>	<b>+</b>	<b>\$ 1.961,20</b>	<b>+</b>	<b>\$ 1.794,18</b>	<b>+</b>	<b>\$ 1.803,74</b>	<b>+</b>	<b>\$ 1.747,74</b>
<b>VAN =</b>	<b>-\$ 9.645,99</b>	<b>+</b>	<b>\$ 9.645,99</b>								
<b>VAN =</b>	<b>\$ 0,00</b>										
<b>TIR =</b>	<b>28,39%</b>										

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

Se observa mendicante la TIR que es un 28.39 % que el proyecto es viable para la implementación ya que su rentabilidad será alta y con proyecciones de crecimiento.

### 5.4.2Van

Dice (Iborra, Dolz, & Ferrer, 2014, pág. 357) que: “Es una medida de rentabilidad absoluta porque se expresa en unidades monetarias y neta porque se han tenido en cuenta todos los cobros y pagos consecuencia es de a inversión”

**Tabla 92 Valor Actual NETO**

VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	-\$ 9.645,99	+	\$ 3.003,14	+	\$ 3.232,69	+	\$ 3.796,91	+	\$ 4.900,73	+	\$ 6.096,54
			1,16		1,35		1,58		1,83		2,13
VAN =	-\$ 9.645,99	+	\$ 2.580,68	+	\$ 2.387,16	+	\$ 2.409,39	+	\$ 2.672,37	+	\$ 2.856,79
VAN =	-\$ 9.645,99	+	\$ 12.906,40								
VAN =	\$ 12.906,40										

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

Con la aplicación de VAN con la tasas activas y pasivas se termina que la inversión realizada hoy para el proyecto que es un valor de 9645.99 en 5 años tendrá un valor de \$12906.40 este indicador es favorable y aceptable para el proyecto

### 5.4.3 Período de recuperación de la inversión

Dice (Gil, 2013, pág. 39) que: "Se define como el tiempo que tarda en recuperar el desembolso inicial."

**Tabla 93 Periodo de Recuperación**

Periodo de recuperación					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
				Actualizado	
0	-\$ 9.645,99	-\$ 9.645,99	1,00	-\$ 9.645,99	-\$ 9.645,99
1	\$ 3.003,14	-\$ 6.642,84	0,86	\$ 2.580,68	-\$ 7.065,30
2	\$ 3.232,69	<b>-\$ 3.410,15</b>	0,74	\$ 2.387,16	-\$ 4.678,14
3	<b>\$ 3.796,91</b>	\$ 386,76	0,63	\$ 2.409,39	-\$ 2.268,75
4	\$ 4.900,73	\$ 5.287,48	0,55	\$ 2.672,37	<b>\$ 403,62</b>
5	\$ 6.096,54	\$ 11.384,03	0,47	<b>\$ 2.856,79</b>	\$ 3.260,41

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

**Tabla 94 Periodo de Recuperación detallado**

Periodo de recuperación a			Periodo de recuperación a		
Valores corrientes			Valores actualizados		
	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
<b>AÑO 3</b>	\$ 3.796,91	-\$ 3.410,15	<b>AÑO 4</b>	\$ 2.856,79	\$ 403,62
1 mes	\$ 316,41	-\$ 3.093,75	1 mes	\$ 238,07	\$ 641,69
2 mes	\$ 316,41	-\$ 2.777,34	2 mes	\$ 238,07	\$ 879,75
3 mes	\$ 316,41	-\$ 2.460,93	3 mes	\$ 238,07	\$ 1.117,82
4 mes	\$ 316,41	-\$ 2.144,52	4 mes	\$ 238,07	\$ 1.355,88
5 mes	\$ 316,41	-\$ 1.828,11	5 mes	\$ 238,07	\$ 1.593,95
6 mes	\$ 316,41	-\$ 1.511,70	6 mes	\$ 238,07	\$ 1.832,02
7 mes	\$ 316,41	-\$ 1.195,29	7 mes	\$ 238,07	\$ 2.070,08
8 mes	\$ 316,41	-\$ 878,88	8 mes	\$ 238,07	\$ 2.308,15
9 mes	\$ 316,41	-\$ 562,47	9 mes	\$ 238,07	\$ 2.546,21
10 mes	\$ 316,41	-\$ 246,06	10 mes	\$ 238,07	\$ 2.784,28
11 mes	\$ 316,41	\$ 70,35	11 mes	\$ 238,07	\$ 3.022,35
12 mes	\$ 316,41	\$ 386,76	12 mes	\$ 238,07	\$ 3.260,41
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN:</b>			<b>3 AÑO Y 3 MESES</b>	<b>PRVC</b>	
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN:</b>			<b>4 AÑOS Y 2 MESES</b>	<b>PRVA</b>	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

Se puede observar en la tabla 71 que el tiempo de recuperación del capital inicial para este proyecto que es de 9645.99 podrá ser recuperable en un lapso de 3 años con 3 meses tiempo de recuperación aceptado para la implementación del proyecto.

