



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN  
DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN  
Y COMERCIALIZACIÓN DE IMPRESIÓN SUBLIMADA DE  
FOTOGRAFÍAS PERSONALIZADAS EN ROCA VOLCÁNICA,  
UBICADA EN EL CENTRO NORTE, DISTRITO  
METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018.**

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Tecnóloga en  
Administración Bancaria y Financiera

Autora: Espinoza Carcelén Paulina Jessenia

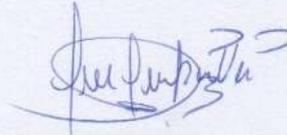
DIRECTORA: Ing. Angela María Pimbo Bastidas

Quito, Junio 2018

## ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

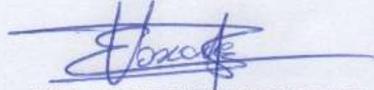
Quito, 21 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta): ESPINOZA CARCELEN PAULINA JESSENIA, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE IMPRESIONES SUBLIMADAS DE FOTOGRAFÍAS PERSONALIZADAS EN ROCA VOLCÁNICA, UBICADA EN EL CENTRO NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018., una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas, adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ING. ANGELA PIMBO

Tutor del Proyecto



ING. EDUARDO VASCONEZ

Lector del proyecto



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
2018  
V. DIRECTORADO ACADÉMICO

DR. PATRICIO GUANOPATIN

Director de Escuela (E)



MSC. GEOVANNI URBINA

Coordinador Unidad de Titulación

### DECLARATORIA

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



Paulina Jessenia Espinoza Carcelén

CC 172686693-0

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Paulina Jessenia Espinoza Carcelén portadora de la cedula de ciudadanía signada con el N°. 172686693-0 de conformidad con lo establecido en el artículo 110 del Código de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En caso de las obras creadas en centros educativos ,universidades, escuelas politécnicas , institutos superiores técnicos tecnológicos ,pedagógicos ,de artes y los conservatorios superiores ,e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación , proyectos de investigación o innovación ,artículos académicos u otros análogos ,sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia ,la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores .Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos . Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos “. Otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE IMPRESIÓN SUBLIMADA DE FOTOGRAFÍAS PERSONALIZADAS EN ROCA VOLCÁNICA, UBICADA EN EL CENTRO NORTE, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

**FIRMA****NOMBRE**

Paulina Jessenia Espinoza Carcelén

**CÉDULA**

CC 172686693-0

Quito, 21 de mayo del 2018

## AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por haberme dado la posibilidad y de darme vida cada día y poder avanzar, a mi Tutora la Ing. Angela Pimbo por el invaluable y valioso aporte profesional, técnico y humano que me ha sabido brindar en el transcurso de este tiempo, a mi familia, mi mamá que es mi pilar más importante, a mis hermanos , amigos más cercanos, y a mi novio cuyas personas me supieron apoyar y animar para llevar a cabo esta meta; y como no al prestigioso Instituto Tecnológico Superior Cordillera quien vio desde el inicio hasta el final mi esfuerzo y sacrificio para terminar tan anhelada y retadora carrera.

Gracias también a todo el personal docente, mis apreciados profesores que al fin verán los frutos de sus enseñanzas durante todos esos semestres que llenaron gran parte de mi vida.

A la Señora Zulay Ontaneda, quien supo comprenderme y a la vez darme la mano cuando más lo necesite, por sembrar esa semilla en mí que con el tiempo la vera florecer.

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la sabiduría, a mi madre por su apoyo incondicional y ser lo más importante para mí, a mi padre que desde el cielo me protege, a mis hermanos por su calor filial, a mi novio por su entera comprensión y apoyo en este sueño tan anhelado mío, a mis amigos que siempre supieron como alentarme cada vez que ya no daba más.

## ÍNDICE GENERAL

|                                    |       |
|------------------------------------|-------|
| DECLARATORIA.....                  | i     |
| LICENCIA DE USO NO COMERCIAL ..... | ii    |
| AGRADECIMIENTO.....                | iii   |
| DEDICATORIA .....                  | iv    |
| ÍNDICE GENERAL.....                | v     |
| Índice de Tablas .....             | xiii  |
| Índice de Figuras .....            | xvii  |
| Índice de Anexos.....              | xx    |
| RESUMEN EJECUTIVO .....            | xxi   |
| ABSTRACT .....                     | xxiii |
| INTRODUCCIN .....                  | xxv   |
| CAPÍTULO I.....                    | 1     |
| 1.0 Justificación.....             | 1     |
| 1.01 Antecedentes.....             | 2     |
| CAPÍTULO II .....                  | 4     |

|   |    |
|---|----|
| 2.0 Análisis Situacional.....                         | 4  |
| 2.01 Ambiente Externo .....                           | 4  |
| 2.01.01 Factor Económico .....                        | 4  |
| 2.01.01.01 Inflación .....                            | 4  |
| 2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB).....          | 6  |
| 2.01.01.03 Balanza Comercial .....                    | 7  |
| 2.01.01.04 Riesgo País .....                          | 8  |
| 2.01.01.05 Tasa de Interés.....                       | 9  |
| 2.01.01.05.01 Tasa Activa.....                        | 9  |
| 2.01.01.05.02 Tasa Pasiva.....                        | 10 |
| 2.01.02 Factor Social.....                            | 11 |
| 2.01.02.01 Crecimiento Poblacional.....               | 11 |
| 2.01.02.02 Tasa de Desempleo .....                    | 12 |
| 2.01.02.03 Pea (Población Económicamente Activa)..... | 13 |
| 2.01.03 Factor Legal.....                             | 13 |
| 2.02 Entorno Local.....                               | 17 |
| 2.02.01 Clientes.....                                 | 17 |
| 2.02.02 Clientes Internos.....                        | 17 |
| 2.02.03 Clientes Externos.....                        | 17 |

---

|   |    |
|---|----|
| 2.02.04 Proveedores .....                     | 17 |
| 2.02.05 Competidores.....                     | 18 |
| 2.03 Análisis FODA .....                      | 19 |
| 2.03.01 Propuesta Estratégica.....            | 21 |
| 2.03.02 Misión.....                           | 21 |
| 2.03.03 Visión .....                          | 21 |
| 2.04 Objetivos.....                           | 22 |
| 2.04.01 Objetivo General .....                | 22 |
| 2.04.02 Objetivos Específicos .....           | 22 |
| 2.05 Principios y Valores .....               | 22 |
| 2.06 Gestión Administrativa.....              | 24 |
| 2.06.01 Planificación.....                    | 24 |
| 2.06.02 Organización.....                     | 24 |
| 2.06.02.01 Organigrama Estructural .....      | 24 |
| 2.06.02.02 Perfil y Funciones del Cargo ..... | 26 |
| 2.06.03 Dirección .....                       | 30 |
| 2.06.04 Controlar.....                        | 30 |
| 2.07 Gestión Operativa.....                   | 31 |
| 2.08.01 Producto.....                         | 32 |

---

|   |           |
|---|-----------|
| 2.08.02 Precio.....                                     | 33        |
| 2.08.03 Plaza .....                                     | 33        |
| 2.08.04 Promoción .....                                 | 34        |
| 2.08.05 Logotipo .....                                  | 37        |
| 2.08.06 Slogan.....                                     | 37        |
| 2.08.08 Material Pop .....                              | 39        |
| <b>CAPÍTULO III.....</b>                                | <b>40</b> |
| 3.0 Estudio de Mercado.....                             | 40        |
| 3.01 Análisis del consumidor .....                      | 40        |
| 3.01.01 Determinación de la Población y Muestra .....   | 42        |
| 3.01.01.01 Población.....                               | 42        |
| 3.01.01.02 Tamaño del universo .....                    | 42        |
| 3.01.01.03 Muestra.....                                 | 42        |
| 3.01.01.04 Formulación de la Muestra.....               | 42        |
| 3.01.02 Técnicas de la Obtención de la Información..... | 43        |
| 3.01.02.01 La Encuesta .....                            | 44        |
| 3.01.02.02 La Entrevista .....                          | 44        |
| 3.01.02.03 Cuestionario .....                           | 44        |
| 3.01.02.04 Observación.....                             | 44        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.01.02.05 Modelos de la Encuesta .....  | 44        |
| 3.01.03 Análisis de La Información ..... | 46        |
| 3.02 Oferta.....                         | 60        |
| 3.02.01 Oferta Histórica .....           | 60        |
| 3.02.02. Oferta Actual .....             | 61        |
| 3.02.03 Oferta Proyectada .....          | 61        |
| 3.02.03.01 Productos sustitutos .....    | 62        |
| 3.04 Demanda.....                        | 63        |
| 3.04.01 Demanda Histórica .....          | 64        |
| 3.04.02 Demanda Actual .....             | 64        |
| 3.04.03 Demanda Proyectada .....         | 65        |
| 3.05 Balance Oferta-Demanda .....        | 65        |
| 3.05.01 Balance Actual.....              | 66        |
| 3.05.02 Balance Proyectado .....         | 66        |
| <b>CAPÍTULO IV .....</b>                 | <b>68</b> |
| 4.0 Estudio Técnico .....                | 68        |
| 4.01 Tamaño del Proyecto .....           | 68        |
| 4.01.01 Capacidad Instalada.....         | 68        |
| 4.01.02 Capacidad Optima .....           | 69        |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.02 Localización .....                    | 71        |
| 4.2.01 Macro Localización.....             | 71        |
| 4.02.03 Localización Optima .....          | 72        |
| 4.03 Ingeniería del Producto .....         | 73        |
| 4.03.01 Definición del bien.....           | 74        |
| 4.03.02 Distribución de la Planta .....    | 74        |
| 4.03.02.01 Código de Cercanía.....         | 75        |
| 4.03.02.02 Razones de Cercanías.....       | 75        |
| 4.03.02.03 Matriz Triangular .....         | 76        |
| 4.03.02.04 Distribución de la planta ..... | 76        |
| 4.03.03 Proceso Productivo.....            | 80        |
| 4.03.04 Maquinaria y Equipo.....           | 81        |
| <b>CAPÍTULO V .....</b>                    | <b>84</b> |
| 5.0 Estudio financiero .....               | 84        |
| 5.01 Ingresos .....                        | 84        |
| 5.01.01 Ingresos Operacionales .....       | 84        |
| 5.01.02 Ingresos no Operacionales .....    | 85        |
| 5.02 Gastos.....                           | 85        |
| 5.02.01 Gastos Administrativos .....       | 86        |

---

|  |     |
|--|-----|
| 5.02.02 Gastos de Ventas .....                             | 86  |
| 5.02.03 Gastos Financieros.....                            | 87  |
| 5.02.04 Costos Fijos .....                                 | 88  |
| 5.02.05 Costos Variables.....                              | 89  |
| 5.03 Inversiones.....                                      | 90  |
| 5.03.01 Activos Nominales (diferidos) .....                | 92  |
| 5.03.02 Capital de Trabajo .....                           | 93  |
| 5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.....     | 94  |
| 5.03.04 Amortización de Financiamiento .....               | 95  |
| 5.03.05 Depreciaciones .....                               | 97  |
| 5.03.06 Estado de Situación Inicial .....                  | 98  |
| 5.03.07 Estado de Resultados Proyectado.....               | 99  |
| 5.03.08 Flujo Caja .....                                   | 100 |
| 5.04 Evaluación financiera .....                           | 101 |
| 5.04.01 Tasa de descuento.....                             | 101 |
| 5.04.02 VAN .....  | 102 |
| 5.04.03 TIR.....   | 103 |
| 5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión)..... | 104 |
| 5.04.05 RBC (Relación costo beneficio).....                | 105 |

---

|   |            |
|---|------------|
| 5.04.06 Punto de Equilibrio.....                      | 106        |
| 5.04.07 Análisis de índices financieros .....         | 108        |
| 5.04.07.01 ROE (Rentabilidad sobre Patrimonio) .....  | 108        |
| 5.04.07.02 ROA (Rendimiento sobre Activos) .....      | 109        |
| 5.04.07.03 ROA (Rendimiento sobre la Inversión) ..... | 110        |
| <b>CAPÍTULO VI.....</b>                               | <b>111</b> |
| 6.0 Análisis de Impactos .....                        | 111        |
| 6.01 Impacto Ambiental.....                           | 111        |
| 6.02 Impacto Económico.....                           | 111        |
| 6.03 Impacto Productivo .....                         | 112        |
| 6.04 Impacto Social.....                              | 112        |
| <b>CAPÍTULO VII .....</b>                             | <b>113</b> |
| 7.0 Conclusiones y Recomendaciones .....              | 113        |
| 7.01 Conclusiones .....                               | 113        |
| 7.02 Recomendaciones.....                             | 114        |
| <b>ANEXOS .....</b>                                   | <b>116</b> |
| <b>Bibliografía .....</b>                             | <b>121</b> |

## Índice De Tablas

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1</b> Inflación .....  | 5  |
| <b>Tabla 2</b> PIB.....   | 6  |
| <b>Tabla 3</b> , Riesgo País .....                                      | 8  |
| <b>Tabla 4</b> , Crecimiento Poblacional de Quito y Carcelén .....      | 11 |
| <b>Tabla 5</b> , Proveedores .....                                      | 18 |
| <b>Tabla 6</b> , Competidores Directos.....                             | 18 |
| <b>Tabla 7</b> , Competidores Indirectos .....                          | 19 |
| <b>Tabla 8</b> , Descripción Cargo Administración.....                  | 26 |
| <b>Tabla 9</b> , Descripción Cargo Recepción.....                       | 27 |
| <b>Tabla 10</b> , Descripción Operario .....                            | 28 |
| <b>Tabla 11</b> , Descripción Cargo Contabilidad-Contador Externo ..... | 29 |
| <b>Tabla 12</b> , Segmentación del Mercado .....                        | 41 |
| <b>Tabla 13</b> , Tamaño del Universo .....                             | 42 |
| <b>Tabla 14</b> , Género .....  | 47 |
| <b>Tabla 15</b> , Actividad Económica.....                              | 48 |
| <b>Tabla 16</b> , Pregunta 1.....                                       | 49 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 17,</b> Pregunta 2 .....           | 50 |
| <b>Tabla 18,</b> Pregunta 3 .....           | 51 |
| <b>Tabla 19,</b> Pregunta 4 .....           | 52 |
| <b>Tabla 20,</b> Pregunta 5 .....           | 53 |
| <b>Tabla 21,</b> Pregunta 6 .....           | 54 |
| <b>Tabla 22,</b> Pregunta 7 .....           | 55 |
| <b>Tabla 23,</b> Pregunta 8 .....           | 56 |
| <b>Tabla 24,</b> Pregunta 9 .....           | 57 |
| <b>Tabla 25,</b> Pregunta 10 .....          | 58 |
| <b>Tabla 26,</b> Pregunta 11 .....          | 59 |
| <b>Tabla 27,</b> Oferta Histórica.....      | 60 |
| <b>Tabla 28,</b> Oferta Actual.....         | 61 |
| <b>Tabla 29,</b> Proyección Oferta .....    | 62 |
| <b>Tabla 30,</b> Servicios Sustitutos ..... | 63 |
| <b>Tabla 31,</b> Demanda Actual.....        | 64 |
| <b>Tabla 32,</b> Demanda Proyectada .....   | 65 |
| <b>Tabla 33,</b> Balance Actual .....       | 66 |
| <b>Tabla 34,</b> Balance Proyectado.....    | 66 |
| <b>Tabla 35,</b> Capacidad Instalada .....  | 69 |

---

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla 36,</b> Capacidad Óptima.....               | 70 |
| <b>Tabla 37,</b> Macro localización.....             | 71 |
| <b>Tabla 38,</b> Localización Óptima.....            | 73 |
| <b>Tabla 39,</b> Distribución de la Planta.....      | 74 |
| <b>Tabla 40,</b> Código de Cercanía.....             | 75 |
| <b>Tabla 41,</b> Razones de Cercanía.....            | 75 |
| <b>Tabla 42,</b> Descripción proceso productivo..... | 81 |
| <b>Tabla 43,</b> Maquinaria y Equipo.....            | 82 |
| <b>Tabla 44,</b> Muebles y Enseres.....              | 82 |
| <b>Tabla 45,</b> Equipo de computación.....          | 82 |
| <b>Tabla 46,</b> Equipo de oficina.....              | 83 |
| <b>Tabla 47,</b> Resumen de Maquinaria y equipo..... | 83 |
| <b>Tabla 48,</b> Ingresos Operacionales.....         | 85 |
| <b>Tabla 49,</b> Gastos Administrativos.....         | 86 |
| <b>Tabla 50,</b> Gastos de Ventas.....               | 87 |
| <b>Tabla 51,</b> Gastos Financieros.....             | 88 |
| <b>Tabla 52,</b> Costos Fijos.....                   | 89 |
| <b>Tabla 53,</b> Costos Variables.....               | 90 |
| <b>Tabla 54,</b> Inversión Fija.....                 | 91 |

---

---

|  |     |
|--|-----|
| <b>Tabla 55,</b> Activos Fijos .....                               | 91  |
| <b>Tabla 56,</b> Activos Nominales.....                            | 92  |
| <b>Tabla 57,</b> Amortización Activos Diferidos .....              | 93  |
| <b>Tabla 58,</b> Capital de Trabajo.....                           | 94  |
| <b>Tabla 59,</b> Cuadro de Inversiones- Fuentes y Usos.....        | 95  |
| <b>Tabla 60,</b> Amortización de Financiamiento .....              | 96  |
| <b>Tabla 61,</b> Depreciaciones .....                              | 97  |
| <b>Tabla 62,</b> Estado de Situación Inicial.....                  | 98  |
| <b>Tabla 63,</b> Estado de Resultados Proyectado .....             | 99  |
| <b>Tabla 64,</b> Flujo Neto de Efectivo .....                      | 100 |
| <b>Tabla 65,</b> TMAR o Tasa de Descuento.....                     | 101 |
| <b>Tabla 66,</b> VAN (Valor Actual Neto).....                      | 102 |
| <b>Tabla 67,</b> TIR (Tasa interna de retorno) .....               | 103 |
| <b>Tabla 68,</b> PRI(Período de Recuperación de la Inversión)..... | 104 |
| <b>Tabla 69,</b> RBC (Relación Costo-Beneficio) .....              | 105 |
| <b>Tabla 70,</b> Punto de Equilibrio .....                         | 106 |
| <b>Tabla 71,</b> ROE (Rentabilidad sobre Patrimonio) .....         | 108 |
| <b>Tabla 72,</b> ROA (Rentabilidad sobre Activos).....             | 109 |
| <b>Tabla 73,</b> ROA (Rendimiento sobre la Inversión) .....        | 110 |

---

## Índice De Figuras

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 1</b> , Inflación.....                                    | 5  |
| <b>Figura 2</b> , PIB .....   | 6  |
| <b>Figura 3</b> , Balanza Comercial.....                            | 7  |
| <b>Figura 4</b> , Balanza Comercial.....                            | 7  |
| <b>Figura 5</b> , Riesgo País .....                                 | 8  |
| <b>Figura 6</b> , Tasa Activa.....                                  | 9  |
| <b>Figura 7</b> , Tasa Pasiva .....                                 | 10 |
| <b>Figura 8</b> , Crecimiento Poblacional de Quito y Carcelén ..... | 12 |
| <b>Figura 9</b> ,Tasa de Desempleo en el DMQ .....                  | 12 |
| <b>Figura 10</b> , Plan Estratégico FODA .....                      | 20 |
| <b>Figura 11</b> , Organigrama .....                                | 25 |
| <b>Figura 12</b> , Bitácora seguimiento pedidos clientes .....      | 31 |
| <b>Figura 13</b> , Flujograma de Procesos.....                      | 31 |
| <b>Figura 14</b> , Proceso de sublimación .....                     | 32 |
| <b>Figura 15</b> , Página de Facebook.....                          | 34 |
| <b>Figura 16</b> , Tríptico .....                                   | 35 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 17,</b> Publicidad WhatsApp.....   | 35 |
| <b>Figura 18,</b> Página de Instagram .....  | 36 |
| <b>Figura 19,</b> Página web .....           | 36 |
| <b>Figura 20,</b> Logotipo .....             | 37 |
| <b>Figura 21,</b> Hoja Membretada.....       | 38 |
| <b>Figura 22,</b> Tarjeta Presentación ..... | 38 |
| <b>Figura 23,</b> Material Pop llavero ..... | 39 |
| <b>Figura 24,</b> Material Pop taza.....     | 39 |
| <b>Figura 25,</b> Género .....               | 47 |
| <b>Figura 26,</b> Actividad Económica .....  | 48 |
| <b>Figura 27,</b> Pregunta 1.....            | 49 |
| <b>Figura 28,</b> Pregunta 2.....            | 50 |
| <b>Figura 29,</b> Pregunta 3.....            | 51 |
| <b>Figura 30,</b> Pregunta 4.....            | 52 |
| <b>Figura 31,</b> Pregunta 5.....            | 53 |
| <b>Figura 32,</b> Pregunta 6.....            | 54 |
| <b>Figura 33,</b> Pregunta 7.....            | 55 |
| <b>Figura 34,</b> Pregunta 8.....            | 56 |
| <b>Figura 35,</b> Pregunta 9.....            | 57 |

---

|  |     |
|--|-----|
| <b>Figura 36,</b> Pregunta 10 .....                      | 58  |
| <b>Figura 37,</b> Pregunta 11 .....                      | 59  |
| <b>Figura 38,</b> Macro localización-Mapa de Quito ..... | 71  |
| <b>Figura 39,</b> Micro Localización- Carcelén .....     | 72  |
| <b>Figura 40,</b> Matriz Triangular.....                 | 76  |
| <b>Figura 41,</b> Plano .....                            | 76  |
| <b>Figura 42,</b> Flujograma de procesos .....           | 80  |
| <b>Figura 43,</b> Punto de Equilibrio.....               | 107 |

## Índice De Anexos

|  |     |
|--|-----|
| <b>Anexo 1,</b> Solicitud de Permiso Bomberos.....           | 117 |
| <b>Anexo 2,</b> Licencia Ambiental.....                      | 118 |
| <b>Anexo 3,</b> Licencia LUAE.....                           | 119 |
| <b>Anexo 4,</b> Formulario Declaración de Impuestos Sri..... | 120 |

---

## RESUMEN EJECUTIVO

En el presente proyecto que se va a presentar a continuación cuenta con una meta principal que es la investigación del mismo para la población a quien va dirigida; el servicio a ofertar que es la sublimación de fotografías personalizadas en roca volcánica, con el propósito de implementar esta microempresa mediante los estudios realizados capítulo por capítulo.

La propuesta está planteada mediante un conveniente estudio financiero donde se analizarán distintos indicadores los cuales tienen relación en la actividad económica a la que se dedicará en este proyecto.