### 5.4.4 Relación costo beneficio

Según (Horngrén & Sunderm, 2006, pág. 10). “Se pondera los costos estimados contra los beneficios probables es la consideración principal a hacer al realizar la elección entre sistemas y métodos contables”.

**Tabla 95 Relación Costo Beneficio**

Relación beneficio costo				
Rbc =	Ingresos actualizados			
	Costos actualizados			
Periodo	Ingresos	Ingresos actualizados	Costos	C actualiza
1	\$ 71.316,22	\$ 71.316,22	\$ 40.800,23	\$ 40.800,23
2	\$ 75.091,02	\$ 75.091,02	\$ 42.350,64	\$ 42.350,64
3	\$ 79.050,56	\$ 79.050,56	\$ 41.993,07	\$ 41.993,07
4	\$ 83.203,47	\$ 83.203,47	\$ 45.630,44	\$ 45.630,44
5	\$ 87.558,76	\$ 87.558,76	\$ 47.364,40	\$ 47.364,40
		\$ 396.220,03		\$ 218.138,77
Rbc =	1,82			

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

En la tabla 72 de costo beneficio tenemos que por cada \$1 invertido tendremos una ganancia de 0.82 centavos de dólar sienta este costo beneficio mayo a \$1 dólares se demuestra que el proyecto es viable.

### 5.4.6 Punto de Equilibrio

Comenta (Horngren, Datar, & Foster, 2007, pág. 65) que: "Es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al y total de costos, es decir la unidad operativa es cero."

**Tabla 96 Punto de Equilibrio**

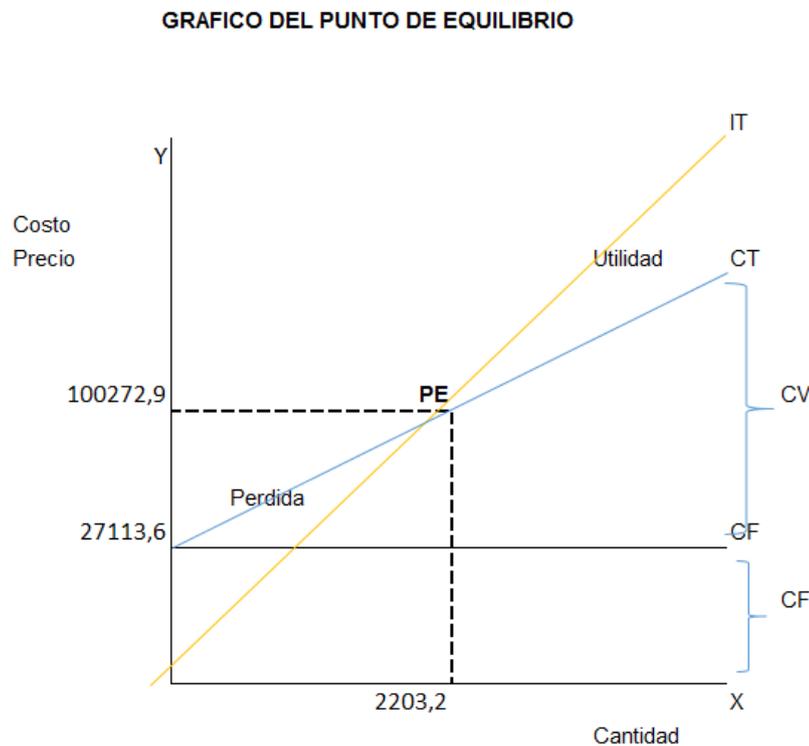
Punto de equilibrio				
PE =	CF			
	p - Cvu			
Costos Fijos:	Valor			
Gastos Administrativos	\$ 19.326,62			
Gastos de Ventas	\$ 6.487,59			
Gastos Financieros	\$ 1.299,37			
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 27.113,58</b>			
Costo Variable unitario	\$ 33,21			
Precio	\$ 45,51			
PE =	CF			
	p	-	Cvu	
PE =	\$ 27.113,58			
	\$ 45,51	-	\$ 33,21	
PE =	\$ 27.113,58	=	2203	u
	\$ 12,31			
Demostración				
VENTAS	\$ 100.272,92			
(-) Costo Variable	\$ 73.159,34			
(=) Margen Contribución	\$ 27.113,58			
(-) Costo Fijos	\$ 27.113,58			
(=) Utilidad Operacional	\$ 0,00			