Mediante la técnica de la encuesta se pudo establecer que el proyecto es aceptado por la población ya que el 97,38% de la gente encuestada concluyo que le gustaría experimentar el servicio y gracias a este dato y posteriores se pudo determinar una demanda satisfecha con para el servicio de la sublimación de fotografías en la roca volcánica.

En la ingeniería del producto se establecerá lo que se necesita en cuanto a infraestructura y equipos que se necesitarán para la elaboración del servicio donde se presenta el plano donde funcionará el área de la microempresa, también las áreas asignadas que fueron evaluadas mediante la Matriz SLP, la cual es útil para analizar y ubicar de mejor manera los espacios de la infraestructura; también se determinó la capacidad optima e instalada con las cuales se estableció que se harán 17 servicios al

día, 340 al mes y 4080 al año, pero haciendo un análisis con la aceptación y la frecuencia de consumo del servicio dato que se obtuvo del estudio de mercado se concluyó que se harían 2091, servicios para tener una buena rentabilidad.

En el estudio financiero se estableció que se tendrá una inversión inicial de \$6783.44 cuya cantidad el 40% es con financiamiento a 24 meses y la diferencia se cuenta con capital propio, el tiempo de recuperación estimado en cuanto a valores constantes es de 2 años y 7 meses y en valores actualizados el tiempo será de 2 años y 11 meses, estos son periodos en que se pretende recuperar la inversión inicial.

También se determinó una TMAR del 15,74% y una TIR del 65% lo cual muestra que el proyecto es rentable, y además según datos del punto de equilibrio se estableció que se debería producir 1828 servicios de sublimación para tener una estabilidad aceptable.

Es de vital importancia saber que toda actividad económica más cuando es con equipos mecánicos y sustancias un poco ortodoxas para el ambiente y salud humana ya que es importante saber actuar frente a los posibles impactos ya que algunos son perjudiciales y otros son beneficiosos para el proyecto y por ende se hizo un análisis en cada uno de ellos para tener una estrategia y contrarrestar los que afectan a la micro pyme.

## ABSTRACT

In the present project that is going to present next it has a main goal that is the investigation of the same for the population to whom it is directed; the service to offer that is the sublimation of personalized photographs in volcanic rock, with the purpose of implementing this microenterprise through the studies carried out chapter by chapter.

The proposal is presented through a convenient financial study where different indicators will be analyzed, which are related to the economic activity to which it will be dedicated in this project.

By means of the survey technique it was possible to establish that the project is accepted by the population, since 97.38% of the people surveyed concluded that they would like to experience the service and thanks to this data and later it was possible to determine a demand satisfied with the service

In the engineering of the product will be established what is needed in terms of infrastructure and equipment that will be needed for the development of the service where the plan where the area of the microenterprise will be presented, also the assigned areas that were evaluated by Wave Matrix SLP, which is useful to analyze and better locate the infrastructure spaces.

The financial study established that there will be an initial investment of \$ 6,783.44 whose amount is 40% with financing at 24 months and the difference is

with own capital, the estimated recovery time in terms of constant values is 2 years and 7 months. Months and updated values the time will be 2 years and 11 months; these are periods in which it is intended to recover the initial investment.

A TMAR of 15.74% and a TIR of 65% was also determined, which shows that the project is profitable, and according to the break-even data it was established that 1828 sublimation services should be produced in order to have an acceptable stability. It is vital to know that all economic activity more when it is with mechanical equipment and substances a little orthodox for the environment and human health since it is important to know how to act against the possible impacts since some are harmful and others are beneficial for the project and therefore, an analysis was made in each of them to have a strategy and counteract those that affect the micro enterprise.

## Introducción

Actualmente en el Ecuador existen diversos emprendimientos que buscan afianzarse en el mercado, creando productos innovadores que satisfagan las necesidades del consumidor, las posibilidades de implementar estudios de factibilidad en el país se derivan de las necesidades de la población por generar ingresos extras que apoyen a la economía familiar y a su vez al país por más pequeña que sea la idea cuando de apoyar y salir adelante se trata.

Pues en el presente proyecto se dará a conocer un producto que no es tan conocido, claro que en lugares como imprentas, papelerías grandes y lugares que se dedican a la fotografía.

Eventualmente la foto roca sirve para decoración en los hogares de las personas, pero al mismo tiempo buscando plasmar sus mejores recuerdos.

En el primer capítulo se determinará la introducción, antecedentes referentes al producto a elaborar y la justificación.

En el segundo capítulo se realizará el análisis situacional, en el cual se estudiará la importancia del ambiente externo, del que se derivan los factores económico, social, legal, tecnológico, entre otros, que permitan definir la realidad del país, y también se expondrá el impacto del entorno local, como los posibles clientes potenciales, competidores y los principales proveedores.

También se ejecutará el análisis interno, en el cual se creará la propuesta estratégica, que integrará la misión, visión, objetivos, principios y valores que la

empresa tendrá presente al momento de proceder con la gestión administrativa, operativa y comercial.

En el tercer capítulo se efectuará el estudio de mercado con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad de cada fase en cuanto a la comercialización del producto, mediante la determinación de la población y muestra aplicando las técnicas de obtención y análisis de la información. Este capítulo es de suma importancia para el desarrollo del proyecto ya que mediante la recolección de datos y el análisis de información permita determinar gustos, tendencias, aceptación del producto y precio en la población de estudio, a fin de determinar la oferta y demanda.

En el cuarto capítulo se efectuará el estudio técnico, donde se contemplarán los aspectos operativos tales como la capacidad instalada y determinar el tamaño del proyecto, asimismo micro y macro localización donde se llevará a cabo la distribución de la planta, el proceso productivo del bien, y los requerimientos indispensables para la adquisición de las maquinarias y equipos destinados para la elaboración del producto a ofrecer en el mercado.

En el quinto capítulo se efectuará el estudio y evaluación financiera, en el cual se establecerá la valoración de diferentes indicadores como el VAN, TIR, TMAR, entre otros, los mismos que se basan en los estados financieros, de resultados, y flujos de efectivo o de caja, con el objetivo de conocer si la inversión que se va a realizar es factible.

En el sexto capítulo se procederá con el análisis de impacto ambiental, económico, productivo y social con el fin de establecer la impresión positiva o negativa que

---

puede generar el desarrollo del producto a cada uno de los componentes antes mencionados.

Y por último se desarrollarán las conclusiones y recomendaciones generadas mediante el estudio realizado en cada capítulo para el desarrollo del presente proyecto de Incubadora de negocios



---

## CAPÍTULO I

### 1.0 Justificación

El presente proyecto nace con la finalidad de potenciar la personalización de fotografías de las personas plasmadas en roca volcánica.

Actualmente las personas buscan grabar por decirlo así sus experiencias en una foto, pero basándose a lo común y corriente que son las fotos que ya se conoce en retratos, en álbumes o guardarlas en redes sociales; lo que se quiere llegar en el presente proyecto es darles a sus acontecimientos vividos un plus más relevante y original a la vez ya que las fotos en rocas no son muy comunes en el medio actual lo cual es muy favorable y nacen oportunidades para el proyecto a realizar.

En la impresión sublimada de la foto roca se puede hacer cualquier foto según sea esta la especificación del cliente ya que variaría en tamaño y en diseño según la fotografía que requiera y el grado de detalles que se quiera ponerla; pero más allá de que se vea bonita la foto roca es que la esta sea más duradera y no corra el riesgo de que se arrugue o se quemé o se moje como en este caso sería la foto común en papel que se dañaría haciéndola cualquier manipulación.

Además, la importancia del proyecto a realizar esta presto para cualquier ocasión de fotografía ya sean eventos, y momentos inolvidables los cuales las personas quisieran immortalizar, guardarlo de forma especial y no tenga daño alguno.

Las necesidades que se busca satisfacer es plasmar esas experiencias que solo se viven una sola vez en la vida, de esas experiencias que no vuelven a repetirse dos veces.

La sublimación en fotografías es una actividad que no se la realiza comúnmente ya que en si su ejecución requiere de paciencia y a mucho tino por los detalles que conlleva la misma, la sublimación generalmente la realizan algunas imprentas que hacen actividades de manera artesanal porque en la actualidad la mayoría de estas se han modernizado gracias a la tecnología y todo es digital.

Los beneficios que el presente proyecto otorgaría es que el proyectista se sienta capaz de hacer algo que una persona ame por el resto de su vida y satisfacer su necesidad más puntual que en este caso sería inmortalizar un momento único de su vida.

### **1.01 Antecedentes**

La niebla que cubre los comienzos de la fotografía no es ni mucho menos tan espesa como la que se cierne sobre los de la imprenta; resultó más perceptible que había llegado la hora de inventar la primera y así lo presintieron varios hombres que, independientemente unos de otros, perseguían la misma finalidad: fijar en la «camera obscura» imágenes conocidas por lo menos desde Leonardo. (Benjamin, 2011, pág. 15)

Los acentos cambian por completo si de la fotografía como arte nos volvemos al arte como fotografía. Cada quisque podrá observar cuánto más fácil es captar un cuadro, y sobre todo una escultura, y hasta una obra arquitectónica, en foto que en la realidad. Está cerca la tentación de echarle la culpa de esto a una decadencia de la sensibilidad artística, a un fracaso de nuestros contemporáneos. (Benjamin, 2011, pág. 15)

Ninguna obra de arte es considerada en nuestra época con tanta atención como la propia fotografía, la de los parientes y amigos más próximos, la de la mujer amada. Así escribió Lichtwark en el año 1907, desplazando la investigación desde el ámbito de las distinciones estéticas al de las funciones sociales. Y es de esta guisa como podrá seguir avanzando. Resulta significativo que a menudo se torne el debate rígido, cuando se ventila la estético

---

ca de la fotografía como arte, mientras que apenas se concedía una ojeada al hecho social, mucho menos cuestionable, del arte como fotografía. (Benjamin, 2011, pág. 15)

Y sin embargo, la repercusión de la reproducción fotográfica de obras de arte es mucho más importante que la elaboración más o menos artística de una fotografía para la cual la vivencia es sólo el botín de la cámara. De hecho, el aficionado que vuelve a casa con su inmensa cantidad de clichés artísticos no ofrece un aspecto más alentador que el cazador que vuelve del tiradero con montones de caza que sólo el comerciante hará útil. (Benjamin, 2011, pág. 16)

## CAPÍTULO II

### 2.0 Análisis Situacional

El análisis situacional permite analizar los factores ya sea internos como externos que se pueden controlar y los que no se pueden controlar como la situación económica del país, los proveedores, los competidores y clientes. Mediante estos factores se puede determinar un análisis FODA, donde está enfocada las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas que contiene un proyecto, es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos, mismo que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno. (Acosta, 2007, pág. 27)

#### 2.01 Ambiente Externo

El ambiente externo está dividido en dos secciones que permiten analizar las variables directas o indirectas conocidas como microambiente y macroambiente, esto genera el óptimo funcionamiento de todas las empresas dependiendo de la manera que se analicen y aprovechen estos aspectos para la supervivencia o crecimiento de toda organización. (Hunger, 2007, pág. 13)

##### 2.01.01 Factor Económico

"Existen multitud de factores económicos influyentes en el entorno de la sociedad, pero no todos tienen un impacto relevante sobre la actividad del sector".

(Martínez & Gutiérrez, 2012, pág. 35)

##### 2.01.01.01 Inflación

"Es el aumento generalizado y continuo de los precios de los bienes y servicios de una economía. Supone la pérdida de valor del dinero pues se requiere

una cantidad mayor de el para adquirir la misma cantidad de productos”. (Legna

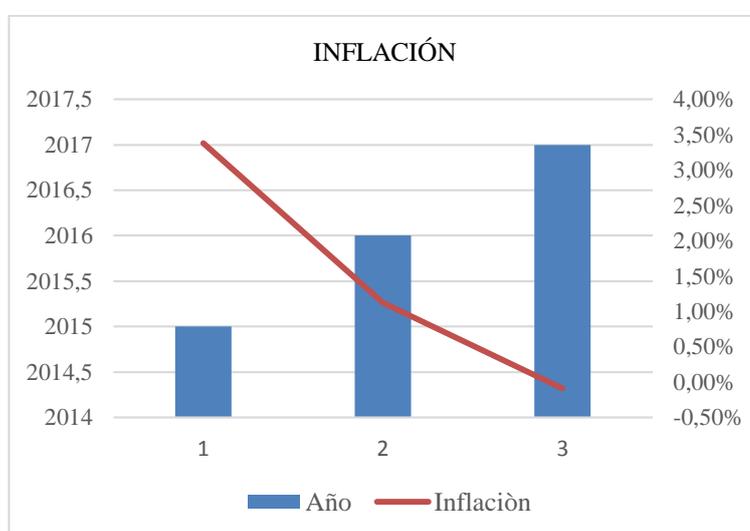
Verna & Gonzales Morales , 2010, pág. 137)

*Tabla 1 Inflación*

| AÑO  | INFLACIÓN |
|------|-----------|
| 2015 | 3,38%     |
| 2016 | 1,12%     |
| 2017 | -0,09%    |

*Elaborado por: Paulina Espinoza*

*Fuente: BCE*



*Figura 1 Inflación*

*Elaborado por: Paulina Espinoza*

*Fuente: BCE*

### **Análisis:**

En base al dato anterior en cuanto a la inflación del país en los años 2015, 2016 y el 2017 se puede apreciar las variaciones de esta ya que cada año la inflación ha variado paulatinamente; también ha dependido del gobierno de turno que se ha tenido y que por estas razones la inflación ha tenido importantes variaciones hasta la fecha.

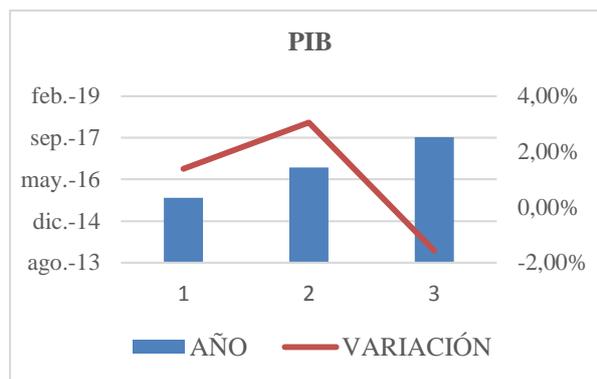
### 2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB)

“El PIB o producto interno bruto es el valor del mercado de bienes y servicios finales producidos en una economía durante un periodo de tiempo determinado.” (Esquivel, 2007, pág. 34)

*Tabla 2 PIB*

| AÑO     | PIB   |
|---------|-------|
| 2015 IV | -1,0% |
| 2016 IV | 1,7%  |
| 2017 II | 3,3%  |

*Elaborado por: Paulina Espinoza*  
*Fuente: BCE*



*Figura 2 PIB*

*Elaborado por: Paulina Espinoza*  
*Fuente: BCE*

#### **Análisis:**

Tomando a referencia la figura anterior del PIB se le puede expresar en que referente a los dos años anteriores al actual se aprecia que el país ha crecido debido a los ciudadanos que están abriendo nuevas plazas de empleo, pero conocido como inadecuado, pero gracias a ello ha subido el Producto Interno Bruto en el presente año en casi un 2% lo cual es favorable para el país.

### 2.01.01.03 Balanza Comercial

La balanza comercial es una cuenta que registra sistemáticamente las transacciones comerciales de un país; saldo del valor de las exportaciones menos las importaciones de bienes en un periodo determinado, generalmente un año. Si las exportaciones son mayores que la importación se habla de un superávit; de lo contrario, de un déficit comercial. (ACOSTA, 2002, pág. 272)

**BALANZA COMERCIAL (1)**  
Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones

|  | Ene - Jul 2014  |                 | Ene - Jul 2015  |                 | Ene - Jul 2016  |                | Ene - Jul 2017  |                 | Variación<br>2017 - 2016 |                |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|--------------------------|----------------|
|  | TM              | USD FOB         | TM              | USD FOB         | TM              | USD FOB        | TM              | USD FOB         | Absoluta                 | Relativa       |
| <b>Exportaciones totales</b>                       | <b>17,630.1</b> | <b>15,576.4</b> | <b>18,759.3</b> | <b>11,337.9</b> | <b>18,743.6</b> | <b>9,368.3</b> | <b>18,682.8</b> | <b>10,998.3</b> | <b>1,630.1</b>           | <b>17.4%</b>   |
| Petroleras   | 12,268.3        | 8,396.9         | 13,181.1        | 4,442.2         | 13,053.0        | 2,902.9        | 12,583.0        | 3,817.9         | 915.0                    | 31.5%          |
| No petroleras                                      | 5,361.8         | 7,179.5         | 5,578.2         | 6,895.8         | 5,690.6         | 6,465.4        | 6,099.7         | 7,180.5         | 715.0                    | 11.1%          |
| <b>Importaciones totales</b>                       | <b>9,831.8</b>  | <b>14,954.2</b> | <b>9,104.5</b>  | <b>12,767.6</b> | <b>7,397.2</b>  | <b>8,404.5</b> | <b>9,061.7</b>  | <b>10,349.7</b> | <b>1,945.2</b>           | <b>23.1%</b>   |
| Bienes de consumo                                  | 812.9           | 2,727.2         | 531.7           | 2,501.7         | 408.0           | 1,751.7        | 512.0           | 2,178.5         | 426.7                    | 24.4%          |
| Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2) | 2.5             | 123.1           | 1.5             | 68.7            | 1.6             | 67.4           | 2.2             | 85.8            | 18.4                     | 27.3%          |
| Materias primas                                    | 5,152.9         | 4,651.2         | 4,315.5         | 4,262.8         | 3,624.5         | 3,044.3        | 4,901.1         | 3,890.6         | 806.3                    | 26.5%          |
| Bienes de capital                                  | 330.4           | 3,758.5         | 311.5           | 3,365.6         | 205.6           | 2,209.0        | 254.2           | 2,482.1         | 273.2                    | 12.4%          |
| Combustibles y Lubrificantes                       | 3,730.1         | 3,658.8         | 3,940.6         | 2,533.1         | 3,154.0         | 1,297.8        | 3,388.8         | 1,723.0         | 425.2                    | 32.8%          |
| Diversas   | 3.0             | 28.4            | 3.8             | 55.7            | 3.5             | 33.7           | 3.5             | 27.5            | -6.2                     | -18.4%         |
| Ajustes (3)  |                 | 7               |                 | -               |                 | 0.5            |                 | 2.17            | -                        | 319.8%         |
| <b>Balanza Comercial - Total</b>                   |                 | <b>622.2</b>    |                 | <b>-1,429.6</b> |                 | <b>963.8</b>   |                 | <b>648.6</b>    |                          | <b>-32.7%</b>  |
| <b>Bal. Comercial - Petrolera</b>                  |                 | <b>4,786.6</b>  |                 | <b>3,948.5</b>  |                 | <b>3,611.4</b> |                 | <b>2,087.6</b>  |                          | <b>29.6%</b>   |
| Exportaciones petroleras                           |                 | 8,396.9         |                 | 4,442.2         |                 | 2,902.9        |                 | 3,817.9         |                          | 31.5%          |
| Importaciones petroleras                           |                 | 3,610.4         |                 | 2,493.6         |                 | 1,291.4        |                 | 1,730.3         |                          | 34.0%          |
| <b>Bal. Comercial - No petrolera</b>               |                 | <b>-4,164.4</b> |                 | <b>-3,378.2</b> |                 | <b>-647.6</b>  |                 | <b>-1,439.0</b> |                          | <b>-122.2%</b> |
| Exportaciones no petroleras                        |                 | 7,179.5         |                 | 6,895.8         |                 | 6,465.4        |                 | 7,180.5         |                          | 11.1%          |
| Importaciones no petroleras                        |                 | 11,343.8        |                 | 10,273.9        |                 | 7,113.1        |                 | 8,619.4         |                          | 21.2%          |

Figura 3, Balanza Comercial  
Elaborado por: BCE  
Fuente: BCE



Figura 4, Balanza Comercial  
Elaborado por: BCE  
Fuente: BCE

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE IMPRESIONES SUBLIMADAS DE FOTOGRAFÍAS PERSONALIZADAS EN ROCA VOLCÁNICA, UBICADA EN EL CENTRO NORTE, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018.**

## Análisis:

De acuerdo a la balanza comercial hasta la fecha se puede notar que se ha tenido un buen nivel de exportaciones, según la variación relativa ya que arroja porcentajes bastante aceptables, por una parte, es buena señal ya que desde la incorporación a la Unión Europea ha habido mejores oportunidades de exportación sin tanto papeleo y tanto problema, así que el país aprovecho esta oportunidad y por consiguiente se puede obtener estos datos que siguen enriqueciendo a toda la sociedad del país.

### 2.01.01.04 Riesgo País

Es la previsión de una eventual insolvencia comercial o financiera por parte de un vendedor o prestamista a causa de problemas de carácter político o derivado de las perturbaciones económicas que pueden darse, de forma relativamente frecuente en los países en desarrollo. (Fabara M. F., 2012, pág. 464)

Tabla 3, Riesgo País

| AÑO      | PUNTOS | VARIACIÓN |
|----------|--------|-----------|
| OCT-2015 | 1252   | 1,38%     |
| OCT-2016 | 742    | 3,05%     |
| OCT-2017 | 563    | -1,57%    |

Elaborado por: Paulina Espinoza

Fuente: *Ámbito.com*

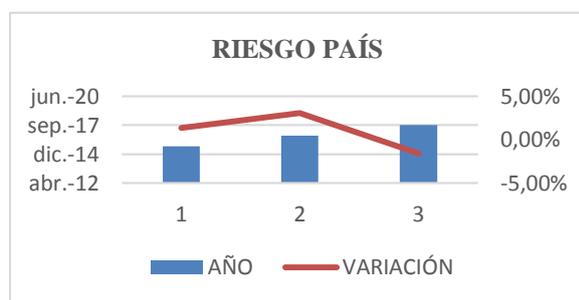


Figura 5, Riesgo País

Elaborado por: Paulina Espinoza

Fuente: *Ámbito.com*

## Análisis:

Sobre el riesgo país del Ecuador ha decrecido en cuanto a los puntos ya que entre menor puntaje se tenga en el país mayores será las posibilidades de atraer inversión extranjera y así mejorar la calidad de vida en el país por medio de la economía, gracias a estas inversiones ya que en el exterior se fijan en esta variable.