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

## Análisis

La empresa Solución Celular podrá brindar 2203 servicios y su monto de ganancia sería de \$100272.92, como a empresa presentada para el proyecto dispone de varios servicios y sus costos se diferencia para poder tener un punto de equilibrio se utilizaron valor de costo y precios unificados un promedio entre todos los servicios brindados por la empresa.



**Figura 23 Punto de Equilibrio**

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Tania Elizalde

### 5.4.7 Análisis de índices financieros

Dice (Press, 2009, pág. 92) que: “Indicadores financieros que vinculan a distintos estados de resultados con las cifras del balance, para tener una evaluación de eficiencia operativa de una empresa. “

#### 5.4.7.01 ROE

Asegura (Press, 2009, pág. 93) que: “Este indicador muestra el retorno de a porción del financiamiento de la empresa aportado por los dueños. Para calcularlo se divide el ingreso total por el patrimonio neto total.”

Tabla 97 R.O.E

<b>R.O.E =</b>	<b>Utilidad Neta</b>
	Patrimonio
<b>R.O.E =</b>	2.143,01
	8.050,79
<b>R.O.E =</b>	0,27

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

En la tabla 74 se puede observar que tendremos una ganancia de \$0.27 centavos por cada unidad de dólar que se invierta en el patrimonio de la empresa.

### 5.4.7.02 ROA

Comenta (Press, 2009, pág. 92) que: “Expresado como porcentaje, la rentabilidad del activo es una descripción cuantitativa de cuan bien a empresa ha invertido en sus activos.”

Tabla 98 ROA

<b>R.O.A =</b>	<b>Utilidad Neta</b>
	Activo Total
<b>R.O.A =</b>	2.143,01
	3.770,40
<b>R.O.A =</b>	0,57

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

Se puede determinar que la empresa por cada dólar invertido en activos tendrá una utilidad o ganancia de \$0.57 centavos lo cual es positivo para el crecimiento de la empresa.

### 5.4.7.03 ROI

Afirma (Ruiz, 2013, pág. 185) que:

Lo que nos proporciona este ratio es la relación entre el beneficio y la inversión realizada, es decir, el ROI es un valor que mide la rentabilidad de una inversión, para evaluar qué tan eficiente es el gasto que estamos haciendo

**Tabla 99 R.O.I**

ROI=	UTILIDAD NETA
	INVERSIÓN
ROI=	2.143,01
	9.645,99
ROI=	0,22

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tania Elizalde

### Análisis

Podremos observar que por cada dólar invertido se obtendrá una utilidad de \$0.22 utilidad o ganancia esto es favorable ya que le empresa está generando ganancias y utilidades y con la implementación de otros formas de ingresos tal vez esta pueda generar mayor ganancia.

## CAPÍTULO VI

### 6. Análisis de impactos

#### 6.1 Impacto Ambiental

Dice (García Pachón, 2012, pág. 9) que:

La supervivencia de hombre y el crecimiento económico traen consigo la necesidad de usar y aprovechar los recursos naturales, por ello se hace necesario identificar una serie de herramientas técnicas que, previene el desarrollo de proyectos, obras y proyectos analicen las alternativas que se generan en el sistema y paralelamente la mejor manera de evitar las consecuencias negativas derivadas. El derecho ambiental procura evitar la ocurrencia de daños ambientales y de acuerdo a los principios de prevención y preocupación, exige que se desarrolle la evaluación del impacto ambiental como condición previa al otorgamiento de cualquier instrumento administrativo que permite el uso o aprovechamiento de los recursos naturales.

La empresa Soluciones Celular es una empresa de servicios encargada de la reparación celular y reutilización de piezas celulares para la creación o reparación de los teléfonos celulares. Basados a este factor Ambiental esta empresa busca innovar e incentivar al reciclaje de los equipos móviles que por alguna razón no están en funcionamiento, y los cuales alguna de sus partes todavía pueden ser utilizados para reparar otros ayudando al medio ambiente y disminuyendo el costo del servicio prestado.