### 2.01.01.05 Tasa De Interés

“La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero, que al igual que el precio de cualquier producto, cuando existe más en el mercado baja y cuando hay escasez sube.” (SALGADO, 2010, pág. 27)

#### 2.01.01.05.01 Tasa Activa

“Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Es decir, la que cobra una institución financiera por el dinero que presta.” (SALGADO, 2010, pág. 29)

| <b>Tasas de Interés</b>                                   |                |  |                |
|---|----------------|--|----------------|
| <b>diciembre - 2017</b>                                   |                |  |                |
| <b>1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES</b>     |                |  |                |
| <b>Tasas Referenciales</b>                                |                | <b>Tasas Máximas</b>                                 |                |
| <b>Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:</b> | <b>% anual</b> | <b>Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:</b> | <b>% anual</b> |
| Productivo Corporativo                                    | 7.75           | Productivo Corporativo                               | 9.33           |
| Productivo Empresarial                                    | 8.92           | Productivo Empresarial                               | 10.21          |
| Productivo PYMES  | 10.80          | Productivo PYMES                                     | 11.83          |
| Comercial Ordinario                                       | 7.99           | Comercial Ordinario                                  | 11.83          |
| Comercial Prioritario Corporativo                         | 7.83           | Comercial Prioritario Corporativo                    | 9.33           |
| Comercial Prioritario Empresarial                         | 9.89           | Comercial Prioritario Empresarial                    | 10.21          |
| Comercial Prioritario PYMES                               | 10.58          | Comercial Prioritario PYMES                          | 11.83          |
| Consumo Ordinario   | 16.70          | Consumo Ordinario                                    | 17.30          |
| Consumo Prioritario                                       | 16.48          | Consumo Prioritario                                  | 17.30          |
| Educativo   | 9.49           | Educativo  | 9.50           |
| Inmobiliario  | 10.52          | Inmobiliario   | 11.33          |
| Vivienda de Interés Público                               | 4.98           | Vivienda de Interés Público                          | 4.99           |
| Microcrédito Minorista                                    | 27.43          | Microcrédito Minorista                               | 30.50          |
| Microcrédito de Acumulación Simple                        | 24.65          | Microcrédito de Acumulación Simple                   | 27.50          |
| Microcrédito de Acumulación Ampliada                      | 21.07          | Microcrédito de Acumulación Ampliada                 | 25.50          |
| Inversión Pública   | 8.05           | Inversión Pública                                    | 9.33           |

Figura 6, Tasa Activa

Elaborado por: BCE

Fuente: BCE

## Análisis:

Según la tabla anterior determina los porcentajes de las tasas y por consiguiente favorece al proyecto en mínimo ya que para empezar cualquier proyecto se debe apalancarse mediante un buen financiamiento y para ello es de vital importancia conocer sobre las tasas que establece el Banco Central ya que desde allí se rigen las instituciones financieras del país.

### 2.01.01.05.02 Tasa Pasiva

“Es la tasa de interés que reciben los depositantes por tener su dinero a un plazo fijado en una institución financiera.” (SALGADO, 2010, pág. 30)

| 2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO   |         |                               |         |
|--|---------|-------------------------------|---------|
| Tasas Referenciales  | % anual | Tasas Referenciales           | % anual |
| Depósitos a plazo  | 4.95    | Depósitos de Ahorro           | 1.14    |
| Depósitos monetarios   | 0.56    | Depósitos de Tarjetahabientes | 1.16    |
| Operaciones de Reporto   | 0.10    |                               |         |
| 3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO  |         |                               |         |
| Tasas Referenciales  | % anual | Tasas Referenciales           | % anual |
| Plazo 30-60  | 3.50    | Plazo 121-180                 | 4.98    |
| Plazo 61-90  | 4.20    | Plazo 181-360                 | 5.32    |
| Plazo 91-120   | 4.79    | Plazo 361 y más               | 7.05    |
| 4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO<br>(según regulación No. 133-2015-M) |         |                               |         |
| 5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR   |         |                               |         |
| 6. OTRAS TASAS REFERENCIALES   |         |                               |         |
| Tasa Pasiva Referencial  | 4.95    | Tasa Legal                    | 7.83    |
| Tasa Activa Referencial  | 7.83    | Tasa Máxima Convencional      | 9.33    |

Figura 7, Tasa Pasiva

Elaborado por: BCE

Fuente: BCE

## **Análisis:**

Ahora bien, en cuanto a la tabla anterior se da a conocer los porcentajes que se pueden otorgar si como organización se decide reservar el capital en una entidad financiera, por lo tanto, en el dato anterior se puede esclarecer algunos de los beneficios en cuanto a porcentajes a ganar por reservar en estas entidades.

### **2.01.02 Factor Social**

Afecta directamente a cada etapa del proceso de compra, comenzando por las necesidades experimentadas y las opciones que se consideran para satisfacerlas, hasta la evaluación de las mismas. En muchos casos, las influencias de la sociedad pueden ser más persuasivas que cualquier otra forma de información. (Talaya, Garcia, Gonzalez, Olarte, & Reinares:Saco, 2008, pág. 78)

#### **2.01.02.01 Crecimiento Poblacional**

“El PEA son todas aquellas personas que tiene edad para trabajar, o que están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de un bien o servicio, mediante esto se observa que porcentaje de personas trabajan y no trabajan”. (Acosta, 2007, pág. 57)

*Tabla 4, Crecimiento Poblacional de Quito y Carcelén*

| <b>Parroquia</b> | <b>T/C</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b> | <b>2022</b> | <b>2023</b> |
|------------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Quito</b>     | 2,00%      | 2522,478    | 2572,927    | 2624,386    | 2671,625    | 2719,714    | 2768,6691   | 2818,5051   |
| <b>Carcelén</b>  | 2,80%      | 58,911      | 60,560      | 62,256      | 58,395      | 59,504      | 60,635      | 61,787      |

*Elaborado por: Paulina Espinoza  
Fuente: INEC*

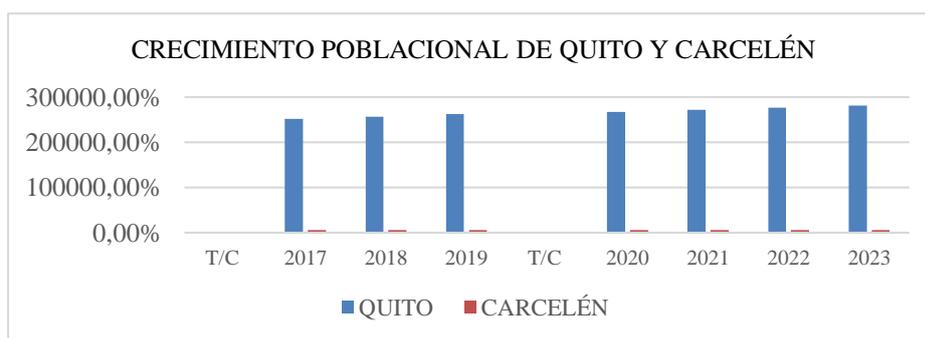


Figura 8, Crecimiento Poblacional de Quito y Carcelén

Elaborado por: Paulina Espinoza

Fuente: INEC

### Análisis:

Según la figura anterior arroja un dato de la población de cómo será incrementada hasta el año 2023, ahora bien, para el presente proyecto le sirve mucho porque a través de este antecedente se puede tener una idea más clara a cuanto gente se va a enfrentar para dar a conocer este servicio de sublimación de las fotografías personalizadas.

#### 2.01.02.02 Tasa De Desempleo

“El desempleo es la situación en la que se encuentran las personas que, teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar no han podido acceder a un puesto de trabajo.” (Fabara M. F., 2012, pág. 37)

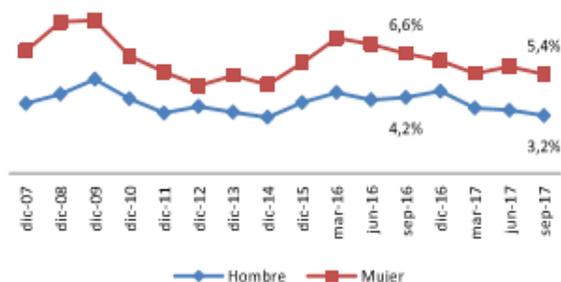


Figura 9, Tasa de Desempleo en el DMQ

Elaborado por: INEC

Fuente: INEC

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE IMPRESIONES SUBLIMADAS DE FOTOGRAFÍAS PERSONALIZADAS EN ROCA VOLCÁNICA, UBICADA EN EL CENTRO NORTE, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018.**

### **Análisis:**

Según el dato anterior arroja que en la capital hay mucho desempleo lo cual representa desde ya una amenaza para el proyecto porque si hay tanto desempleo no habrá mucha gente que acceda al servicio.

#### **2.01.02.03 Pea (Población Económicamente Activa)**

“Abarca todas las personas de uno u otro sexo que aportan su trabajo para producir bienes y servicios.” (Glejberman, 2012, pág. 5)

#### **2.01.03 Factor Legal**

El factor legal es el que permite verificar los procedimientos, requisitos y normas que las empresas nacionales como las internacionales tienen que pasar para entrar en operaciones en ese país, mediante esos requisitos es factible implementar una microempresa y comenzar una actividad económica. (Iborra & Ferrer, 2014, pág. 23)

#### Requisitos

##### Servicio de Rentas Internas

“El servicio de rentas internas (SRI) es un organismo autónomo del Estado del Ecuador, que norma la recaudación de impuestos, mediante esta dignidad de control se obtiene el registro único del contribuyente RUC”. (SRI, SRI, s.f.)

##### Registro Único de Contribuyentes

Este documento es indispensable para que la microempresa entre en funcionamiento, ya que se necesitará para casi todos los trámites legales.

#### **Los requisitos son los siguientes:**

- ✓ Cédula de ciudadanía

- ✓ Papeleta de votación
- ✓ Recibo de pago de: Luz, agua o teléfono (cualquiera, objetivo: dirección del negocio)

Licencia Única de Actividades (LUAE). La LUAE es un documento que adjunta los permisos correspondientes que deben poseer los locales comerciales, como patente, permiso del Cuerpo de Bomberos, de la dirección de Salud, del Ministerio de Turismo y del Ministerio del Interior.

**Pasos para obtener la LUAE es el siguiente:**

- ✓ Ingresar a la página web [www.quito.gov.ec](http://www.quito.gov.ec) y escoger el link que dice Licencia Única de Funcionamiento
- ✓ Descargar el formulario e imprimirlo
- ✓ Llenar los datos con esfero azul; acercarse a la administración zonal en la que funciona el local comercial, adjuntando las copias de la cédula, papeleta de votación y el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

La afiliación al IESS es un derecho que todos los ecuatorianos poseen.

Los requisitos para realizar afiliación a los trabajadores en el IESS son los siguientes:

- ✓ RUC
- ✓ Cédula original y copia

- 
- ✓ Papeleta de votación y copia
  - ✓ Comprobante de pago de agua, luz o teléfono de la planta
  - ✓ Nombre de la empresa o del representante legal del mismo
  - ✓ Clave del empleador tramitada directamente en el instituto de seguridad social.

#### Patente

La patente municipal es un requisito indispensable para todas las personas ya sean naturales o jurídicas que realizan cualquier actividad comercial, industrial, financiera, inmobiliaria y profesional en el Distrito Metropolitano de Quito.

#### Requisitos generales:

- ✓ Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec)
- ✓ Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- ✓ Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado. (SRI, Requisitos para la implementación de empresas en el Ecuador, 2010)

#### Bomberos

- ✓ Formulario Declarativo de Ocupación.
- ✓ Copia del certificado de Visto Bueno de Planos.
- ✓ Copia de la memoria técnica y/o formulario declarativo aprobada y sellada en V.B.P.

- ✓ Copia de los planos SCI aprobados y sellados.
- ✓ Certificado de instalación del sistema de detección y alarma en conformidad con NFPA 72.
- ✓ Documento declarativo donde se especifique la entrega a cada unidad de vivienda de Extintores, Ventilaciones y Calentamiento de Agua.
- ✓ Certificado de tratamiento intumescente a la estructura metálica y/o madera vista. 8) Certificado de las puertas corta fuego RF-60 mí
- ✓ Certificado de Instalación de Presurización de Gradadas.
- ✓ Certificado de las Pruebas de Presión o hermeticidad del sistema de supresión con agua.
- ✓ Certificado de Instalación de Pararrayos.
- ✓ Declaración de cumplimiento VBP, instalación, funcionamiento y certificados de instalación. Formato Declaración de Cumplimiento VBP (ECUADOR, 2016)

#### **Medio Ambiente (Licencias Ambientales de funcionamiento)**

- ✓ Certificado de Intersección con el SNAP, BP y PFE.
- ✓ Solicitud de la aprobación de los TdR.
- ✓ Solicitud de la aprobación del EIA y PMA.
- ✓ Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto. (Ambiente, 2016)

---

## **2.02 Entorno Local**

“Los factores tecnológicos del entorno general recogen el conjunto de infraestructuras tecnológicas de un país. Generalmente, está vinculado al estado de desarrollo económico de un país, aunque no siempre es coincidente.” (Iborra & Ferrer, 2014, pág. 14)

### **2.02.01 Clientes**

Todo ente (mercado o proceso productivo posterior) a quien deba entregarse la producción efectuada en cada fase del proceso que integra la cadena de valor de la que forma parte. En tal caso, la producción de cada etapa del proceso de un producto, debe ser la necesaria para cubrir las necesidades del cliente. (Arbos, 2012, pág. 19)

### **2.02.02 Clientes Internos**

Son los miembros de la organización los cuales cumplen con diversas actividades según su departamento dentro de la misma, donde cumplen funciones específicas aportando así con el desenvolvimiento de la empresa y llevándola así a cumplir sus metas y objetivos.

### **2.02.03 Clientes Externos**

Son los clientes potenciales que tiene la empresa los cuales a la vez son externos porque no pertenecen a ella, pero sin embargo aportan con la actividad económica de esta; así cumpliendo con los objetivos en cuanto a economía.

### **2.02.04 Proveedores**

Los proveedores representan una financiación implícita, pero al fin al cabo ajeno. Se habla de que obtenemos financiación de los mismos cuando estos nos permiten el pago de nuestras compras y gastos en plazos diferentes al contado, como pueden ser 30, 60 o 90 días. (Díaz, 2014, pág. 24)

*Tabla 5, Proveedores*

| Proveedores     | Ubicación                                | Producto             |
|-----------------|--|----------------------|
| <b>Comprint</b> | Av. Mariana de Jesús E5-103 y<br>Hungria | Roca para sublimar   |
| <b>Comprint</b> | Montalvo 06-54 y Juan Vela               | Tinta de sublimación |
| <b>Xerox</b>    | Av. Santiago y Versalles                 | Tinta de sublimación |

*Elaborado por: Paulina Espinoza*

*Fuente: Investigación propia*

### **Análisis:**

Tomando en cuenta la tabla anterior estos son los posibles proveedores para ejecutar el producto estrella del presente proyecto para esto se investigó en cada lugar con la finalidad de poder ver cuál sería mejor proveedor ya que se debe tomar en cuenta varias estrategias que ayuden a tener una mejor negociación con los futuros proveedores del proyecto a ejecutarse.

#### **2.02.05 Competidores**

Son aquellas empresas que fabrican bienes o servicios que pueden sustituir los de otra organización. Para tener éxito, la compañía debe ofrecer más valor y satisfacción a sus clientes. No solo deben adaptarse a sus necesidades, sino aplicar estrategias de posicionamiento con más efectividad que las de la competencia. (Jimenez L. , 2010, pág. 29)

*Tabla 6, Competidores Directos*

| Establecimiento                    | Producto                    |
|------------------------------------|-----------------------------|
| <b>Grupo Edzu</b>                  | Artículos sublimados varios |
| <b>Imprenta y Papelería Lexmay</b> | Foto roca sublimada         |

*Elaborado por: Paulina Espinoza*

*Fuente: investigación propia*

Tabla 7, Competidores Indirectos

| Establecimiento                 | Producto  |
|---------------------------------|---|
| <b>PhotoShop Digital Xpress</b> | Personalización de fotografías en varias bases. |

Elaborado por: Paulina Espinoza

Fuente: investigación Propia

### **Análisis:**

En base a la tabla anterior los competidores directos de la microempresa ya son conocidos en el mercado por lo tanto hay que crear estrategias para ganarse la confianza y fidelidad de los clientes por eso estas estrategias deben ser contundentes para ganar espacio en el mercado local como bajar precios, hacer promociones con los artículos, etc.

### **2.03 Análisis FODA**

El análisis FODA es una herramienta analítica que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. (Philip, 2007, pág. 81)

|             |   | OPORTUNIDADES                            |                                     | AMENAZAS  |                         |  |
|-------------|---|--|-------------------------------------|---|-------------------------|--|
|             |   | 1  | Generar fuentes de empleo           | 1   | Inestabilidad económica |  |
|             |   | 2  | Darse a conocer al consumidor.      | 2   | Competencia desleal     |  |
|             |   | 3  | Materia prima existente en el país. | 3   | La Política             |  |
|             |   | Estrategia FO                            |                                     | Estrategia FA   |                         |  |
| FORTALEZAS  | 1 | Infraestructura                          | 1                                   | Aprovechar la infraestructura para atracción del cliente.   | 1                       | Mantener precios accesibles ante la inestabilidad económica para no perder los clientes.   |
|             | 2 | Precios accesibles.                      |                                     |   |                         |  |
|             | 3 | Empleados capacitados.                   | 2                                   | Capacitar a los empleados dentro de un período de tiempo para estar al día en cuanto servicios de sublimación, etc                              | 2                       | Mantener a los empleados al día con los cambios en el mercado y estar preparados ante la competencia desleal existente actualmente.  |
|             |   | Estrategia DO                            |                                     | Estrategia DA   |                         |  |
| DEBILIDADES | 1 | No contar con estrategias publicitarias. | 1                                   | Implementar publicidad por los medios más conocidos para atraer al cliente.   | 1                       | Ante tanta competencia desleal que existe en el medio siempre ser proactivos en cuanto a conocimiento extra de los trabajadores; es decir mantenerlos en constante preparación en el mundo de sublimación. |
|             | 2 | Ser nuevo en el mercado                  |                                     | Ante la oportunidad de tener la materia prima existente en el país mejorar y variar los servicios para cautivar más la curiosidad del cliente . |                         |  |
|             | 3 | No ser reconocido por el consumidor.     | 2                                   |   |                         |  |

Figura 10, Plan Estratégico FODA  
Elaborado por: Paulina Espinoza  
Fuente: Investigación propia

### Análisis:

Según figura anterior donde se exponen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del presente proyecto se puede expresar que cada uno de estos factores fueron relacionados entre sí para fomentar las estrategias que permitan disminuir lo negativo en este caso las amenazas y las debilidades y potencien lo positivo que lo conforman las fortalezas y oportunidades.

---

### 2.03.01 Propuesta Estratégica

“En la propuesta estratégica se da a conocer el producto y sus beneficios por medio de publicidad, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas, esto puede ser planes a corto, mediano o largo plazo.” (Leonard, 2007, pág. 27)

La propuesta estratégica con la que se va a trabajar en este proyecto es la afinidad y comprensión de sus miembros, los cuales conforman la organización y pues una propuesta innovadora para sus futuros clientes.

### 2.03.02 Misión

Es un enunciado breve y claro de las razones que justifican la existencia de la compañía, el propósito o la función que desea satisfacer, su base principal de consumidores y los métodos fundamentales a través de los cuales pretende cumplir este propósito. (Leonard, 2007, pág. 197)

Somos una microempresa dedicada a la plasmar recuerdos; buscamos satisfacer las necesidades de los clientes mediante la sublimación de fotografías personalizadas en roca volcánica, ubicados en el sector Carcelén norte de Quito haciendo de esta actividad una razón para hacer sentir bien a los clientes ya que son la cognición por la cual trabajamos día a día.

### 2.03.03 Visión

“La visión es definir cómo debería ser y actuar en el futuro, basada en los valores y convicciones de sus integrantes”. (Salazar, 2008, pág. 27)

“Foto Roca”, en el año 2023 será la microempresa ícono de la sublimación de representaciones fotográficas sofisticadas y tipificadas en el medio donde laboren personas comprometidas con un solo objetivo que es la satisfacción de las

necesidades del cliente, con respeto, calidad, calidez, trabajo en equipo y ser la organización que todas las personas conozcan como la mejor en su actividad y pensando en la comunidad; que será su valor agregado.

## **2.04 Objetivos**

### **2.04.01 Objetivo General**

Llegar a los clientes con una idea innovadora, y por medio de ellos ser conocidos en el mercado como una microempresa capaz de cubrir las necesidades y expectativas del mercado consumidor y así llegar a tener una rentabilidad gracias a esta actividad.

### **2.04.02 Objetivos Específicos**

- Determinar las necesidades de los clientes mediante encuestas.
- Conocer la oferta y demanda actuales y proyectadas.
- Llegar a conocer nuestros competidores
- Ofrecer un buen servicio que ayude a diferenciarse de las competencias.

## **2.05 Principios y Valores**

### **Principios:**

- **Calidad del Servicio:** Los miembros de la microempresa se comprometerán para cumplir y cubrir las expectativas del cliente priorizando la calidad, ante todo.
- **Trabajo en Equipo:** apoyo mutuo entre los colaboradores para generar confianza para los clientes.

- 
- **Cultura de resultados:** trabajar en conjunto con metas a corto plazo y trabajar mediante resultados prósperos.
  - **Disciplina:** trabajar basándose en el pensamiento solo la disciplina vencerá a la inteligencia.
  - **Responsabilidad Social:** realizar las actividades pensando en el prójimo es decir pensando en el daño que se puede causar a la sociedad de alrededor.

#### Valores:

- **Confiabilidad:** La confiabilidad debe ser hacia su personal y al servicio que la empresa entrega a sus clientes.
- **Competitividad:** Realizar nuevas estrategias ante la competencia ayudando al crecimiento continuo de la microempresa y ofreciendo servicios con productos tecnológicos modernizados.
- **Compromiso:** con colaboradores comprometidos con la empresa y su trabajo, traerá mejores condiciones como grupo de personas y al mismo tiempo comprometidos con el cliente por tal razón por la cual el cliente se sentirá satisfecho.
- **Respeto:** dentro de la organización tratar a todos los miembros por igual sin perder el valor del liderazgo.
- **Puntualidad:** Calidad que tienen las personas en hacer una cosa a su debido tiempo, basándose en el principio “a tiempo”

## **2.06 Gestión Administrativa**

“Es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, dirección, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos.”

(Hurtado, 2008, pág. 28) .

### **2.06.01 Planificación**

La planificación al servicio de la gestión de empresa es un documento que permite al empresario definir objetivos, y establecer estrategias y líneas de actuación para minimizar los riesgos inherentes a la vida diaria de su negocio, en suma, le permite gestionar su negocio de manera eficaz. (Mateo, 2007, pág. 33)

En el presente proyecto se va a planificar de manera sutil y ordenada, es decir de acuerdo los pedidos de los clientes y especificaciones de los mismos serán ejecutados en orden de llegada para así tener un mejor orden en el área de trabajo.

### **2.06.02 Organización**

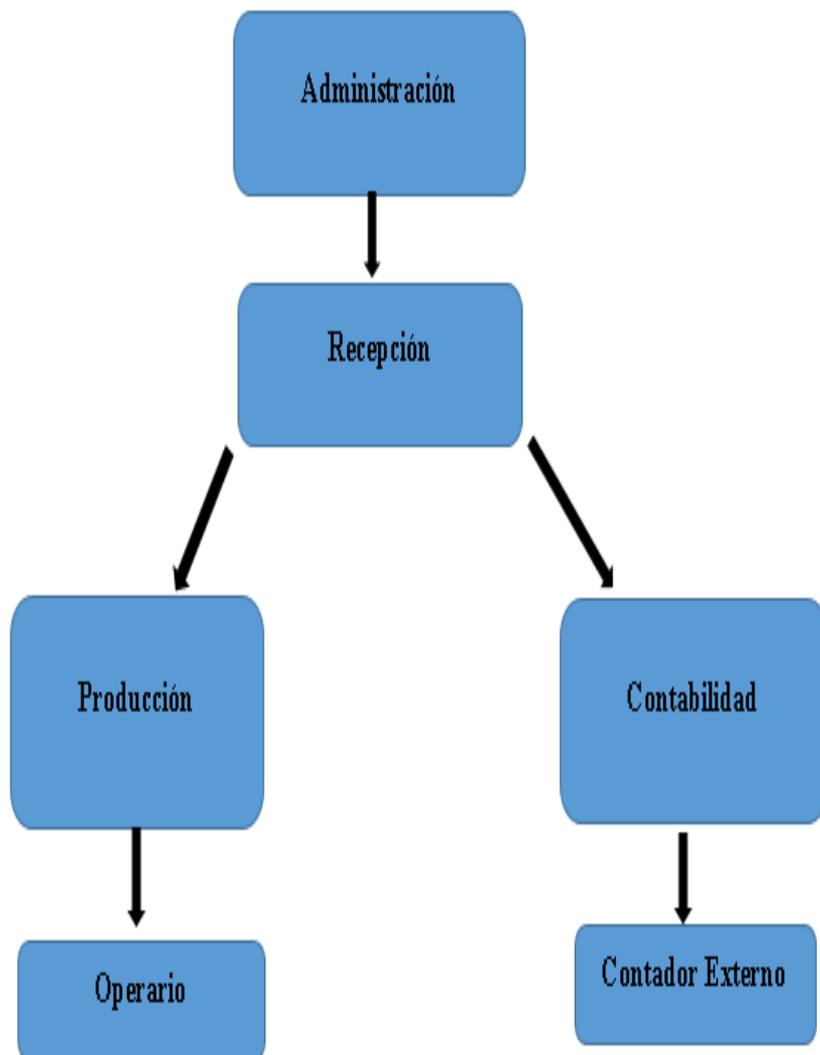
La organización muestra la representación gráfica de la estructura orgánica de la microempresa, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran.

Implica poner atención a la estructura de las relaciones entre los puestos y los individuos que los ocupan, así como vincular la estructura con la dirección estratégica de la organización. (Porter, 2006, pág. 19)

#### **2.06.02.01 Organigrama Estructural**

La microempresa se encuentra estructurada por áreas, las cuales cumplen con funciones específicas, ayudando se esta manera a una buena organización dentro de la microempresa y a su vez a alcanzar su objetivo de manera colectiva, representa solamente las diversas unidades que constituyen la empresa y las relaciones entre ellas. (Reyes U. , 2014, pág. 17)

## Organigrama



*Figura 11, Organigrama  
Elaborado por: Paulina Espinoza  
Fuente: Investigación Propia*

## 2.06.02.02 Perfil y Funciones del Cargo

Tabla 8, Descripción Cargo Administración

### DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Actúa como representante legal de la empresa, es el encargado de establecer las políticas operativas, administrativas y de calidad de la empresa.

Cargo: ADMINISTRACIÓN

### FUNCIONES

- Tomar las decisiones adecuadas orientadas siempre al logro de la microempresa.
- Planear compra de insumos para la sublimación.
- Determinar las responsabilidades y funciones de los demás trabajadores.
- Planificar, coordinar, controlar y organizar las actividades de la organización

Nivel de Educación: Ingeniero en Administración de empresas,  
Contabilidad y Auditoría.

Experiencia: 3 años.

Elaborado por: Paulina Espinoza

Fuente: Investigación Propia

Tabla 9, Descripción Cargo Recepción

## DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Actúa como la persona vocera de dar algún tipo de información a algún cliente, también es la encargada de suplir y proveer asistencia al administrador.

Cargo: RECEPCIONISTA

## FUNCIONES

- Ser la vocera para brindar información a personas interesadas en el tema.
- Asistir al Administrador si este lo requiere.
- Determinar las responsabilidades y funciones de los demás trabajadores.
- Estar a cargo de pagos a proveedores y cobros a clientes.

Nivel de Educación: Bachillerato Unificado

Experiencia: 1 año.

Elaborado por: Paulina Espinoza

Fuente: investigación Propia

Tabla 10, Descripción Operario

| DESCRIPCIÓN DEL CARGO   |  |
|---|--|
| Actúa como la persona que va a llevar a cabo la ejecución del servicio y los procesos del mismo.                        |  |
| Cargo:  | OPERARIO   |
| FUNCIONES   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realizar el proceso del sublimado.</li> </ul>                                  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Planear juntamente con el administrador la entrega del producto.</li> </ul>    |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dejar limpio el lugar de trabajo.</li> </ul>                                   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Encargarse de que el servicio salga bien con eficiencia y eficacia.</li> </ul> |  |
| Nivel de Educación:   | Tecnología en Diseño Gráfico y aptitud de manejo de máquinas de sublimado. |
| Experiencia:  | 1 año.   |

Elaborado por: Paulina Espinoza

Fuente: investigación Propia

Tabla 11, Descripción Cargo Contabilidad-Contador Externo

## DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Actúa como la persona que lleva todas las finanzas y cuentas de la microempresa.

Cargo: CONTADOR EXTERNO

## FUNCIONES

- Realizar la contabilidad.
- Elaborar los balances.
- Emisión de comprobantes de retención y facturas de compra.
- Reportar un panorama claro en cuanto al estado de cuenta de la micropyme.

Nivel de Educación: Ingeniería en Contabilidad y Auditoría.

Experiencia: 2 años.

Elaborado por: Paulina Espinoza

Fuente: investigación Propia

### **2.06.03 Dirección**

La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente, ya, con más frecuencia, delegando dicha autoridad, y se vigila simultáneamente que se cumplan en la forma adecuada todas las ordenes emitidas. (Reyes A. , 2005, pág. 39)

En el presente proyecto se dirigirá de una manera proactiva e innovadora; gestionando bien el tiempo, manteniendo la motivación al 100% de sus trabajadores, marcar objetivos, delegando tareas acordes con la armonía de trabajador y su puesto de labores y sabiendo escuchar ideas y propuestas innovadoras de parte de sus colaboradores.

### **2.06.04 Controlar**

“La acción de examinar las actividades desarrolladas por las empresas éstas se realizan en un periodo de tiempo que por general se encuentra programado, con el objeto de verificar si se están cumpliendo las metas de acuerdo a lo planeado.”

(Sanchez Bektran, 2013, pág. 1).

Para el presente proyecto se controlará mediante bitácoras donde se lleve la información toda la actividad que se realice por cada cliente y funcionará de la siguiente manera: una vez receptado el pedido del cliente inmediatamente revisar el stock de los variados insumos para proceder a la elaboración del servicio de sublimación.



## 2.08 Gestión Comercial

“La gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing”. (Nunes, 2015, pág. 124).

### 2.08.01 Producto

“Es todo aquello que se ofrece para su adquisición, uso o consumo y que es capaz de satisfacer una necesidad o deseo.” (Ruiz B. L., 2004, pág. 121)

El presente proyecto tiene como producto estrella la impresión sublimada en la roca volcánica, sus tamaños son variados, pero, sin embargo, la fotografía que se va a incrustar en la misma será de alto contraste y mucha durabilidad.

#### Proceso de la sublimación:



*Figura 14, Proceso de sublimación  
 Elaborado por: Paulina Espinoza  
 Fuente: Investigación propia*

En la figura anterior se da a conocer el proceso de sublimado un poco resumido; ahora bien, primero se procede a recibir la materia prima que en este caso sería la roca volcánica, la misma que se la debe secar la humedad ya que viene así de proveedor, después se edita la fotografía que va a ir plasmada en la roca con todos sus detalles, luego de eso se la manda a imprimir en papel especial de sublimación, posteriormente se activa la maquina sublimadora y se la deja en temperatura, inmediatamente se introduce la roca en la sublimadora conjuntamente con el papel sublimado dejar que actúe y luego separar cuidadosamente el papel de la roca, y finalmente se la deja secar y se procede a empacarla y entregada a su respectivo cliente.

### **2.08.02 Precio**

“Cantidad de dinero que permite la adquisición o uso de un bien o servicio, es la medida de valor de cambio de los bienes y servicios<sup>2</sup>. (Fabara M. , 2012, pág. 15)

Para establecer el precio del presente proyecto hay que tomar en cuenta que la competencia tiene precios un poco elevados, además el costo de mano de obra materia prima gastos imprevistos e indirectos y por lo tanto se debe tener en cuenta todos estos factores para no tener falencias ante la competencia.

### **2.08.03 Plaza**

“Elemento del mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente.” (Fabara M. , 2012, pág. 23)

El presente proyecto tendrá lugar en el sector de Carcelén en la Av. Jaime Roldós Aguilera y E1C, frente a las oficinas de Cable Unión.

### 2.08.04 Promoción

“Persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado.” (Fabara M. , 2012, pág. 30)

La promoción que se va a aplicar en el presente proyecto será de la siguiente manera:

- Descuentos por fidelidad
- Promociones por fechas festivas. (2x1)

Publicidad:

- Trípticos,
- Publicidad por medio de Facebook (por ser la más utilizada en el medio)



Figura 15, Página de Facebook  
 Elaborado por: Paulina Espinoza  
 Fuente: Investigación Propia

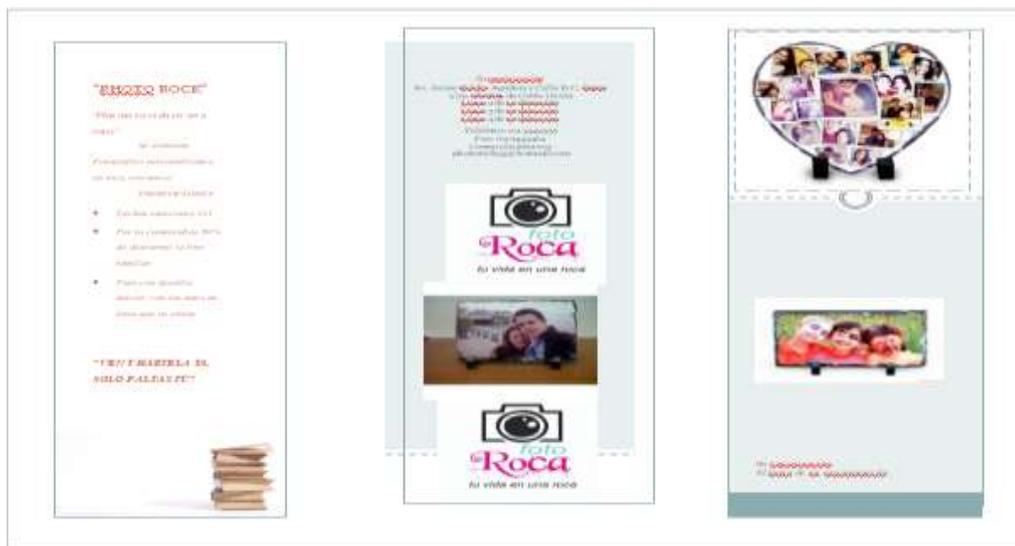


Figura 16, Tríptico  
Elaborado por: Paulina Espinoza  
Fuente: Investigación Propia



Figura 17, Publicidad WhatsApp  
Elaborado por: Paulina Espinoza  
Fuente: Investigación Propia



Figura 18, Página de Instagram  
Elaborado por: Paulina Espinoza  
Fuente: Investigación Propia



Figura 19, Página web  
Elaborado por: Paulina Espinoza  
Fuente: Investigación Propia

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE IMPRESIONES SUBLIMADAS DE FOTOGRAFÍAS PERSONALIZADAS EN ROCA VOLCÁNICA, UBICADA EN EL CENTRO NORTE, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018.**

### 2.08.05 Logotipo



*Figura 20, Logotipo  
Elaborado por: Paulina Espinoza  
Fuente: Investigación Propia*

#### **Significado de colores:**

**Celeste:** Energía

**Blanco:** Alegría y esperanza

**Negro:** Seguridad y actitud.

**Rosado:** Moda y Relajación

### 2.08.06 Slogan

**Slogan:** “Tu vida en una roca”

### 2.08.07 Papelería Corporativa



Figura 21, Hoja Membretada  
 Elaborado por: Paulina Espinoza  
 Fuente: Investigación Propia



Figura 22, Tarjeta Presentación  
 Elaborado por: Paulina Espinoza  
 Fuente: Investigación Propia

---

### 2.08.08 Material Pop



*Figura 23, Material Pop llavero  
Elaborado por: Paulina Espinoza  
Fuente: Investigación Propia*



*Figura 24, Material Pop taza  
Elaborado por: Paulina Espinoza  
Fuente: Investigación Propia*

## CAPÍTULO III

### 3.0 Estudio de Mercado

Los estudios de mercado por su finalidad genérica de obtener información útil del mercado y sus actores, suelen ser necesarios para planificar, y muchas veces son su consecuencia cuando del esfuerzo de planificación surge la necesidad de captar información para un anteproyecto estratégico. (Lledo, 2013, pág. 109).

#### 3.01 Análisis del consumidor

“El análisis y la comprensión del comportamiento del consumidor es parte imprescindible del trabajo previo que permite adaptar la oferta de la empresa a las necesidades y deseos de los consumidores”. (Lopez, 2008, pág. 30)

#### Objetivo del Estudio de Mercado

Analizar y determinar la aceptación potencial del servicio que será generado también la rentabilidad y posicionamiento.

#### Objetivos Específicos Del Estudio Del Mercado

- Determinar la oferta y demanda
- Establecer el posicionamiento de la microempresa
- Decretar la aceptación del servicio de sublimación
- Fijar la rentabilidad de la prestación del servicio.

## Segmentación De Mercado

“Se define como el proceso de identificación y caracterización de subgrupos de consumidores dentro de un mismo mercado, que presentan distintas necesidades con la finalidad de seleccionar aquellos que puedan ser objeto de una oferta comercial diferenciada”. (Águeda, 2013, pág. 184)

La finalidad de la presente segmentación nace en diferenciar el mercado objetivo al que se va a dirigir la foto roca de la microempresa a desarrollarse, para de esta manera determinar necesidades, preferencia y nivel de consumo de la población de estudio.

*Tabla 12, Segmentación del Mercado*

| <b>Características<br/>Geográficas</b>                                 | <b>Características<br/>Demográficas</b>        | <b>Características<br/>Conductuales</b> |
|--|--|---|
| <b>Provincia:</b> Pichincha  | Género: Indistinto                             | Alegría                                 |
| <b>Cantón:</b> Quito   | Población: PEA                                 | Sorpresa                                |
| <b>Parroquia:</b><br>Cotocollao  | Nacionalidad:<br>Indistinto                    | Emoción                                 |
| <b>Localidad:</b> Carcelén<br>Av. Jaime Roldós<br>Aguilera y calle E1c | Nivel<br>Socioeconómico: alto,<br>medio y bajo | Armonía                                 |

*Elaborado por: Paulina Espinoza  
Fuente: Ámbito.com*

### 3.01.01 Determinación De La Población Y Muestra

#### 3.01.01.01 Población

“Es el conjunto de los elementos que van a ser observados en la realización de un estudio”. (Sabadías, 1995, págs. 33-34)

#### 3.01.01.02 Tamaño del universo

Tabla 13, Tamaño del Universo

| Universo                  | No.       |
|---------------------------|-----------|
| Población De Quito        | 2'690.150 |
| Población De La Parroquia | 58.911    |
| PEA                       | 56.214    |

Elaborado por: Paulina Espinoza

Fuente: Investigación propia

#### 3.01.01.03 Muestra

“Es el análisis estadístico que persigue obtener información y conclusiones de aplicación a toda la población”. (Ruiz C. Q., 1993, pág. 152)

#### 3.01.01.04 Formulación de la Muestra

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

**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

$$n = \frac{(56214)(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(56214-1)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{56214(3.84)(0.25)}{14054.21+0.96}$$

$$n = 382 \text{ encuestas}$$

#### 3.01.02 Técnicas de la Obtención de la Información

“Son aquellas que operacionalizan la obtención de información suficiente para dar sustento a una hipótesis de trabajo, y se manifiesta como herramienta indispensable para la solución de dicha hipótesis”. (Torregroza, 2013, pág. 303)

La técnica de obtención de información con la que se trabajara en el presente proyecto es la encuesta ya que por medio de ella es más factible conocer necesidades que los clientes buscan satisfacer.

### **3.01.02.01 La Encuesta**

“Las encuestas son un medio para intentar conocer lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes”.

(Prats, 2011, pág. 110)

### **3.01.02.02 La Entrevista**

“Es el elemento clave para la defensa de los intereses del cliente”.

(Verde, 2006, pág. 38)

### **3.01.02.03 Cuestionario**

“Es uno de los recursos que brinda información de los recursos interactivos más utilizados por el momento y pertenece a los géneros informativos”. (Mexicano, 2005, pág. 61)

### **3.01.02.04 Observación**

“Acto de observación de una proposición singular o existencial que exprese algunos rasgos del resultado de la acción de observar”. (Bunge, 2000, pág. 591)

### **3.01.02.05 Modelo de la Encuesta**

Yo, estudiante del Instituto Tecnológico Superior Cordillera me encuentro en la situación de abordar a ustedes para que por favor me ayude con la presente encuesta para determinar la demanda y oferta del proyecto que estoy llevando a cabo, previo a la obtención del título de tecnólogo en administración bancaria y financiera.

**Datos Generales:**
**Nombre Y Apellido:** ..... **Genero:** M... F... **Edad:**.....

**Actividad Económica:** Si..... No.....

Preguntas:

1.-Usted conoce la piedra volcánica

SI NO 

2.- Ha escuchado hablar sobre sublimación en rocas volcánicas

SI NO 

3.- Le gustan las fotografías

SI NO 

4.- Desearía usted que se plasme su foto en una roca volcánica

SI NO 

5.- Con qué frecuencia usted imprime sus fotografías familiares más representativas

MENSUAL  TRIMESTRAL  SEMESTRAL ANUAL  NUNCA 

6.- Cuanto estaría dispuesto a pagar para plasmar su fotografía representativa en la roca volcánica

\$ 15 \$20 \$25 

7.- Ha escuchado hablar sobre “Foto roca”

SI NO

8.- A través de que medio le gustaría que la sublimación de la foto roca se dé a conocer

Amigos

redes sociales

trípticos

9.- Estaría usted de acuerdo que se implemente un lugar que se dedique a esta actividad

SI

NO

10.- Cree usted que esta idea es innovadora

SI

NO

11.- Está usted conforme con las impresiones de las fotos más representativas de su familia

SI

NO

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

### **3.01.03 Análisis de La Información**

“Es una técnica de investigación destinada a formular a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”.

(Krippendorff, 1990, pág. 28)

## Datos Generales

Tabla 14, Género

| Detalle      | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Femenino     | 213        | 55,76%      |
| Masculino    | 169        | 44,24%      |
| <b>Total</b> | <b>382</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

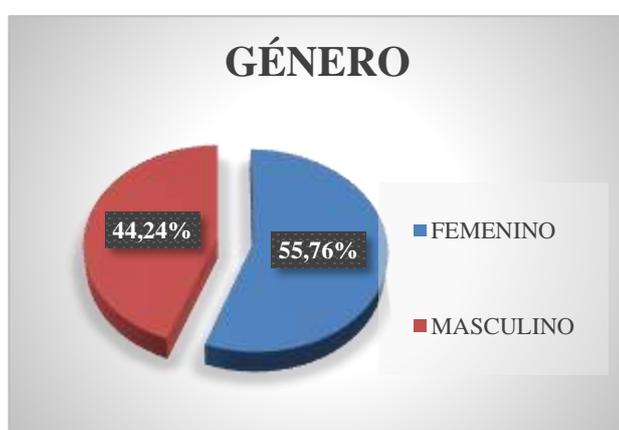


Figura 25, Género

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

Según datos de investigación, se encuestó a 213 mujeres y 169 hombres los cuales en datos estadísticos queda un resultado de 55,76% para el género femenino y un 44,24% de género masculino, habiendo una mayoría de mujeres aceptando a responder y enterarse un poco de que se trata el servicio de sublimación ya que se procuró en lo posible encuestar a gente mayor a 22 años de edad.

Tabla 15, Actividad Económica

| Detalle      | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 308        | 80,63%      |
| No           | 74         | 19,37%      |
| <b>Total</b> | <b>382</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza



Figura 26, Actividad Económica

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

Según encuestado representa que 308 personas están trabajando lo cual en porcentaje es el 80,63%; sin embargo, hay 74 personas encuestadas las cuales no tienen empleo por el momento lo cual refleja un 19,37%, lo cual es bueno para el proyecto porque así la gente empleada adquirirá el servicio en su mayoría.

## Desarrollo de las preguntas

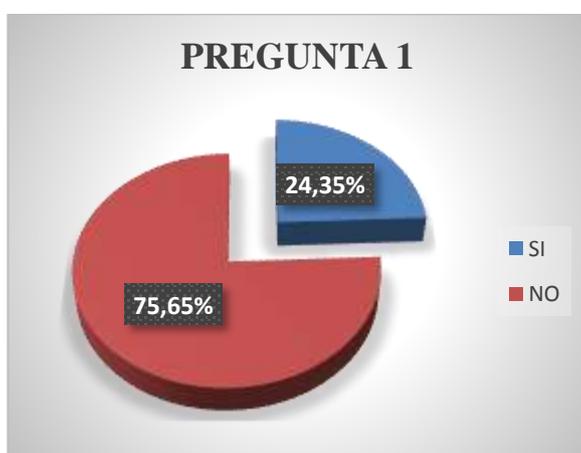
Pregunta 1: ¿Usted conoce la piedra volcánica?