El proyecto se presenta con la innovación de reciclaje a medida que se utilizan las piezas recicladas se evita la contaminación del medio ambiente, los estudios realizados por empresas multinacionales de celulares demuestran que los

componentes del celular no son biodegradables y que el planeta tarda de 5000 a 7000 años en descomponer las partes de un celular móvil además de los gases que emite algunos de estos, e proyecto ayudara a aprovechar al máximo todos los componentes en funcionamiento de los equipos evitando que la contaminación sea mayor y su efecto cause un impacto mayor sobre a tierra

## 6.2 Impacto Económico

Según (Sebastiàn, 2005, pág. 17):

El objeto de la organización seguirá siendo la consecuencia de objetivos económicos(a producción de Bienes y servicios) la organización debe ser eficiente en términos de ingreso y costes para poder proporcionar a sus miembros os incentivos necesarios. Pero debería también incluir el mantenimiento de motivación de los miembros que ya no pueda darse por supuestas debe darse: debe hacer atractiva su cooperación en la organización haciendo que el trabajo sea interesante, que proporcione aprendizaje útil.

La empresa solución celular ,desea implementar un servicio técnico que no solo utilice materia prima nueva, sino que se utilice materia prima reciclada es decir piezas de teléfono móviles que ya no tiene funcionamiento, se aportara a la economía del país en realzar la producción nacional y preferir siempre lo nuestro. Uno de los problemas que presentan los teléfonos celulares armados y comercializadas en el Ecuador es la falta de piezas de repuestos, es por esto que no son muy comerciales esta sería nuestra manera de incentivar al consumidor a comprar los equipos con la marca Ecuatoriana ya que a haber teléfonos que no tengan ya funcionamiento se podrá extraer piezas que servirán a otros equipos móviles que por el momento no está en uso por falta de repuestos. Se incentivara la matriz productiva con la tecnología, el reciclaje, el consumir productos de país, se creara también fuentes de empleo en el país aportando a la economía.

### 6.3 Impacto Productivo

Afirma (Luisa , 2006, pág. 96) Que: “El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicio definido en términos técnicos en relación a la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa.

La implementación de la microempresa Solución Celular va enfocada con el Plan Nacional del Buen Vivir, pues contribuye con el cambio de la Matriz Productiva al implementar productos renovables y tecnológicos ayudando al desarrollo de país y principalmente a crear fuente de trabajo.

### 6.4 Impacto Social

Según (Guibert, Aragòn, & Benito, 2009, pág. 35) :

La responsabilidad social es un fenómeno que nace con la globalización (entendida como mundialización económica) se extiende como consecuencia de la revolución económica de la información y comunicación y el surgimiento de nuevas sensibilidades reivindicaciones sociales definidas en la literatura especializada como posmoderna

A empresa de Solución Celular aporta socialmente con fuentes de empleo y aumento de ingresos al país, la implantación de la empresa será desarrollada estrictamente basado en marco legal el cual aportara a un buen desarrollo de las actividades del servicio y un buen ambiente laboral.

---

## CAPÍTULO VII

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.1 Conclusiones

El estudio de factibilidad ha sido realizado con el fin de desarrollar la tecnología y el cuidado y desarrollo del medio ambiente de igual manera generando un ingreso al país al generalo fuente de empleo.

La empresa dedicada al Servicio Técnico de Celulares que se realizara incentivando la reutilización de la materiales de quipos para la creció o arreglo e celulares. Esto ayudara al cuidar el medioambiente y la economía de los clientes brindando un servicio de calidad y de aportando al desarrollo de la matriz productiva y el plan de buen vivir.

El análisis situacional ayuda a determinar los indicadores financieros, los cuales representan una oportunidad o amenaza para el proyecto estos son el PIB, Tasas de interés, inflación, riesgo país, tasa de desempleo y población económicamente activa. Estos indicadores financieros se los desarrolla para conocer si e país en la actualidad permite el desarrollo y crecimiento del proyecto.

---

El estudio de mercado se analiza a aceptación que tiene el proyecto en la comunidad o sector en el que se va a implementar., mediante la técnica de información escogida que para el proyecto fue a encuesta realizada a las personas del sector se determina que el proyecto tiene una acogida por muy por parte de los clientes. Esa es basada a la necesidad del sector y a economía del mismo.

Estudio técnico se define las áreas y departamentos que se establecerán en la ubicación de proyecto-. Realizando un estudio para terminar las áreas y su importancia para un buen desarrollo de las actividades realizadas por la empresa. El estudio financiero permite analizar la parte económica del proyecto esta se basa en los implementos necesarios para el desarrollo del servicio a parte legal y económica de los empleados.