*Tabla 16, Pregunta 1*

| Detalle      | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 93         | 24,35%      |
| No           | 289        | 75,65%      |
| <b>Total</b> | <b>382</b> | <b>100%</b> |

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Paulina Espinoza*



*Figura 27, Pregunta 1*

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Paulina Espinoza*

### Análisis:

En esta pregunta la mayoría de personas encuestadas no conocían la piedra volcánica teniendo como un total de 75,65% de gente que no conocía versus 24,35% que si conocía la piedra lo cual para el proyecto es muy bueno ya que se despertara el interés de la gente para saber de qué se trata.

Pregunta 2: ¿Ha escuchado hablar sobre sublimación en rocas volcánicas?

Tabla 17, Pregunta 2

| Detalle      | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 301        | 78,80%      |
| No           | 81         | 21,20%      |
| <b>Total</b> | <b>382</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza



Figura 28, Pregunta 2

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

En esta pregunta los datos arrojan un total de 78,80% de personas que conocían sobre la sublimación en la foto roca y un 21,20% de gente que no sabía lo cual es bueno para el proyecto porque la gente tendrá curiosidad y tratará de experimentar el servicio de sublimación.

Pregunta 3: ¿Le gustan las fotografías?

Tabla 18, Pregunta 3

| Detalle      | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 349        | 91,36%      |
| No           | 33         | 8,64%       |
| <b>Total</b> | <b>382</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza



Figura 29, Pregunta 3

Elaborado por: Paulina Espinoza

Fuente: Investigación Propia

### Análisis:

En la pregunta anterior la gente reacciona a un fenómeno tan normal como son las fotografías obteniendo un 91,36% de personas que les gusta las fotografías y un total de 8,64% que no les gusta, pero sin embargo es una oportunidad para el proyecto ya que las personas demostraron que si pueden acceder al servicio de sublimación.

Pregunta 4: ¿Desearía usted que se plasme su foto en una roca volcánica?

Tabla 19, Pregunta 4

| Detalle      | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 372        | 97,38%      |
| No           | 10         | 2,62%       |
| <b>Total</b> | <b>382</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza



Figura 30, Pregunta 4

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

En la pregunta anterior las personas se mostraron muy interesadas de que se les plasmara su fotografía en la roca volcánica dando un total de 97,38% de personas que mostraron interés versus el 2,62% de las cuales no quieren para nada experimentar el servicio, ahora bien, ya tomando en cuenta la mayoría que cuenta con un si lo cual es de vital oportunidad para el proyecto.

Pregunta 5: ¿Con que frecuencia usted imprime sus fotografías familiares más representativas?

Tabla 20, Pregunta 5

| Detalle           | Frecuencia | Porcentaje  |
|-------------------|------------|-------------|
| <b>Mensual</b>    | 57         | 14,92%      |
| <b>Trimestral</b> | 45         | 11,77%      |
| <b>Semestral</b>  | 20         | 5,24%       |
| <b>Anual</b>      | 201        | 52,62%      |
| <b>Nunca</b>      | 59         | 15,45%      |
| <b>Total</b>      | <b>382</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

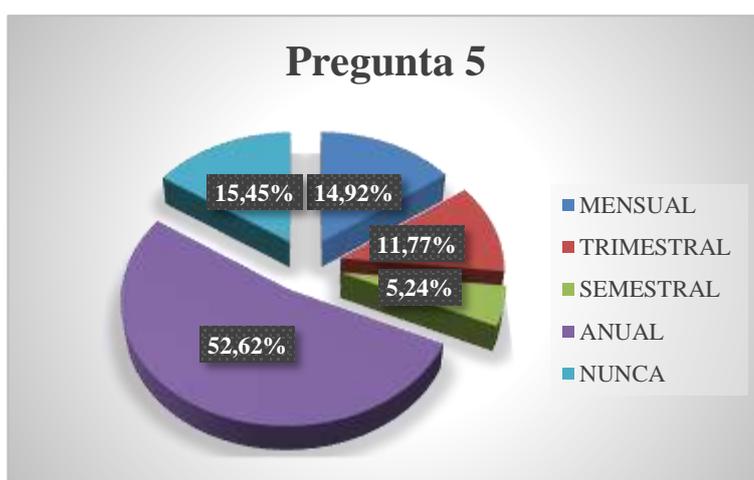


Figura 31, Pregunta 5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

En el dato anterior arroja las costumbres de las personas a la hora de imprimir sus fotos familiares dándonos un resultado de 14,92% mensualmente, 11,77% trimestralmente, 5,24% semestralmente, 15,45% anualmente y 52,62% las cuales nunca imprimen sus fotografías es decir que el proyecto tiene oportunidad de ser aceptado en el medio.

Pregunta 6: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para plasmar su fotografía representativa en la roca volcánica?

Tabla 21, Pregunta 6

| Detalle      | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| \$15         | 295        | 77,23%      |
| \$20         | 73         | 19,11%      |
| \$25         | 14         | 3,66%       |
| <b>Total</b> | <b>382</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: Paulina Espinoza

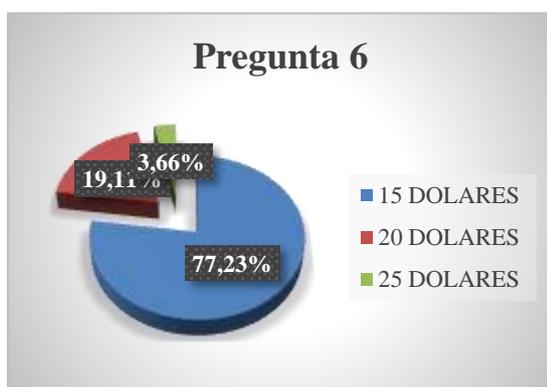


Figura 32, Pregunta 6

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

En la pregunta anterior arroja un promedio del precio donde la mayoría de las personas encuestadas con un 77,23% opto por pagar 15 dólares, el 19,11% dijeron que pagarían 20 dólares y un 3,66% que pagarían 25 dólares, pero sin embargo a pesar de que hay personas con estatus económicos un poco más altos los resultados arrojan que el servicio de sublimación debería costar 15 dólares para que sea accesible a todo el medio consumidor.

Pregunta 7: ¿Ha escuchado hablar sobre “Foto roca”?

Tabla 22, Pregunta 7

| Detalle      | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 54         | 14,14%      |
| No           | 328        | 85,86%      |
| <b>Total</b> | <b>382</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

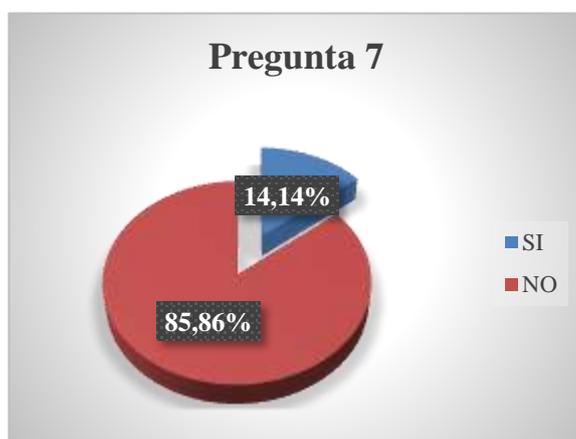


Figura 33, Pregunta 7

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

En esta pregunta se arroja un resultado en el que la mayoría de personas no conoce la nueva marca de “Foto Roca” ya que como es nueva un total de 85,86% no conoce la marca, pero sin embargo el 14,14% si lo conocía ya que este porcentaje son familiares cercanos de la proyectista.

Pregunta 8: ¿A través de que medio le gustaría que la sublimación de la foto roca se dé a conocer?

Tabla 23, Pregunta 8

| Detalle        | Frecuencia | Porcentaje  |
|----------------|------------|-------------|
| Amigos         | 59         | 15,45%      |
| Redes Sociales | 300        | 78,53%      |
| Trípticos      | 23         | 6,02%       |
| <b>Total</b>   | <b>382</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

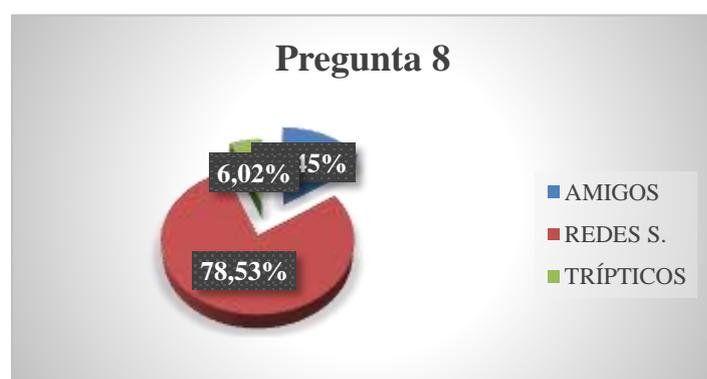


Figura 34, Pregunta 8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

En esta pregunta la gente aportó porque medio sería más factible que la marca “Foto Roca” se diera a conocer ya que un 15,45% confirmaron que les gustaría darse a conocer por medio de amigos, un 78,53% sugirieron que mejor se lo haga por medio de redes sociales y finalmente un 6,02% exclamo que mejor sería que se dé a conocer por medio de trípticos algo muy conocido en cuanto a publicidad.

Pregunta 9: ¿Estaría usted de acuerdo que se implemente un lugar que se dedique a esta actividad?

Tabla 24, Pregunta 9

| Detalle      | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| No           | 57         | 14,92%%     |
| Si           | 325        | 85,08%      |
| <b>Total</b> | <b>382</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

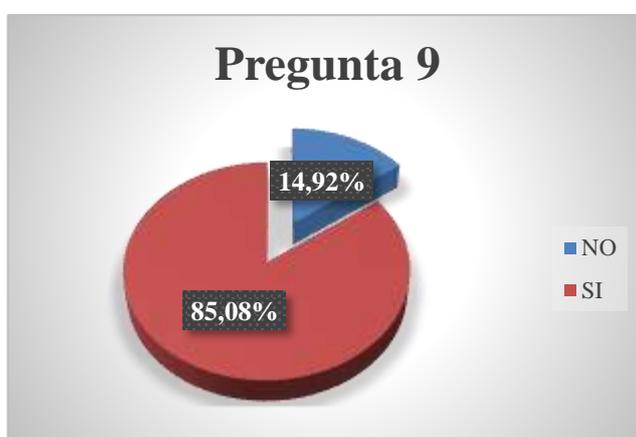


Figura 35, Pregunta 9

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

Según resultados de la pregunta anterior las personas en Carcelén están interesadas de que se habrá un lugar que se dedique a la sublimación de las foto roca teniendo un total de 85,08% de las personas encuestadas que están de acuerdo en que se implemente una microempresa que se dedique a la labor de la sublimación , mientras el 14,92% afirmaron que no estarían de acuerdo y por lo tanto contando con la mayoría la microempresa tiene más posibilidades de crecer en el medio y ser conocida al mismo tiempo de los clientes.

Pregunta 10: ¿Cree usted que esta idea es innovadora?

Tabla 25, Pregunta 10

| Detalle      | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 359        | 93,98%      |
| No           | 23         | 6,02%       |
| <b>Total</b> | <b>382</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza



Figura 36, Pregunta 10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

En esta pregunta las personas encuestadas dan al proyecto un voto de confianza ya que en el desarrollo de la misma se sintieron interesados por la idea y afirmaron en su mayoría que es una idea innovadora y que debería llevarse a cabo con un total de aceptación del 93,98% del total de las personas que creen que la idea es innovadora y un resto del 6,02% que cree que no lo es; pero sin embargo basándose en la mayoría se podría decir que el proyecto tiene oportunidad en el mercado consumidor ya que la mayoría piensa que se debería implementar esta idea.

Pregunta 11: ¿Está usted conforme con las impresiones de las fotos más representativas de su familia?

Tabla 26, Pregunta 11

| Detalle      | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| <b>Si</b>    | 106        | 27,75%      |
| <b>No</b>    | 276        | 72,25%      |
| <b>Total</b> | <b>382</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

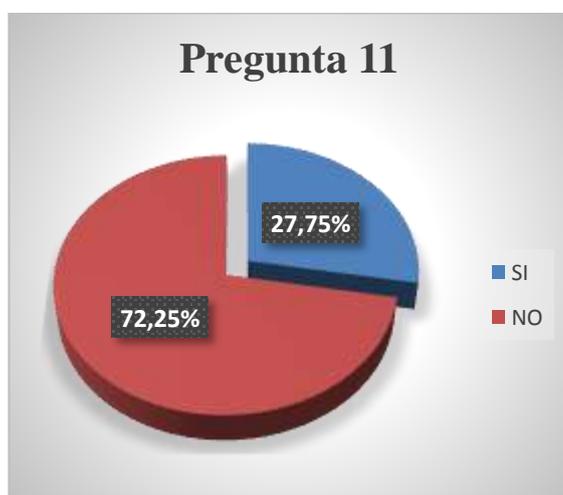


Figura 37, Pregunta 11

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

### **Análisis:**

En el caso de la pregunta anterior donde las personas encuestadas reflejan su insatisfacción frente a lugares donde imprimen fotografías al modo tradicional con un 27,75% y un 72,25% lo cual afirman que no están a gustos con el servicio por distintas razones personales según su criterio, y sabiendo esto se puede decir que el proyecto en resumen si tendrá aceptación en el mercado lo cual es una oportunidad para surgir.

### 3.02 Oferta

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (Urbina, 2010, pág. 41)

#### 3.02.01 Oferta Histórica

“Se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro, además permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores”. (Orjuela, Medina, & Chain, 2009, pág. 145)

*Tabla 27, Oferta Histórica*

| <b>Empresa</b>         | <b>Nº</b> |
|------------------------|-----------|
| <b>Tonos y Colores</b> | 120       |
| <b>Arte Mil</b>        | 129       |
| <b>Grupo Edzu</b>      | 176       |
| <b>Comprint</b>        | 196       |

*Elaborado: Paulina Espinoza*

*Fuente: Investigación Propia*

### 3.02.02. Oferta Actual

“Se basa en analizar la situación existente, consiste en estudiar las características de la competencia que hay en la actualidad, tanto en las cantidades ofrecidas como en las condiciones en que se realiza dicha oferta”. (Orjuela, Medina, & Chain, 2009, pág. 147)

Tabla 28, Oferta Actual

| OFERTA ACTUAL |         |                                  |                    |
|---------------|---------|----------------------------------|--------------------|
| AÑO           | DEMANDA | ACEPTACIÓN DE LA COMPETENCIA (%) | DEMANDA PROYECTADA |
| 2018          | 29.580  | 0.2775%                          | 8.208              |

Elaborado: Paulina Espinoza

Fuente: Investigación Propia

#### Análisis:

La oferta actual permite evaluar la cantidad de servicios en este caso; que se va a ofrecer al mercado, para lo cual en el año 2018 tiene una cantidad de \$ 8.208.

### 3.02.03 Oferta Proyectada

“Se basa en verificar la cantidad de bienes y servicios que se ha ofrecido y se están ofreciendo y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precio y calidad en que se realiza dicha oferta”. (Miranda, 2009, pág. 102)

Tabla 29, Proyección Oferta

**PROYECCIÓN DE OFERTA**

| <b>AÑO</b>  | <b>DEMANDA</b> | <b>ACEPTACIÓN DE LA COMPETENCIA (%)</b> | <b>OFERTA PROYECTADA</b> |
|-------------|----------------|---|--------------------------|
| <b>2019</b> | 30.408         | 0,2775                                  | <b>8.438</b>             |
| <b>2020</b> | 30.986         | 0,2775                                  | <b>8.599</b>             |
| <b>2021</b> | 31.575         | 0,2775                                  | <b>8.762</b>             |
| <b>2022</b> | 32.174         | 0,2775                                  | <b>8.928</b>             |
| <b>2023</b> | 32.786         | 0,2775                                  | <b>9.098</b>             |

Elaborado: Paulina Espinoza

Fuente: Investigación Propia

**Análisis:**

La oferta proyectada indica las proyecciones que se obtendrá por parte de la oferta en el transcurso de cinco años, obteniendo un valor de \$ 9.098 para el año 2023, por lo tanto, aquellos valores hacen referencia al servicio que se va a ofrecer al mercado en el lapso de los cinco años transcurridos.

**3.02.03.01 Productos sustitutos**

“Son aquellos que cumplen la misma función para el mismo grupo de consumidores, pero se basan en una tecnología diferente”. (Camino, 2007, pág. 244)

Tabla 30, Servicios Sustitutos

| Servicio     | N°  |
|--------------|-----|
| Tazas        | 250 |
| Rompecabezas | 50  |
| Tomatodos    | 87  |
| Cojines      | 70  |

Elaborado: Paulina Espinoza

Fuente: Investigación Propia

### Análisis:

En la tabla anterior de productos sustitutos, los datos se cogieron de la Empresa Grupo EDZU, la misma que se dedica a hacer este tipo de servicios que sustituyen a la foto roca, estos datos se cogieron exactamente del año 2017 los mismos que se vendieron en esta totalidad el año anterior tal y como están reflejados en la tabla anterior.

### 3.04 Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Urbina, 2010, pág. 15)

### 3.04.01 Demanda Histórica

La demanda histórica se puede analizar a partir de datos estadísticos de los bienes y servicios que se han puesto a disposición de la comunidad. El objeto de análisis histórico de la demanda es tener una idea aproximada de su evolución con el fin de tener un elemento de juicio serio para pronosticar su comportamiento futuro con algún grado de certidumbre. (Rojas, 2009, pág. 12).

### 3.04.02 Demanda Actual

La demanda debe identificar a los competidores actuales, su capacidad de influencia sobre la demanda global y su previsible evolución en el futuro. La entrada de nuevos competidores siempre presupone una pérdida de cuota de mercado de las restantes empresas, aunque en ocasiones sirve para incrementar la demanda global, lo que puede beneficiar a las empresas en conjunto. (Rojas, 2009, pág. 12)

Tabla 31, Demanda Actual

#### DEMANDA ACTUAL

| AÑO  | DEMANDA | TASA<br>CRECIMIENTO<br>POBLACIONAL | DEMANDA<br>PROYECTADA |
|------|---------|------------------------------------|-----------------------|
| 2018 | 29.580  | 1                                  | 29.580                |

Elaborado: Paulina Espinoza  
Fuente: Investigación Propia

#### Análisis:

La demanda actual será de 29.580 tomando en cuenta que la tasa de crecimiento poblacional es 1 por ser el primer año de la microempresa, dando un total de 29.580 mismo.

### 3.04.03 Demanda Proyectada

Para proyectar la demanda se debe utilizar uno de los tres métodos de proyección de consumo aparente, con la finalidad de estimar datos de la demanda a futuro. El método de proyección de consumo aparente más recomendable es el por número de habitantes o clientes, ya que guarda relación con una de sus determinantes, como lo es el Número de demandantes. (Zambrana, 2012, pág. 18)

Tabla 32, Demanda Proyectada

| PROYECCIÓN DE DEMANDA |         |                                 |                    |
|-----------------------|---------|---------------------------------|--------------------|
| AÑO                   | DEMANDA | TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL | DEMANDA PROYECTADA |
| 2019                  | 29.580  | 2,80%                           | 30.408             |
| 2020                  | 30.408  | 1,90%                           | 30.986             |
| 2021                  | 30.986  | 1,90%                           | 21.575             |
| 2022                  | 31.575  | 1,90%                           | 21.174             |
| 2023                  | 32.174  | 1,90%                           | 32.786             |

Elaborado: Paulina Espinoza

Fuente: Investigación Propia

#### Análisis:

En la tabla anterior se observa que la demanda proyectada con un porcentaje del 2,80% de crecimiento poblacional hasta el 2019, y con una demanda de 30.408; pero sin embargo a partir del año 2020 la tasa de crecimiento no variará por lo tanto su porcentaje es del 1,90% de crecimiento poblacional y obteniendo así una demanda para el año 2023 32.786.

### 3.05 Balance Oferta-Demanda

Después de que ya se ha obtenido la demanda y la oferta, se debe establecer la demanda insatisfecha que existe en el mercado, la cual se obtiene restando la demanda menos la oferta.

### 3.05.01 Balance Actual

Tabla 33, Balance Actual

| <b>CÁLCULO DEMANDA INSATISFECHA</b> |                               |                              |   |
|-------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|---|
| <b>AÑO</b>                          | <b>DEMANDA<br/>PROYECTADA</b> | <b>OFERTA<br/>PROYECTADA</b> | <b>DEMANDA<br/>INSATISFECHA<br/>(DP.OP)</b> |
| <b>2018</b>                         | 29.579                        | 8.208                        | <b>21.371</b>                               |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

#### **Análisis:**

La demanda insatisfecha del presente proyecto es de 27.371, lo cual es una oportunidad significativa de posicionamiento en el mercado.

### 3.05.02 Balance Projectado

Tabla 34, Balance Projectado

| <b>CÁLCULO DEMANDA INSATISFECHA</b> |                               |                              |  |
|-------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|--|
| <b>AÑO</b>                          | <b>DEMANDA<br/>PROYECTADA</b> | <b>OFERTA<br/>PROYECTADA</b> | <b>DEMANDA<br/>INSATISFECHA (DP-<br/>OP)</b> |
| <b>2019</b>                         | 30.408                        | 8.438                        | <b>21.969</b>                                |
| <b>2020</b>                         | 30.985                        | 8.598                        | <b>22.387</b>                                |
| <b>2021</b>                         | 32.574                        | 8.761                        | <b>22.812</b>                                |
| <b>2022</b>                         | 32.174                        | 8.928                        | <b>23.246</b>                                |
| <b>2023</b>                         | 32.785                        | 9.098                        | <b>23.687</b>                                |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Paulina Espinoza

---

**Análisis:**

Los resultados obtenidos después de haber desarrollado la tabla del Balance Proyectado, señalan que existe un valor notable sobre la demanda insatisfecha al transcurrir los años hasta el 2023, brindando al proyecto la oportunidad de ingresar en el mercado y ser aceptado con absoluta complacencia por parte de los clientes.

## CAPÍTULO IV

### 4.0 Estudio Técnico

“Es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.” (Urbina, 2010, pág. 7)

#### 4.01 Tamaño Del Proyecto

El tamaño depende de la magnitud, la naturaleza y el tipo de proyecto que se está formulando, pues cada proyecto tiene características que, al final, limitarán su tamaño. Entre otros factores que pueden influir en el tamaño del proyecto, se encuentran las determinantes como la demanda e insumos y los condicionantes como la tecnología, la localización, el financiamiento, los recursos humanos y la capacidad empresarial. (Picado, 2007, pág. 117)

##### 4.01.01 Capacidad Instalada

“Es el nivel máximo de producción o de prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria y equipos e infraestructura disponible pueden generar”. (Meza, 2013, pág. 26)

*Tabla 35, Capacidad Instalada*

|  |           |
|--|-----------|
| <b>TRABAJADORES</b>                      | 1         |
| <b>CAPACIDAD DE SERVICIO<br/>DIARIO</b>  | 17        |
| <b>CAPACIDAD DE SERVICIO<br/>MENSUAL</b> | 340       |
| <b>CAPACIDAD DE SERVICIO<br/>ANUAL</b>   | 4080      |
| <b>PRECIO</b>                            | 15,00     |
| <b>TOTAL</b>                             | 61.200,00 |

*Elaborado por: Paulina Espinoza*

*Fuente: investigación Propia*

### **Análisis:**

Según la tabla anterior arroja un dato de que, si se promedia la cantidad de fotos que son 17 por día y es un trabajador, a un precio de \$15,00, da un dato de capacidad de servicio diaria de 17, mensual de 340, anual de 4080 lo cual da un total de 61200, lo cual está bien para la microempresa.

#### **4.01.02 Capacidad Óptima**

“Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción”. (Meza, 2013, pág. 25).

Tabla 36, Capacidad Óptima

|                                      |           |
|--------------------------------------|-----------|
| <b>TRABAJADORES</b>                  | 1         |
| <b>CAPACIDAD DE SERVICIO DIARIA</b>  | 17        |
| <b>CAPACIDAD DE SERVICIO MENSUAL</b> | 340       |
| <b>CAPACIDAD DE SERVICIO ANUAL</b>   | 4080      |
| <b>% DE ACEPTACIÓN</b>               | 0,9738    |
| <b>TOTAL</b>                         | 3973,104  |
| <b>% DE FRECUENCIA</b>               | 0,5262    |
|                                      | 2090,65   |
| <b>PRECIO</b>                        | 15,00     |
| <b>TOTAL</b>                         | 31.359,71 |

Elaborado por: Paulina Espinoza

Fuente: Investigación Propia

### **Análisis:**

Según la tabla anterior arroja un resultado de que la capacidad optima será de 17 sublimaciones al día, las mismas que haciendo cálculos al mes y año con el porcentaje de aceptación del producto y al precio del mismo que será de \$15, arroja un total de 31,359.71.

## 4.02 Localización

“Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social).”

(Urbina, 2010, pág. 86)

### 4.2.01 Macro Localización

La macro localización tiene en cuenta aspecto social y nacional, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto. (Meza, 2013, pág. 24)

Tabla 37, Macro localización

| Macro Localización |  |
|--------------------|--|
| <b>País</b>        | <b>Ecuador</b>                               |
| <b>Provincia</b>   | <b>Pichincha</b>                             |
| <b>Cantón</b>      | <b>Quito</b>                                 |
| <b>Parroquia</b>   | <b>Carcelén</b>                              |
| <b>Sector</b>      | <b>Av. Jaime Roldós Aguilera y calle E1C</b> |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paulina Espinoza



Figura 38, Macro localización-Mapa de Quito

Elaborado por: Paulina Espinoza

Fuente: Google Maps

#### 4.02.02 Micro Localización

“Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad”. (Meza, 2013, pág. 25)



Figura 39, Micro Localización- Carcelén  
 Elaborado por: Paulina Espinoza  
 Fuente: Google Maps

#### 4.02.03 Localización Óptima

Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

(Urbina, 2010, pág. 86)

Tabla 38, Localización Óptima

| Factores de localización | Ponderación | Carcelén     |                        | Carapungo    |                        | Calderón     |                        |
|--------------------------|-------------|--------------|------------------------|--------------|------------------------|--------------|------------------------|
|                          |             | Calificación | Calificación ponderada | Calificación | Calificación ponderada | Calificación | Calificación ponderada |
| Transporte               | 0,20        | 8            | 1,60                   | 7            | 1,40                   | 7            | 1,40                   |
| Arriendo                 | 0,20        | 8            | 1,60                   | 8            | 1,60                   | 8            | 1,60                   |
| Accesibilidad            | 0,10        | 9            | 0,90                   | 8            | 0,80                   | 8            | 0,80                   |
| Competidores             | 0,15        | 7            | 1,05                   | 7            | 1,05                   | 6            | 0,90                   |
| Infraestructura          | 0,10        | 9            | 0,90                   | 8            | 0,80                   | 6            | 0,60                   |
| Seguridad                | 0,10        | 9            | 0,90                   | 8            | 0,80                   | 7            | 0,70                   |
| Servicios Básicos        | 0,15        | 8            | 1,20                   | 8            | 1,20                   | 8            | 1,20                   |
| <b>TOTAL</b>             | 1           |              | 8,15                   |              | 7,65                   |              | 7,20                   |

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Paulina Espinoza

### Análisis:

Poniendo a comparación los tres lugares estimados, ya que la microempresa se va a situar en Carcelén, según datos es un lugar propenso a tener clientela ya que todos los factores importantes a la hora de establecer la localización óptima son muy allegados al lugar mientras que en Carapungo y Calderón existen ciertas falencias las cuales hacen acreedor a Carcelén como el lugar más adecuado para implementar la microempresa.

### 4.03 INGENIERÍA DEL PRODUCTO

“Un mismo producto puede producirse de muchas maneras diferentes, desde el extremo de un proceso manual hasta otro totalmente automatizado”. (Meza, 2013, pág. 26)

#### 4.03.01 Definición del bien

“Es cualquier cosa que se puede ofrecer en el mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que pudiere satisfacer una necesidad”. (Philip Kotler, 2013, pág. 278)

#### 4.03.02 Distribución de la planta

Tabla 39, Distribución de la Planta

| Área                | Medidas                                  | Total, Dimensiones         |
|---------------------|--|----------------------------|
| Área Administrativa | 5m <sup>2</sup> x2 m <sup>2</sup>        | 10m <sup>2</sup>           |
| Recepción           | 4 m <sup>2</sup> X2 m <sup>2</sup>       | 8 m <sup>2</sup>           |
| Área del servicio   | 3m <sup>2</sup> X4 m <sup>2</sup>        | 12 m <sup>2</sup>          |
| Área Ventas         | 5m <sup>2</sup> x2 m <sup>2</sup>        | 10 m <sup>2</sup>          |
| Baño                | 1,44 m <sup>2</sup> x1,44 m <sup>2</sup> | 2,07 m <sup>2</sup>        |
| Parqueadero         | 12.5m <sup>2</sup> x2m <sup>2</sup>      | 25 m <sup>2</sup>          |
| <b>Total</b>        |  | <b>67,07 m<sup>2</sup></b> |

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Paulina Espinoza

#### 4.03.02.01 Código De Cercanía

Tabla 40, Código de Cercanía

| Numero | Código de cercanía         |
|--------|----------------------------|
| 1      | Por proceso                |
| 2      | Por gestión administrativa |
| 3      | Ruido                      |
| 4      | Precaución                 |
| 5      | Higiene                    |

Fuente: Baca Urbina

Elaborado: Paulina Espinoza

#### 4.03.02.02 Razones De Cercanías

Tabla 41, Razones de Cercanía

| Letra | Razones de cercanía           |
|-------|-------------------------------|
| A     | Absolutamente necesario       |
| E     | Especialmente importante      |
| I     | Importante                    |
| O     | Ordinario y normal            |
| U     | Sin importancia (Unimportant) |
| X     | Indeseable                    |
| XX    | Muy indeseable                |

Fuente: Baca Urbina

Elaborado: Paulina Espinoza

#### 4.03.02.03 Matriz Triangular

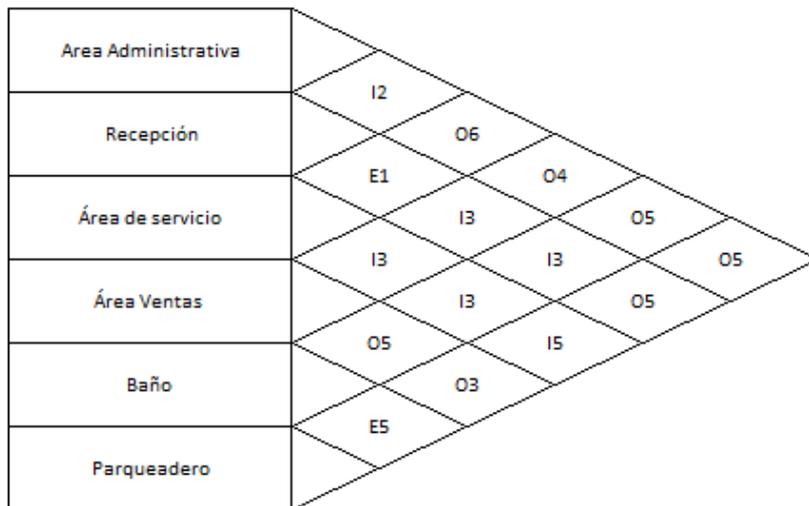


Figura 40, Matriz Triangular  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Paulina Espinoza

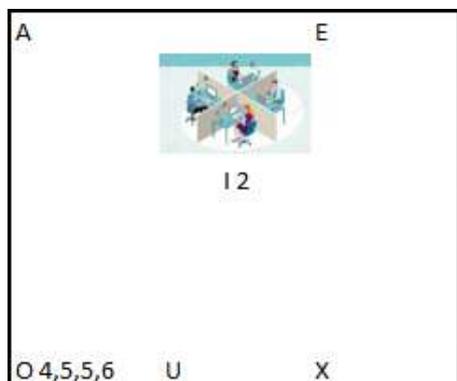
#### 4.03.02.04 Distribución de la planta



Figura 41, Plano  
Elaborado por: Paulina Espinoza  
Fuente: Investigación propia

## Tabulación de la Matriz Triangular

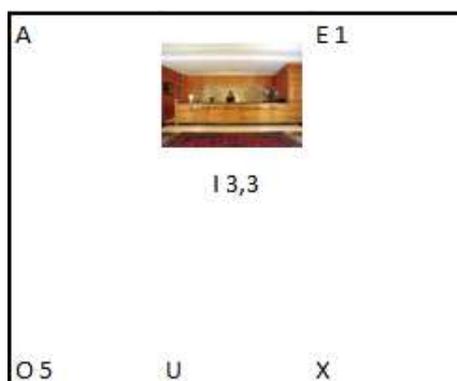
### Área Administrativa



#### Análisis:

En el área administrativa considerando de sus razones y códigos de cercanía por procesos y gestión misma se ha considerado que desde allí se llevara a cabo el control con la recepción y el área para que fluyan los procesos con las demás áreas.

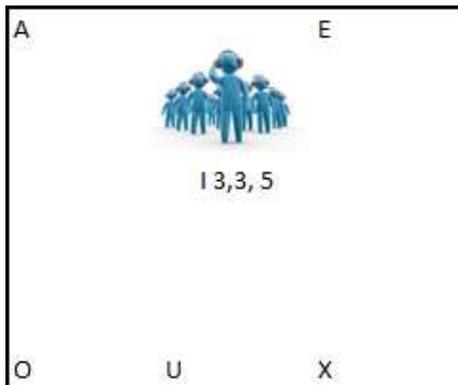
### Recepción



#### Análisis:

De acuerdo con el gráfico anterior se puede observar que según sus factores y códigos de cercanía la recepción se maneja directamente con el área administrativa y de allí pasara por el área de ventas y servicio para llevar a cabo las actividades.

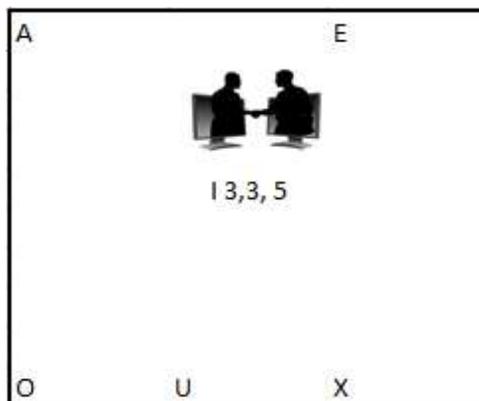
### Área de Servicio



### Análisis:

En esta área se manejará con la recepción ya que será la encargada de que emita a esta área sus actividades para el día de trabajo.

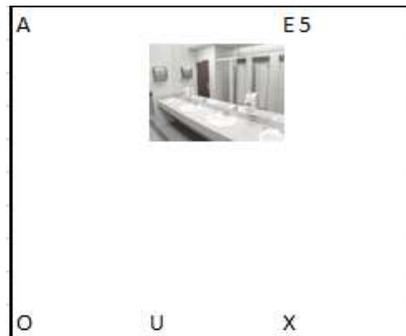
### Área de Ventas



### Análisis:

En el área de ventas en cambio se trabajará directamente con el área administrativa ya que debe dar todos los seguimientos en cuanto a las ventas.

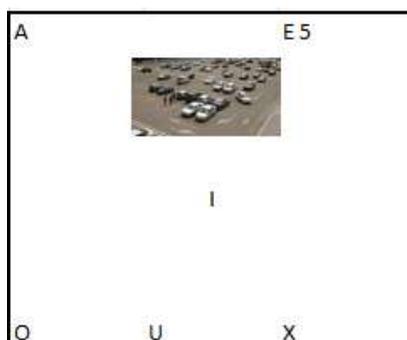
### Baños



### Análisis:

En esta área solo servirá para los servicios higiénicos de las personas que conformen la planta de la microempresa, lo cual no trabajará con ninguna área en especial.

### Parqueadero



### Análisis:

En esta área de igual manera solo servirá para que terceras personas estacionen sus vehículos en ella ya sean clientes, proveedores, colaboradores las mismas que ayudaran al crecimiento y ejecución de los servicios de la microempresa.

#### 4.03.03 Proceso Productivo

El proceso productivo es la transformación de los factores productivos en productos terminados mediante la aplicación de procedimientos tecnológicos. (Leicega, Carrillo, & Hernandez, 2008, pág. 28)

#### Flujograma de actividades

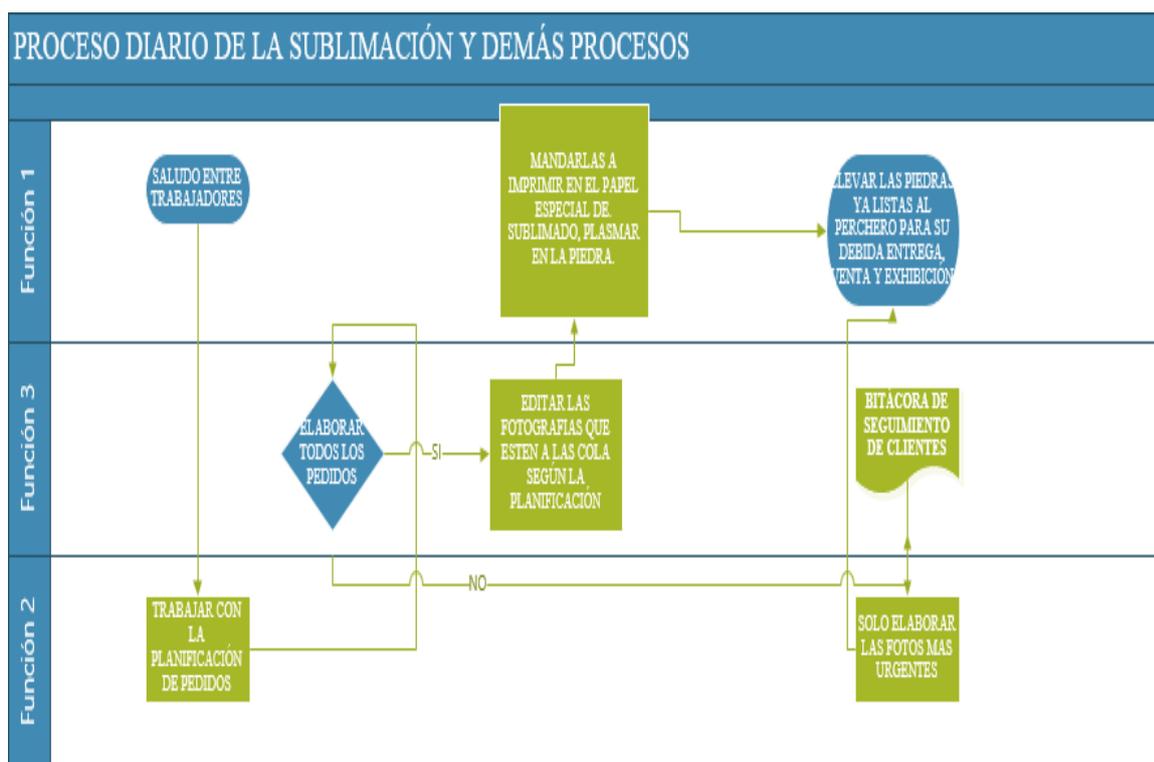


Figura 42, Flujograma de procesos

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Paulina Espinoza

Tabla 42, Descripción proceso productivo

| Área   | Descripción De Las Actividades   | Tiempo                |
|--|--|-----------------------|
| <b>Recepción pedida</b>                              | Al momento que se recibe el pedido es ingresado a la planificación de la producción del servicio.  | 15 minutos            |
| <b>Secado de la roca</b>                             | Aquí se quita la humedad de la roca ya que por presentación de la misma viene así  | 15 minutos            |
| <b>Editado de la fotografía</b>                      | Al momento de ya estar en la planificación se procede a la edición de la foto con detalles según especificaciones del cliente.   | 1 hora                |
| <b>Impresión en el papel especial de sublimación</b> | Después de que ya se a aprobado los detalles de la fotografía se procede a imprimirlo en la base que es el papel especial de sublimación   | 15 minutos            |
| <b>Plasme de la fotografía en la roca volcánica</b>  | En este proceso se usa la máquina de sublimación la cual la roca debe estar debidamente seca y ya expuesta para plasmar la fotografía, dejar que actúe y retirar la piedra de la máquina y los excesos de papel del borde de la misma. | 30 minutos            |
| <b>TOTAL</b>   |  | 2 horas y 15 minutos. |

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Paulina Espinoza

#### 4.03.04 Maquinaria Y Equipo

Conjunto de máquinas o bienes de equipo mediante los cuales se realizan la extracción o elaboración de los productos. También figuran aquellos elementos de transporte interno que se destinen a los traslados del personal, animales, materiales y mercaderías entro de factorías, talleres, etc., sin salir al exterior. (Margarita, 2009, pág. 73)

Tabla 43, Maquinaria y Equipo

| Descripción                | Cantidad | Valor Unitario | Total      |
|----------------------------|----------|----------------|------------|
| <b>Maquina Sublimadora</b> | 1        | 350            | 350        |
| <b>Total</b>               |          |                | <b>350</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Paulina Espinoza

Tabla 44, Muebles y Enseres

| Descripción        | Cantidad | Valor Unitario | Total       |
|--------------------|----------|----------------|-------------|
| <b>Percha</b>      | 2        | 165            | 330         |
| <b>Escritorios</b> | 3        | 120            | 360         |
| <b>Mesas</b>       | 2        | 100            | 200         |
| <b>Archivador</b>  | 3        | 90             | 270         |
| <b>Sillas</b>      | 5        | 35             | 175         |
| <b>Total</b>       |          |                | <b>1335</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Paulina Espinoza

Tabla 45, Equipo de computación

| Descripción         | Cantidad | Valor Unitario | Total       |
|---------------------|----------|----------------|-------------|
| <b>Computadores</b> | 3        | 500            | 1500        |
| <b>Impresoras</b>   | 2        | 130            | 260         |
| <b>Total</b>        |          |                | <b>1760</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Paulina Espinoza

*Tabla 46, Equipo de oficina*

| <b>Descripción</b>  | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total</b> |
|---------------------|-----------------|-----------------------|--------------|
| <b>Papelera</b>     | 2               | 15                    | 30           |
| <b>Grapadora</b>    | 2               | 2,50                  | 5            |
| <b>Calculadoras</b> | 3               | 3,50                  | 10.50        |
| <b>Perforadora</b>  | 3               | 2,50                  | 7,50         |
| <b>Teléfonos</b>    | 2               | 25                    | 50           |
| <b>Total</b>        |                 |                       | <b>103</b>   |

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado: Paulina Espinoza*

*Tabla 47, Resumen de Maquinaria y equipo*

| <b>Maquinarias y Equipos</b> | <b>Totales</b> |
|------------------------------|----------------|
| <b>Maquinaria y Equipo</b>   | 350            |
| <b>Muebles y Enseres</b>     | 1335           |
| <b>Equipo de Computación</b> | 1760           |
| <b>Equipo de Oficina</b>     | 103            |
| <b>Total</b>                 | <b>3548</b>    |

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado: Paulina Espinoza*

### **Análisis:**

En la tabla anterior se puede apreciar el resumen en cuanto a maquinaria, equipos y suministros los cuales se va a utilizar en el presente proyecto, teniendo un costo de \$3.548 para iniciar las actividades productivas.

## **CAPÍTULO V**

### **5.0 Estudio financiero**

“El objetivo de este apartado es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto”. (Fernandez, 2007, pág. 45)

#### **5.01 Ingresos**

“Son los valores que recibe una empresa por la venta de bienes o servicios”.  
(Mendoza Roca & Ortiz Tovar, 2016, pág. 85)

##### **5.01.01 Ingresos Operacionales**

“Entrada bruta de beneficios económicos durante el periodo de las actividades ordinarias de una entidad”. (Mendoza Roca & Ortiz Tovar, 2016, pág. 85)

Tabla 48, Ingresos Operacionales

| Ingresos Operacionales |             |              |               |             |              |               |              |              |               |              |              |               |              |              |               |
|------------------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|
|                        | Año 1       |              |               | Año 2       |              |               | Año 3        |              |               | Año 4        |              |               | Año 5        |              |               |
| Fotografías            | Q           | Precio       | Total         | Q           | Precio       | Total         | Q            | Precio       | Total         | Q            | Precio       | Total         | Q            | Precio       | Total         |
| Sublimadas             | Ingresos    |              |               | Ingresos    |              |               | Ingresos     |              |               | Ingresos     |              |               | Ingresos     |              |               |
| Lunes a                | 2091        | 15,00        | 31.360        | 2149        | 15,03        | 32.299        | 2.200        | 15,06        | 33.266        | 2.271        | 15,09        | 34.263        | 2.335        | 15,11        | 35.289        |
| viernes                |             |              |               |             |              |               |              |              |               |              |              |               |              |              |               |
| <b>Total</b>           | <b>2091</b> | <b>15,00</b> | <b>31.360</b> | <b>2149</b> | <b>15,03</b> | <b>32.299</b> | <b>2.200</b> | <b>15,06</b> | <b>33.266</b> | <b>2.271</b> | <b>15,09</b> | <b>34.263</b> | <b>2.335</b> | <b>15,11</b> | <b>35.289</b> |

Elaborado por: Paulina Espinoza

Fuente: Estudio Financiero

### Análisis:

En la tabla N° 48 se puede apreciar los ingresos de los primeros años que se tendrá en la microempresa los cuales son bastante aceptables.