Se determinó mediante un estudio la TIR es de 28.39% el cual demuestra que el proyecto es rentable y podrá crecer.

El VAN e estudio determino que con una inversión de \$9645.99 actualmente se poda proyectar a 5 años y esta inversión tendrá un valor actual de \$12906.40 el cual es favorable ya que se demuestra que el proyecto tendrá un capital de crecimiento e 5 años.

El capital invertido es de 9645.99 e cual se o recuperar en un corto plazo de 3 años 3 meses, después de este periodo corto se obtendrá utilidades y se podrá ampliar el negocios

Los análisis determinaron que por cada dólar que se invierta en el proyecto se tendrá una utilidad de 0.82 centavos, mediante todos estos análisis se determina que el proyecto si es rentable.

## 7.2 Recomendaciones

Una vez terminado el proyecto se puede realizar las siguientes recomendaciones.

Implementar estrategias de marketing para dar a conocer los beneficios de la reutilización de los componentes celulares ayudando al medio ambiente y a la economía personal. Estas técnicas ampliarán el mercado del proyecto generando mayores ingresos de los estimados actualmente por el estudio financiero realizado.

Incentivar a los clientes con un plan de motivación para la compra venta de equipos los cuales serán destinados para uso de reparación celular

Controlar los indicadores financieros para determinar la proyección y el crecimiento de la empresa.

---

Cumplir estrictamente y a cabalidad el factor legal de la empresa la cual no ayudara a crecer y poder tener confiabilidad de los clientes.

La implementación de este proyecto que ayudara al medio ambiente, la economía y a la tecnología basado en la herramienta fundamental del mundo moderno que son los celulares móviles.

---

## Bibliografía

- Águeda , E., & Mondéjar, J. (2013). *Fundamentos de Marketing* . España: Esic Editorial.
- Angelelli, P., & Moori, V. (2004). *Desarrollo Emprendedor*. Washington Dc: IDB Book Store.
- Ángeles , G., & Dolores, P. (2005). *Manual de Publicidad* . España: ESIC.
- Anónimo. (2008). *Análisis del consumidor*. España: Vértice.
- Belda, C., & Paredes , J. (2008). *Manual de Contabilidad de Costos*. Madrid: Delta Publicaciones.
- Bernardo , C. M. (2007). *Marketing Móvil*. España: Gesbiblo.S.L.
- Celani, M., & Stanley, L. (2005). *Política de Competencia en América Latina*. Maxico: Cepal Eclac.
- Chain, N. (2007). *Proyectos de inversión Formulación y Evaluación*. México: Pearson Educación de México.
- Crespo, C. C. (09 de 10 de 2013). *Organizacion Nacional de Trabajo*.
- Cuenca Cardozo , H. (2006). *Auditoría de sector Solidario* . Bogotá: Ecoe Ediciones

---

De La Peña, A. (2005). *Proyecto Empresarial*. Madrid: Paraninfo S.A.

Departamento de Estadística, F. (2007). *El sistema de estadística de las cuentas macroeconómicas*. Washington: Departamento de Tecnología y Servicios del FMI.

Faga, H., & Ramos, M. (2006). *Cómo Profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales*. Barcelona: Granica.

Fierro, À. (2011). *Contabilidad General*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

García Pachón, M. (2012). *Evaluación de Impacto Ambiental*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Gil, M. (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid: Business y Marketing School.

Gómez, S., Dopacio, C., & Lorenzo, C. (2014). *Práctica de Gestión Operativa de la Empresa*. Madrid: Paraninfo.

Gómez, W. (2012). *Prácticas Empresariales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Gonzalo, M. (2004). *Planificación y presupuesto por programas*. México: Siglo Veintiuno.

Gregorio, J. (2007). *Macroeconomía*. México: Prentice Hall.

Guibert, J., Aragón, C., & Benito, A. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial*. San Sebastián: Universidad de Deusto.

Hax, A. (2004). *Estrategias para el liderazgo competitivo*. México: Granica.

---

Hitt, M. (2006). *Administración*. México: Prentice Hall.

Horngrén, C., & Sunderm, G. (2006). *Contabilidad Administrativa*. México: Pearson Educación.

Horngrén, C., Datar, S., & Foster, G. (2007). *Contabilidad de Costos*. México: Pearson Educación.

Iborra, M., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas*. España: Paraninfo.