#### 5.01.02 Ingresos no Operacionales

“Los ingresos no operacionales u otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio, proviene de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma”. (Guzmán, 2004, pág. 112)

#### 5.02 Gastos

“Son desembolsos necesarios para generar los ingresos”. (Mendoza Roca & Ortiz Tovar, 2016, pág. 85)

### 5.02.01 Gastos Administrativos

“Son las unidades de medida determinadas para las actividades operativas más significativas realizadas durante el periodo productivo”. (Flórez, 2010, pág. 95)

*Tabla 49, Gastos Administrativos*

| Descripción                               | Cantidad | Valor    | TOTAL           | TOTAL            |
|---|----------|----------|-----------------|------------------|
|   |          | Unitario | MENSUAL         | ANUAL            |
| <b>Sueldo Personal Administración</b>     | 1        | 1.721,52 | 1.721,52        | 20.658,19        |
| <b>Suministros de Oficina</b>             | 1        | 13,18    | 13,18           | 158,10           |
| <b>Arriendos</b>                          | 1        | 250,00   | 250,00          | 3.000,00         |
| <b>Suministros de Limpieza</b>            | 1        | 15,75    | 15,75           | 189,00           |
| <b>Agua Potable</b>                       | 1        | 20,00    | 20,00           | 240,00           |
| <b>Luz Eléctrica</b>                      | 1        | 50,00    | 50,00           | 600,00           |
| <b>Teléfono</b>                           | 1        | 15,00    | 15,00           | 180,00           |
| <b>Internet</b>                           | 1        | 15,00    | 15,00           | 180,00           |
| <b>Honorarios Profesionales(Contador)</b> | 1        | 120,00   | 120,00          | 1.440,00         |
| <b>TOTAL</b>                              |          |          | <b>2.220,44</b> | <b>26.645,29</b> |

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Paulina Espinoza*

#### **Análisis:**

En la tabla N° 49 se requiere 26.645,26 por gastos administrativos en la cual se aprecia en la tabla mencionada. Anteriormente.

### 5.02.02 Gastos de Ventas

“Son los egresos relacionados que se efectúan para incrementar los ingresos, por ejemplo, publicidad, etc.”. (Cuevas, 2010, pág. 37)

Tabla 50, Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS

| Descripción                       | Cantidad | Valor Unitario | Valor         | TOTAL         |
|-----------------------------------|----------|----------------|---------------|---------------|
|                                   |          |                | MENSUAL       | ANUAL         |
| Página Web                        | 1        | 120            | 10,00         | 120,00        |
| Volantes (trípticos y dípticos)   | 200      | 0,10           | 20,00         | 240,00        |
| Manillas de tela (logo sublimado) | 100      | 0,12           | 120,00        | 120,00        |
| <b>TOTAL</b>                      |          |                | <b>150,00</b> | <b>480,00</b> |

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Paulina Espinoza

**Análisis:**

En la tabla N° 51 se presenta lo que se requerirá para cubrir los gastos de ventas, apreciados en la tabla mencionada con anterioridad.

**5.02.03 Gastos Financieros**

“Son los egresos relacionados con las transacciones financieras, por ejemplo, el pago de intereses de un préstamo bancario”. (Cuevas, 2010, pág. 37)

Tabla 51, Gastos Financieros

| <b>GASTOS FINANCIEROS</b> |      |          |         |
|---------------------------|------|----------|---------|
| Inversión                 | 100% | 6.783,44 |         |
| Cap. Propio               | 60%  | 4.053,00 |         |
| Financiamiento            | 40%  | 2.730,44 |         |
| Plazo                     |      | 24       | MESES   |
| Interés                   |      | 26,91%   | 1,12%   |
| Pagos                     |      |          | MENSUAL |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paulina Espinoza

#### **Análisis:**

En la tabla de N°52 el gasto financiero muestra el porcentaje de interés que se cobrará el Banco Pichincha que es del 26,91%; con la que se trabajará para la implementación del presente proyecto, ya que dicho préstamo solicitado tendrá un periodo de 24 meses.

#### **5.02.04 Costos Fijos**

“Son aquellos que se mantienen constantes en su monto total, independientemente de los cambios en el nivel de actividad”. (Villegas, 2013, pág. 40)

Tabla 52, Costos Fijos

### COSTOS FIJOS

| Descripción                         | Año Actual       | Año 2            | Año 3            | Año 4            | Año 5            |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Sueldo Personal Administración      | 20.658,19        | 20.697,44        | 20.736,76        | 20.776,16        | 20.815,64        |
| Arriendos                           | 3.000,00         | 3.005,70         | 3.011,41         | 3.017,13         | 3.022,87         |
| Honorarios Profesionales (Contador) | 1.440,00         | 1.442,74         | 1.445,48         | 1.448,22         | 1.450,98         |
| Internet                            | 180              | 180,34           | 180,68           | 181,03           | 181,37           |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>25.278,19</b> | <b>25.326,21</b> | <b>25.374,33</b> | <b>25.422,55</b> | <b>25.470,85</b> |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paulina Espinoza

#### **Análisis:**

En la tabla N° 53 se muestra lo que se tendrá en cuanto a los costos fijos de la micro pyme los mismos que son sueldos del personal, honorarios y arriendos del local donde se ejecutará la microempresa, y que están proyectados a los cinco primeros años de vida de la empresa

#### **5.02.05 Costos Variables**

“Son los gastos incurridos por concepto de materia prima, mano de obra, etc ; que sean inequívocamente identificables con el producto o servicio que se está evaluando”. (Bonta & Farber , 2010, pág. 65)

Tabla 53, Costos Variables

| <b>COSTOS VARIABLES</b> |                   |                 |                 |                 |                 |
|-------------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Descripción</b>      | <b>Año Actual</b> | <b>Año 2</b>    | <b>Año 3</b>    | <b>Año 4</b>    | <b>Año 5</b>    |
| Suministros se Oficina  | 158,10            | 158,40          | 158,70          | 159,00          | 159,30          |
| Suministros se Limpieza | 189,00            | 189,36          | 189,72          | 190,08          | 190,44          |
| Agua Potable            | 240,00            | 240,46          | 240,91          | 241,37          | 241,83          |
| Luz Eléctrica           | 600,00            | 601,14          | 602,28          | 603,43          | 604,57          |
| Teléfono                | 180,00            | 180,34          | 180,68          | 181,03          | 181,37          |
| <b>TOTAL</b>            | <b>1.367,10</b>   | <b>1.369,70</b> | <b>1.372,30</b> | <b>1.374,91</b> | <b>1.377,52</b> |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paulina Espinoza

### **Análisis:**

En la tabla N° 54 se expresa lo que se efectuara en cuanto a los costos variables de la micro pyme los cuales que están proyectados a 5 años.

### **5.03 Inversiones**

Se deben describir y especificar en detalle las construcciones o remodelaciones necesarias para la puesta en marcha del proceso de producción. Se deben incluir las obras de infraestructura, que sean necesarias para la operación del proyecto. Como por ejemplo accesos, plantas de tratamiento, parqueos, etc. Además, se deben describir y especificar las cantidades y tipos de maquinaria, equipo y mobiliario, así como su vida útil y tablas de depreciación. (Fernandez, 2007, pág. 44)

#### **5.03.01 Inversión Fija**

“Es también conocida como la formación bruta de capital fijo. La palabra fijo se usa para destacar que contrariamente de los inventarios, estos bienes estarán fijos en la economía durante un tiempo largo y se usaran para hacer nuevos bienes”.

(Rebeco, 2007, pág. 18)

Tabla 54, Inversión Fija

| INVERSIÓN FIJA         |                  |       |                  |       |                 |
|------------------------|------------------|-------|------------------|-------|-----------------|
| Descripción            | Año Base         | Año 2 | Año 3            | Año 4 | Año 5           |
| Muebles y Enseres      | -1.335,00        |       |                  |       | 667,50          |
| Equipos de Oficina     | -103,00          |       |                  |       | 51,50           |
| Equipos de Computación | -1.760,00        |       | -1.760,00        |       | 586,67          |
| <b>TOTAL</b>           | <b>-3.198,00</b> |       | <b>-1.760,00</b> |       | <b>1.305,67</b> |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paulina Espinoza

**Análisis:**

En la tabla N° 54 arroja los equipos los cuales son de inversión fija los que se tendrá en los primeros años de vida del proyecto.

**5.03.02 Activos Fijos**

“Activos permanentes que típicamente son necesarios para llevar a cabo el giro habitual de una empresa. Están constituidos generalmente por maquinaria, edificios, terrenos, etc. Son bienes físicos duraderos empleados en la producción de mercancía y en la prestación de servicios”. (Jimenez L. , 2010, pág. 36)

Tabla 55, Activos Fijos

| Activos Fijos         | Totales         |
|-----------------------|-----------------|
| Muebles y Enseres     | 1335,00         |
| Equipo de Computación | 1760,00         |
| Equipo de Oficina     | 103,00          |
| <b>Total</b>          | <b>3.198,00</b> |

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Paulina Espinoza

**Análisis:**

En la tabla N°56 para los activos fijos se requiere 3.198,00 para empezar las actividades de la microempresa, los mismos que se presentan en la tabla antes mencionada, esto en costo inicial de los equipos.

**5.03.01 Activos Nominales (diferidos)**

“Constituye una parte de los gastos que es aplicable a ejercicios o periodos posteriores a la fecha de un balance general. Se les conoce como cargos diferidos”.

(Jimenez P. , 2014, pág. 36)

*Tabla 56, Activos Nominales*

| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>           | <b>VALOR</b>    |
|------------------------------------|-----------------|
| Gasto de Constitución              | 250,00          |
| Estudio de Factibilidad            | 815,00          |
| <b>Total, de Activos Diferidos</b> | <b>1.065,00</b> |

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Paulina Espinoza*

**Análisis:**

En la tabla N° 57 se presentan los activos nominales de la micro pyme, los cuales para los mismos se requiere 1.065,00 para cubrirlos de factibilidad que da un total de 1065.

Tabla 57, Amortización Activos Diferidos

| Descripción              | Año 0    | Vida<br>Útil | Año 1  | Año 2  | Año 3  | Año 4  | Año 5  |
|--------------------------|----------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>Activos Diferidos</b> | 1.065,00 | 213,00       | 213,00 | 213,00 | 213,00 | 213,00 | 213,00 |

*Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Paulina Espinoza*

### **Análisis:**

En la tabla N° 57 se da a conocer la amortización que se efectuará de los activos nominales anteriormente mencionados con una vida útil de \$1.605,00 y el mismo que al amortizar a cinco años en cada período de este será de \$213,00.

### **5.03.02 Capital de Trabajo**

“El capital de trabajo llamado a veces capital de trabajo bruto, designa simplemente el activo circulante que se destina a las operaciones”. (Brigham, 2007, pág. 521)

Tabla 58, Capital de Trabajo

| Descripción                                    | 1 Mes           | 2 Mes           | 3 Mes           | Total           |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Capital Trabajo<br>Gastos de<br>Administración | 2.220,44        | 2.220,44        | 2.220,44        | 6.661,32        |
| Capital Trabajo<br>Gastos de Ventas            | 150,00          | 150,00          | 150,00          | 450,00          |
| Capital Trabajo<br>Gasto Interés               | 30,62           | 29,50           | 28,36           | 88,48           |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>2.401,06</b> | <b>2.399,94</b> | <b>2.398,81</b> | <b>7.199,80</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado: Paulina Espinoza

### Análisis:

En la tabla N° 59 expresa que para el capital de trabajo se necesita un total de 7.199,80 esto a tres meses para empezar ya las actividades comerciales y productivas del presente proyecto.

### 5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

Las proyecciones financieras del proyecto se consolidan en un cuadro llamado de fuentes y usos de fondos o de origen y destino de los recursos financieros, en ese cuadro e presenta año a año, por un lado, los fondos externos o internos de la empresa que con ella se han de financiar desglosados por sus orígenes o fuentes clasificados según los destinos a que corresponde. (ILPES I. L., 2011, pág. 209)

Tabla 59, Cuadro de Inversiones- Fuentes y Usos

| <b>TABLA DE USOS Y FUENTES DE LA INVERSIONES</b> |                      |                         |                             |
|--|----------------------|-------------------------|-----------------------------|
| <b>CONCEPTO</b>                                  | <b>USO DE FONDOS</b> | <b>RECURSOS PROPIOS</b> | <b>RECURSOS FINANCIADOS</b> |
| <b>INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS</b>              |                      |                         |                             |
| Equipo de Computación                            | 1.760,00             | 700,00                  | 1.060,00                    |
| Equipo de Oficina                                | 103,00               | 103,00                  | 0,00                        |
| Muebles y Enseres                                | 1.335,00             | 1.335,00                | 0,00                        |
| <b>TOTAL, DE ACTIVOS FIJOS</b>                   | <b>3.198,00</b>      | <b>2.138,00</b>         | <b>1.060,00</b>             |
| <b>Activos diferidos</b>                         |                      |                         |                             |
| Gasto de Constitución                            | 250,00               | 0,00                    | 250,00                      |
| Estudio de Factibilidad                          | 815,00               | 815,00                  | 0,00                        |
| <b>TOTAL, DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>               | <b>1.065,00</b>      | <b>1.065,00</b>         | <b>250,00</b>               |
| <b>Capital de trabajo</b>                        |                      |                         |                             |
| Gastos de Administración                         | 2.220,44             | 800,00                  | 1.420,44                    |
| Gasto de Ventas                                  | 150,00               | 150,00                  | 0,00                        |
| Gastos Financieros                               | 150,00               | 150,00                  | 0,00                        |
| <b>TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO</b>                 | <b>2.520,44</b>      | <b>1.100,00</b>         | <b>1.420,44</b>             |
| <b>TOTAL, DE INVERSIÓN</b>                       | <b>6.783,44</b>      | <b>4.053,00</b>         | <b>2.730,44</b>             |
| <b>PARTICIPACIÓN</b>                             | <b>100%</b>          | <b>60%</b>              | <b>40%</b>                  |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paulina Espinoza

### **Análisis:**

En la tabla N° 60 se puede apreciar la clasificación de las fuentes y usos que requerirá la microempresa para empezar su actividad productiva, la misma que en un 60% cuenta con capital propio y el restante por medio de financiamiento.

#### **5.03.04 Amortización de Financiamiento**

“Constituye un gasto contable como fiscal, gracias al cual se fraccionan los gastos de inversión efectuados en bienes de vida útil limitada, aunque superior a un ejercicio”. (Alvarez, 2010, pág. 13)

Tabla 60, Amortización de Financiamiento

| <b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b> |          |         |            |          |                |  |
|------------------------------|----------|---------|------------|----------|----------------|--|
| Inversión                    |          | 100%    |            | 6.783,44 |                |  |
| Cap. Propio                  |          | 60%     |            | 4.053,00 |                |  |
| Financiamiento               |          | 40%     |            | 2.730,44 |                |  |
| Plazo                        |          |         |            | 24       | MESES          |  |
| Interés                      |          |         |            | 26,91%   | 1,12%          |  |
| Pagos                        |          |         |            | MENSUAL  |                |  |
| Periodo                      | Saldo    | Interés | Cuota Fija | Capital  | Saldo Insoluto |  |
| 0                            | 2.730,44 | 0,00    | 0,00       | 0,00     | 2.730,44       |  |
| 1                            | 2.730,44 | 30,62   | 130,39     | 99,78    | 2.630,66       |  |
| 2                            | 2.630,66 | 29,50   | 130,39     | 100,90   | 2.529,76       |  |
| 3                            | 2.529,76 | 28,36   | 130,39     | 102,03   | 2.427,73       |  |
| 4                            | 2.427,73 | 27,22   | 130,39     | 103,17   | 2.324,56       |  |
| 5                            | 2.324,56 | 26,06   | 130,39     | 104,33   | 2.220,23       |  |
| 6                            | 2.220,23 | 24,89   | 130,39     | 105,50   | 2.114,73       |  |
| 7                            | 2.114,73 | 23,71   | 130,39     | 106,68   | 2.008,05       |  |
| 8                            | 2.008,05 | 22,52   | 130,39     | 107,88   | 1.900,17       |  |
| 9                            | 1.900,17 | 21,31   | 130,39     | 109,09   | 1.791,08       |  |
| 10                           | 1.791,08 | 20,08   | 130,39     | 110,31   | 1.680,77       |  |
| 11                           | 1.680,77 | 18,85   | 130,39     | 111,15   | 1.569,22       |  |
| 12                           | 1.569,22 | 17,59   | 130,39     | 112,80   | 1.456,42       |  |
| 13                           | 1.456,42 | 16,33   | 130,39     | 114,06   | 1.342,35       |  |
| 14                           | 1.342,35 | 15,05   | 130,39     | 115,34   | 1.227,01       |  |
| 15                           | 1.227,01 | 13,76   | 130,39     | 116,64   | 1.110,37       |  |
| 16                           | 1.110,37 | 12,45   | 130,39     | 117,94   | 992,43         |  |
| 17                           | 992,43   | 11,13   | 130,39     | 119,27   | 873,16         |  |
| 18                           | 873,16   | 9,79    | 130,39     | 120,60   | 752,56         |  |
| 19                           | 752,56   | 8,44    | 130,39     | 121,96   | 630,60         |  |
| 20                           | 630,60   | 7,07    | 130,39     | 123,32   | 507,28         |  |
| 21                           | 507,28   | 5,69    | 130,39     | 124,71   | 382,57         |  |
| 22                           | 382,57   | 4,29    | 130,39     | 126,10   | 256,47         |  |
| 23                           | 256,47   | 2,88    | 130,39     | 127,52   | 128,95         |  |
| 24                           | 128,95   | 1,45    | 130,39     | 128,95   | 0,00           |  |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paulina Espinoza

### **Análisis:**

En la tabla N° se aprecia la amortización que se aplicara para el financiamiento de la micro pyme, esta deuda esta aplazada para 24 meses con un interés de 26,91 anual y una cuota fija de 130,39.

### **5.03.05 Depreciaciones**

“Es la reducción en el valor de un activo. Los modelos de depreciación utilizan reglas, tasas y formulas aprobadas por el gobierno para representar el valor actual en los libros de la compañía”. (Herrera, 2013, pág. 135)

*Tabla 61, Depreciaciones*

| <b>Descripción</b>     | <b>Año 0</b> | <b>Vida Útil</b> | <b>Año 1</b>  | <b>Año 2</b>  | <b>Año 3</b>  | <b>Año 4</b>  | <b>Año 5</b>  |
|------------------------|--------------|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Equipos de Oficina     | 103,00       | 10               | 10,30         | 10,30         | 10,30         | 10,30         | 10,30         |
| Equipos de Computación | 1.760,00     | 3                | 586,67        | 586,67        | 586,67        | 586,67        | 586,67        |
| Muebles y Enseres      | 1.335,00     | 10               | 133,50        | 133,50        | 133,50        | 133,50        | 133,50        |
| <b>Total</b>           |              |                  | <b>730,47</b> | <b>730,47</b> | <b>730,47</b> | <b>730,47</b> | <b>730,47</b> |

*Elaborado por: Paulina Espinoza*

*Fuente: Estudio Financiero*

### **Análisis:**

La depreciación de cada uno de los activos, ha expresado en la siguiente tabla el desgaste que va a tener cada uno de ellos, reflejando un valor de \$730,47 para los cinco primeros años de vida del proyecto.