Icart, T., Fuentelsaz, C., & Pulpón, A. (2006). *Elaboración y Presentación de un Proyecto de Investigación y un Tesina*. España: Gráficas Rey SL.

Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.

Koenes, A., & Soriano, C. (2000). *El plan continuo del futuro*. España: Díaz de Santos.

Lee, K. (2000). Administración de operaciones, estrategias y análisis. En K. L. J., *Administración de operaciones, estrategias y análisis* (pág. 217). México: Pearson Educación.

Lluís, C. (2012). *El producto análisis del Valor*. Madrid: Díaz de Santos.

López López, M. (2010). *Fundamentos de Economía, Empresas, Derecho, Administración y Metodología de la investigación*. España: Gesbiblo.

Luisa, M. (2006). *Guía para la presentación de Proyectos*. México: Ilpes.

---

Majía Gutiérrez, T. (2005). *Estructura Presupuesta de un Proyecto Económico*. Bogotá: Universidad Santo Tomás.

Mantey, M., & Levy, N. (2005). *Inflación, crédito y salarios: Nuevos enfoques de política Monetaria para Mercados*. México: Conocer.

Marín, V. (2011). *La Revolución Digital y la Sociedad de la Información*. Sevilla: Comunicación Social.

Martínez, D., & Milla Artemio. (2012). *Análisis del entorno*. España: Díaz de Santos.

Mendialdua, A. (2015). *Gestión de Entidades Financieras*. Madrid: Business&Marketingschool.

Meza Orozco, J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá: ECOE EDICIONES.

Mohamed, A., & Verdú, F. (2013). *Gestión Administrativa del proceso comercial*. México: Ic Editorial.

Monografía. (20 de 08 de 2014). *Monografía*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos51/evolucion-celulares/evolucion-celulares2.shtml>

Muñiz, L. (2013). *Gestión Comercial y de Marketing*. España: Profit.

Ocaña, J. (2006). *Pienso, Luego Mi Empresa Existe*. San Vicente: Club Universitario

Ortiz Soto, O. (2001). *El Dinero*. México: ISBN.

- 
- Pilar Lòpez, B. (2008). *Direccìon Comercial* . España: Universitat Autònoma de Barcelona .
- Planas , M. (2007). *Gestiòn Practica de la Seguridad Social* . España : Wolters Kluwer.
- Press, H. (2009). *Entendiendo las finanzas*. Santiago de Chile: Harvard Business.
- Ramos, O. (2013). *Nuevas Tècnicas en el negocio Electrònico*. Estados Unidos : Universidad de Estados Unidos .
- Rincòn , A., & Marmolejo , G. (2012). *Contabilidad Sigo XXI*. Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Rodrìguez, R., & Paredes , A. (2005). *Redes de Vinculaciòn con mercados, gobiernos locales y organizaciones del entorno*. Bogotá: Convenio Andrès Bello.
- Ruiz, I. S. (20 de 01 de 2013). *Startups & negocios*. Obtenido de <http://ivanruizsevilla.com/definicion-de-roi-return-on-investment/>
- S. Simanovsky. (2011). *Contabilidad* . España: Global Finance School.
- Sànchez , G. (2006). *Introducciòn a la Teorìa Econòmica* . Mèxico : Prentice Hall.
- Schiffman. (2005). *Comportamiento del Consumidor* . Prentice Hall.
- Sebastiàn, L. (2005). *Responsabilidad Social*. Madrid: Càritas Esañolas .
- Sinisterra , G., & Poanco , L. (2007). *Contabilidad Administrativa* . Bogotá: Ecoe Ediciones .
-

---

Suñe, A., & Gil , F. (2004). *Manual Pràctico de Diseño de Sistemas Productivos*.

Madrid: Diaz de Santos .

Thompson, I. (12 de 2005). *Publicidad*. Obtenido de Promonegocios.net:

<http://www.promonegocios.net/publicidad/concepto-publicidad.html>

Vanesa, P. (2006). *Calidad Total en la Atencion a Cliente*. España: Ideaspropias.

Vàzquez , D. (2005). *Contabilidad Financiera*. Bogotá: Universidad del Rosario.

Ventura , B., Delgado , S., & Ena, T. (2008). *Gestión Administrativa del personal*.

España: Thonsom Editores Parninfo S.A.

Vilacorte , M. (2010). *Introducción al marqueting estrategico*. California: ISNA.

Zabala, H. (2005). *Planeación Estratégica aplicada cooperativas y demas formas*

*asociativas y solidarias*. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia .

# ANEXOS