### 5.03.06 Estado de Situación Inicial

Se define como el estado de situación financiera que al mostrar a determinada fecha los activos, pasivos y capital que constituyen la estructura financiera de una entidad, ilustra la dualidad económica; es decir, todos los recursos identificables y cuantificables con que cuenta una empresa y el origen de estos recursos externos como internos. (Roman, 2017, pág. 127)

Tabla 62, Estado de Situación Inicial

| EMPRESA "Foto Roca"                    |                 |
|--|-----------------|
| Estado De Situación Financiera Inicial |                 |
| Al 31 de diciembre del 2018            |                 |
| Activos                                |                 |
| Activo Corriente                       | <b>2.520,44</b> |
| <b>Bancos</b>                          | 2.520,44        |
| Activo no Corriente                    | <b>4.013,00</b> |
| <b>Equipo de Computación</b>           | 1.760,00        |
| <b>Equipo de Oficina</b>               | 103,00          |
| <b>Muebles y Enseres</b>               | 1.335,00        |
| <b>Estudio de Factibilidad</b>         | 815,00          |
| Otros Activos                          | <b>250,00</b>   |
| <b>Gastos de Constitución</b>          | 250,00          |
| Total, Activos                         | <b>6.783,44</b> |
| Pasivos                                |                 |
| Pasivos no Corrientes                  | <b>2.730,44</b> |
| <b>Préstamo Bancario por pagar</b>     | 2.730,44        |
| <b>PATRIMONIO</b>                      | <b>4.053,00</b> |
| <b>Capital</b>                         | 4.053,00        |
| <b>TOTAL, PASIVO MÁS PATRIMONIO</b>    | <b>6.783,44</b> |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paulina Espinoza

## Análisis

En la tabla N° 63 se expresa el estado financiero inicial con el que contara la micro pyme, para el inicio de su actividad comercial,

### 5.03.07 Estado de Resultados Proyectado

Es el resumen de los ingresos, gastos y utilidad neta o pérdida de una entidad en relación con un período específico; también llamado estado de ganancias o estado de operaciones. (Homgren, Harrison, & Smith Bamber, 2003, pág. 17)

Tabla 63, Estado de Resultados Proyectado

| ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO        |                  |                  |                  |                  |                  |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| CRECIMIENTO POBLACIONAL                | 2,80%            |                  |                  |                  |                  |
| INFLACIÓN                              | 1,09%            |                  |                  |                  |                  |
| Descripción                            | Año 1            | Año 2            | Año 3            | Año 4            | Año 5            |
| <b>Servicios Prestados</b>             | <b>31.359,71</b> | <b>32.299,03</b> | <b>33.266,49</b> | <b>34.262,93</b> | <b>35.289,22</b> |
| <b>( - ) Gastos Operacionales</b>      | <b>27.416,00</b> | <b>27.468,09</b> | <b>27.228,46</b> | <b>27.280,20</b> | <b>27.332,03</b> |
| Gastos Administrativos                 | 26.645,29        | 26.695,91        | 26.746,64        | 26.797,45        | 26.848,37        |
| Gastos de Ventas                       | 480,00           | 480,91           | 481,83           | 482,74           | 483,66           |
| Gastos Financieras                     | 290,71           | 291,26           | 0,00             | 0,00             | 0,00             |
| <b>( = ) Utilidad Operacional</b>      | <b>3.943,71</b>  | <b>4.830,95</b>  | <b>6.038,03</b>  | <b>6.982,74</b>  | <b>7.957,19</b>  |
| ( + ) Otros Ingresos                   | 0,00             | 0,00             | 0,00             | 0,00             | 0,00             |
| ( - ) Otros Egresos                    | 0,00             | 0,00             | 0,00             | 0,00             | 0,00             |
| <b>( = ) Utilidad A.P.E.</b>           | <b>3.943,71</b>  | <b>4.830,95</b>  | <b>4.830,95</b>  | <b>6.982,74</b>  | <b>7.957,19</b>  |
| ( - ) 15 % Participación Laboral       | 591,56           | 724,64           | 905,70           | 1.047,41         | 1.193,53         |
| <b>Utilidad Antes de Impuesto</b>      |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>( = ) Renta</b>                     | <b>3.352,15</b>  | <b>4.106,30</b>  | <b>5.132,33</b>  | <b>5.935,33</b>  | <b>6.763,61</b>  |
| ( - ) Impuesto a la Renta PNOC         | 0,00             | 0,00             | 0,00             | 0,00             | 0,00             |
| <b>( = ) Utilidad Neta</b>             | <b>3.352,15</b>  | <b>4.106,30</b>  | <b>5.132,33</b>  | <b>5.935,33</b>  | <b>6.763,61</b>  |
| ( + ) Depreciaciones                   | 730,47           | 730,47           | 730,47           | 730,47           | 730,47           |
| ( + ) Amortizaciones                   | 0,00             | 0,00             | 0,00             | 0,00             | 0,00             |
| <b>( = ) EXCEDENTE OPERACIONAL</b>     | <b>4.082,62</b>  | <b>4.836,77</b>  | <b>5.862,79</b>  | <b>6.665,79</b>  | <b>7.494,08</b>  |
| ( + ) Amortización del Diferido        | 213,00           | 213,00           | 213,00           | 213,00           | 213,00           |
| <b>( = ) Flujo de Caja del Período</b> | <b>3.869,62</b>  | <b>4.623,77</b>  | <b>5.649,79</b>  | <b>6.452,79</b>  | <b>7.281,08</b>  |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

En la tabla N° 64 se estima el Estado de resultados proyectado del presente proyecto que refleja una utilidad neta para el primer año de \$3.352,15 para el primer año y una utilidad neta para el quinto año de \$6.763,61 dando una visión de que si es factible la implementación de la microempresa “Foto Roca”

#### 5.03.08 Flujo Caja

En sentido financiero, se induce a través del flujo monetario de la caja de la empresa. Se trata del balance de flujo entre cobros y pagos. Así pues, una definición elemental, en el sentido de dicho balance de flujos monetarios, permite considerar el flujo de caja de un ciclo productivo como la diferencia entre los cobros y pagos dentro del citado ciclo. (Colom, 2009, pág. 46)

Tabla 64, Flujo Neto de Efectivo

| FLUJOS NETOS DE EFECTIVO  |                       |                 |                      |                 |                      |                      |
|---------------------------|-----------------------|-----------------|----------------------|-----------------|----------------------|----------------------|
| DESCRIPCIÓN               | Año 0                 | Año 1           | Año 2                | Año 3           | Año 4                | Año 5                |
| Inversión Total           | -<br>6.783,44         |                 |                      | -<br>1.760,00   |                      | 1.305,6<br>7         |
| Excedente Operacional     |                       | 4.082,62        | 4.836,7<br>7         | 5.862,79        | 6.665,7<br>9         | 7.494,0<br>8         |
| <b>FLUJOS DE EFECTIVO</b> | <b>-<br/>6.783,44</b> | <b>4.082,62</b> | <b>4.836,7<br/>7</b> | <b>4.102,79</b> | <b>6.665,7<br/>9</b> | <b>8.799,7<br/>4</b> |

Fuente: Estudio Financiero  
 Elaborado por: Paulina Espinoza

## Análisis:

En la tabla N° 65 se presenta los flujos de caja que se tendrá en los cinco primeros años de vida de la microempresa lo cual da un dato muy favorable para el último periodo.

### 5.04 Evaluación financiera

“Es definir la mejor forma de utilizar los escasos recursos con la opción de que genere más valor”. (Levy, Planeación Financiera en la empresa Modera, 2005, pág. 44)

#### 5.04.01 Tasa de descuento

“En una inversión financiera, el aportante del recurso capital espera una tasa mínima de retorno para invertir. Este valor está asociado al riesgo de la pérdida de la inversión”. (Guzmán, 2004, pág. 16)

Tabla 65, TMAR o Tasa de Descuento

| TASA DE DESCUENTO o TMAR |        |   |        |
|--------------------------|--------|---|--------|
| <b>Tasa Activa</b>       | 11,83  | % | 0,1183 |
| <b>(+) Tasa Pasiva</b>   | 3,50   | % | 0,035  |
| TMAR =                   | 0,1574 |   |        |
| TMAR =                   | 15,74% |   |        |

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

En la tabla N° 66 se aprecia la TMAR la, misma que según sus respectivos cálculos refleja un 15,74% favorable para el proyecto.

#### 5.04.02 VAN

El valor actual neto (VAN) es uno de los métodos financieros que si toma en cuenta los flujos de efectivo en función del tiempo. (Fernandez, 2007, pág. 130)

Tabla 66, VAN (Valor Actual Neto)

#### FLUJOS NETOS DE EFECTIVO

| DESCRIPCIÓN               | Año 0            | Año 1           | Año 2          | Año 3           | Año 4           | Año 5           |
|---------------------------|------------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Inversión Total           | -6.783,44        |                 |                | -<br>1760,00    |                 | 1.305,67        |
| Excedente Operacional     |                  | 4.082,62        | 4.836,77       | 5.862,79        | 6.665,79        | 7.494,08        |
| <b>FLUJOS DE EFECTIVO</b> | <b>-6.783,44</b> | <b>4.082,62</b> | <b>4.83,77</b> | <b>4.102,79</b> | <b>6.665,79</b> | <b>8.799,74</b> |

|            |                  |          |                  |          |                 |          |                 |          |                 |          |                 |
|------------|------------------|----------|------------------|----------|-----------------|----------|-----------------|----------|-----------------|----------|-----------------|
| <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>-6.783,44</b> | <b>+</b> | <b>4.082,62</b>  | <b>+</b> | <b>4.836,77</b> | <b>+</b> | <b>4.102,79</b> | <b>+</b> | <b>6.655,79</b> | <b>+</b> | <b>8.799,74</b> |
| =          |                  |          | 1,1533           |          | 1,33010089      |          | 1,534005356     |          | 1,769168378     |          | 2,04038189      |
| <b>VAN</b> | <b>-6.783,44</b> | <b>+</b> | <b>3.539,95</b>  | <b>+</b> | <b>3.636,39</b> | <b>+</b> | <b>2.674,56</b> | <b>+</b> | <b>3.767,75</b> | <b>+</b> | <b>4.312,79</b> |
| =          |                  |          |                  |          |                 |          |                 |          |                 |          |                 |
| <b>VAN</b> | <b>-6.783,44</b> | <b>+</b> | <b>17.931,45</b> |          |                 |          |                 |          |                 |          |                 |
| =          |                  |          |                  |          |                 |          |                 |          |                 |          |                 |
| <b>VAN</b> | <b>11.148,01</b> |          |                  |          |                 |          |                 |          |                 |          |                 |
| =          |                  |          |                  |          |                 |          |                 |          |                 |          |                 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paulina Espinoza

**Análisis:**

Según datos de la tabla anterior del VAN refleja un valor de \$11.148,01, sabiéndose que el presente proyecto es viable.

**5.04.03 TIR**

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

*Tabla 67, TIR (Tasa interna de retorno)*

|                  |               |
|------------------|---------------|
| <b>INVERSIÓN</b> | -6.783,44     |
| AÑO 2018         | 4.082,62      |
| AÑO 2019         | 4.836,77      |
| AÑO 2020         | 4.102,79      |
| AÑO 2021         | 6.665,79      |
| AÑO 2022         | 8.799,74      |
| <b>TIR</b>       | <b>65,00%</b> |

*Elaborado por: Paulina Espinoza*

*Fuente: Estudio Financiero*

**Análisis:**

En la tabla N° 68 se puede apreciar que el valor del VAN sobre la inversión de los primeros años es de 65%, un porcentaje muy bueno para la ejecución del presente proyecto.

#### 5.04.04 PRI (Período de recuperación de la inversión)

“Se define como el tiempo en años que tarda en recuperarse el monto de la inversión inicial del proyecto”. (Fernandez, 2007, pág. 128)

Tabla 68, PRI (Período de Recuperación de la Inversión)

| PERIODO DE RECUPERACIÓN                      |          |                       |  |                 |                       |
|--|----------|-----------------------|--|-----------------|-----------------------|
| Periodo                                      | FNE      | Acumulado             | Factor   | FNE Actualizado | Acumulado             |
| 0  | -6783,44 | -6.783,44             | 1,00   | -6.783,44       | -6.783,44             |
| 1  | 4.082,62 | -2.700,82             | 0,86   | 3.527,28        | -3.256,16             |
| 2  | 4.836,77 | 2.135,95              | 0,75   | 3.610,42        | 354,27                |
| 3  | 4.102,79 | 6.238,74              | 0,64   | 2.645,96        | 3.000,23              |
| 4  | 6.665,79 | 12.904,54             | 0,56   | 3.714,13        | 6.714,36              |
| 5  | 8.799,74 | 21.704,28             | 0,48   | 4.236,20        | 10.950,56             |
| PERIODO DE RECUPERACIÓN A VALORES CONSTANTES |          |                       | PERIODO DE RECUPERACIÓN A VALORES ACTUALIZADOS |                 |                       |
|  | Ingresos | Inversión a Recuperar |  | Ingresos        | Inversión a Recuperar |
| AÑO 2  | 4.836,77 | -2.700,82             | AÑO 4  | 3.610,42        | -3.256,16             |
| 1 mes  | 403,06   | 2.297,76              | 1 mes  | 300,87          | -2.955,29             |
| 2 mes  | 403,06   | -1.894,69             | 2 mes  | 300,87          | -2.654,42             |
| 3 mes  | 403,06   | -1.491,63             | 3 mes  | 300,87          | -2.353,55             |
| 4 mes  | 403,06   | -1.088,56             | 4 mes  | 300,87          | -2.052,68             |
| 5 mes  | 403,06   | -685,50               | 5 mes  | 300,87          | -1.751,81             |
| 6 mes  | 403,06   | -282,43               | 6 mes  | 300,87          | -1.450,94             |
| 7 mes  | 403,06   | 120,63                | 7 mes  | 300,87          | -1.150,08             |
| 8 mes  | 403,06   | 523,69                | 8 mes  | 300,87          | -849,21               |
| 9 mes  | 403,06   | 926,76                | 9 mes  | 300,87          | -548,34               |
| 10 mes                                       | 403,06   | 1.329,82              | 10 mes   | 300,87          | -247,47               |
| 11 mes                                       | 403,06   | 1.732,89              | 11 mes   | 300,87          | 53,40                 |
| 12 mes                                       | 403,06   | 2.135,95              | 12 mes   | 300,87          | 354,27                |
| PERIODO DE RECUPERACIÓN:                     |          |                       | 2 AÑOS 7 meses                                 | PRVC            |                       |
| PERIODO DE RECUPERACIÓN:                     |          |                       | 2 AÑOS 11 meses                                | PRVA            |                       |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

En la tabla N° 69 se puede ver que el tiempo de recuperación de la inversión en valores constantes es de 2 años y 7 meses, mientras que en valores actualizados se espera recuperar en 2 años y 11 meses, lo cual indica un buen tiempo para recuperar la inversión efectuada inicialmente.

#### 5.04.05 RBC (Relación costo beneficio)

“Básicamente, esto significa evaluar si en un periodo de tiempo determinado, los beneficios de la nueva inversión o la nueva oportunidad de negocio serán mayores que los costos asociados”. (Press, 2009, pág. 46)

Tabla 69, RBC (Relación Costo-Beneficio)

| Períodos     | Ingresos    | Ingresos Actualizados | Costos    | Costos Actualizados |
|--------------|-------------|-----------------------|-----------|---------------------|
| 1            | 31.359,71   | 31.359,71             | 27.416,00 | 27.416,00           |
| 2            | 32.299,03   | 32.299,03             | 27.468,09 | 27.468,09           |
| 3            | 33.266,49   | 33.266,49             | 27.228,46 | 27.228,46           |
| 4            | 34.262,93   | 34.262,93             | 27.280,20 | 27.280,20           |
| 5            | 35.289,22   | 35.289,22             | 27.332,03 | 27.332,03           |
| <b>TOTAL</b> |             | <b>166.477,38</b>     |           | <b>136.724,77</b>   |
| <b>RBC</b>   | <b>1,22</b> |                       |           |                     |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

En la tabla referente al cálculo de relación costo beneficio se puede decir que por cada dólar invertido se obtendrá \$ 0,22 ctvs de beneficio.

#### 5.04.06 Punto de Equilibrio

“Se define como el punto en el que el margen de contribución total es igual al costo fijo total de producir un producto o servicio. En este punto, los ingresos totales son iguales a los costos totales y las utilidades son cero”. (Finnerty, 2010, pág. 387)

Tabla 70, Punto de Equilibrio

$$\text{P.E.} = \frac{\text{CF}}{p - \text{Cvu}}$$

#### Costos Fijos:

|                          |                  |
|--------------------------|------------------|
| Gastos Administrativos   | 26.645,29        |
| Gastos de Ventas         | 480,00           |
| Gasto Financiero         | 290,71           |
| <b>TOTAL, COSTO FIJO</b> | <b>27.416,00</b> |

Precio de Venta **15,00**

**Costo Variable Unitario** **0,00**

$$\text{P.E.} = \frac{\text{CF}}{p - \text{Cvu}} = \frac{27.416,00}{15,00} = \mathbf{1.828 \text{ Unidades}}$$

$$\text{P.E.} = 1.828 \times 15,00 = \mathbf{27.416,00 \text{ Ventas}}$$

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Paulina Espinoza

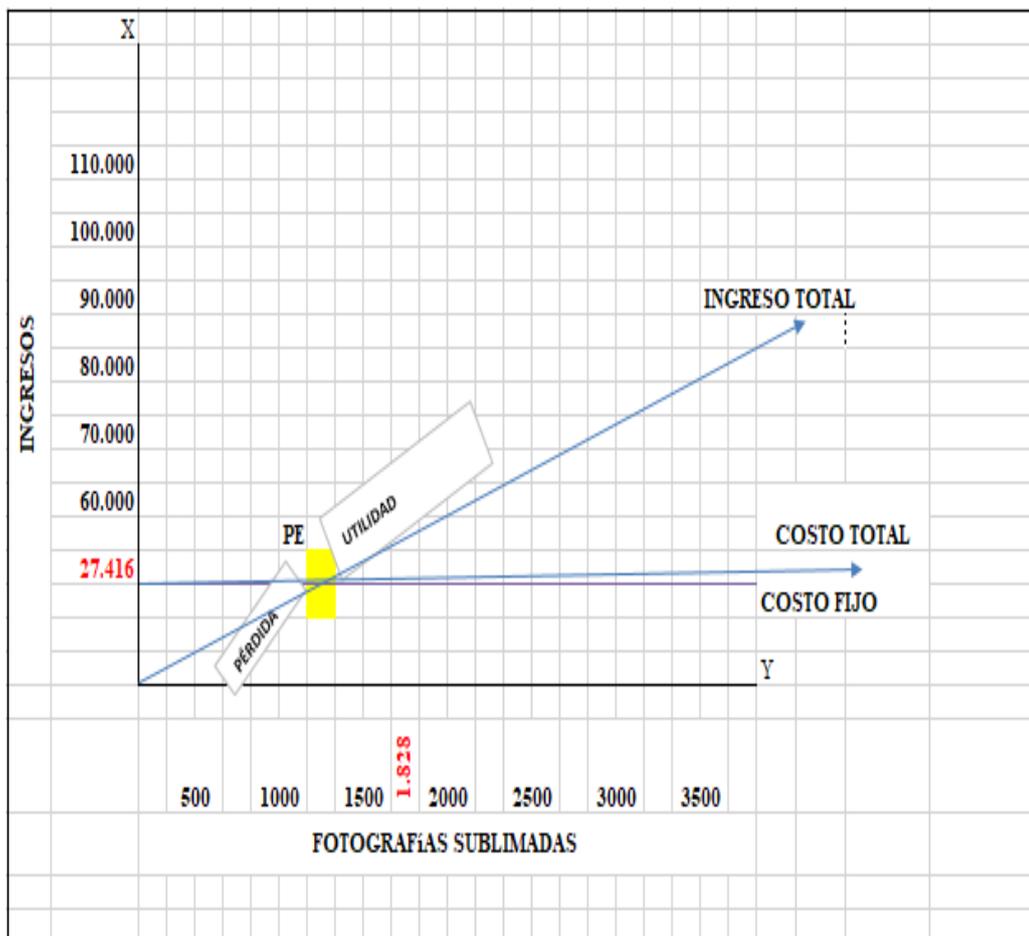


Figura 43, Punto de Equilibrio

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paulina Espinoza

### Análisis:

En la figura anterior que precedentemente se hizo el cálculo respectivo para el punto de equilibrio en la tabla anterior se estableció que para obtener un total de ingresos de \$27.416,00 se debería tener un volumen de producción de 1.828 fotografías sublimadas para tener una situación estable.

## 5.04.07 Análisis de índices financieros

### 5.04.07.01 ROE (Rentabilidad sobre Patrimonio)

Es la rentabilidad de los fondos propios (del inglés return on equity). Al ROE también se le denomina Rentabilidad Financiera. Mide el Beneficio Neto generado en relación a la inversión de los propietarios de la empresa. (En valor contable o fondos propios no de mercado). Normalmente se presenta en tanto por ciento. (Brun, 2008, pág. 72)

*Tabla 71, ROE (Rentabilidad sobre Patrimonio)*

#### ÍNDICE DE RENTABILIDAD ROE

|      |  |
|------|--|
| ROE= | $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$ |
| ROE= | $\frac{3.352,15}{4.053,00}$                      |
| ROE= | 0,83   |

*Elaborado por: Paulina Espinoza*  
*Fuente: Estudio Financiero*

#### Análisis:

Según tabla del ROE el cual es un indicador que mide el porcentaje de los activos arroja un valor del 83% de la utilidad neta que se obtendrá en el proyecto referente a la inversión que se hizo inicialmente.

#### 5.04.07.02 ROA (Rendimiento sobre Activos)

“Mide la efectividad total de la administración en la generación de utilidades con sus activos disponibles y también se lo conoce como el rendimiento sobre la inversión (ROI)”. (Gitman, 2003, pág. 59)

Tabla 72, ROA (Rentabilidad sobre Activos)

#### ÍNDICE DE RENTABILIDAD ROA

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

$$\text{ROA} = \frac{3.352,15}{3.198,00}$$

$$\text{ROA} = 1,05$$

Elaborado por: Paulina Espinoza  
Fuente: Evaluación Financiera

#### Análisis:

Según la tabla N° 73 los datos de este indicador estiman que se tendrá una rentabilidad sobre activos de 1,05 lo cual es muy favorable para la microempresa.

### 5.04.07.03 ROA (Rendimiento sobre la Inversión)

“Es la rentabilidad de los activos (del inglés return on assets). Pero si se mira el activo como el total de las inversiones que hace una empresa, se puede utilizar indistintamente”. (Brun, 2008, pág. 72)

Tabla 73, ROA (Rendimiento sobre la Inversión)

#### ÍNDICE DE RENTABILIDAD ROA

|      |   |
|------|---|
| ROA= | $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$ |
| ROA= | $\frac{3.352,15}{6.783,44}$                     |
| ROA= | 0,49  |
| ROA= | 49,42   |

Elaborado por: Paulina Espinoza  
 Fuente: Evaluación Financiera

#### Análisis:

Según tabla N° 74 después el cálculo del indicador ROA arroja un porcentaje del 49,42% de rentabilidad sobre la utilidad, dato favorable para tener una buena rentabilidad sobre la inversión realizada al inicio en el proyecto.

## CAPÍTULO VI

### 6.0 Análisis de Impactos

#### 6.01 Impacto Ambiental

“Es toda alteración significativa de los sistemas naturales y transformados y de sus recursos provocados por acciones humanas”. (Aguilar, Environmental, & Bundesministerium fur Wirtschaftliche, 2009, pág. 161)

El impacto ambiental que generará el proyecto es mínimo ya que en ninguno de sus procesos de servicio generará residuos muy peligrosos más que los químicos y envases de los mismos. Se procurará utilizar productos de esta índole amigables con el ambiente, naturales.

#### 6.02 Impacto Económico

“El impacto económico puede determinarse estimando el coste total, sumo de llevar a cabo el proyecto de mejora, el coste de fallos y el coste de detección de los fallos y sistema de medición”. (Barrio, Gómez, & Tejero, 2010, pág. 59)

El presente proyecto tiene un impacto económico positivo, ya que de esta manera aportará que se active la economía del país, también será fuente generadora de empleo en el sector norte de Quito (Carcelén), ya que las personas de los

alrededores que estén desempleadas cuenten con una fuente de ingresos para sus familias y a la vez hacer algo distinto les permita solventarse frente a los gastos que se les presente en el diario vivir.

### **6.03 Impacto Productivo**

“El impacto productivo es la magnitud de reacciones con el medio cuando se lanza un nuevo producto al mercado”. (Barrio, Gómez, & Tejero, 2010, pág. 59)

El impacto productivo que tendrá el presente proyecto es que generará una huella favorable, impulsando al crecimiento económico del país, generando nuevas formas de empleo realizando un trabajo innovador, creativo y de calidad.

### **6.04 Impacto Social**

“El impacto social se refiere a las consecuencias que tendrá en la sociedad el producto, aquí también entra lo que es la responsabilidad social del mismo ante la sociedad”. (Barrio, Gómez, & Tejero, 2010, pág. 60)

El impacto social será positivo, pues esta idea fue establecida con el enfoque no solo de dar un buen servicio, si no también apoyar a la comunidad que les gusta las fotos, a tener variedad en sí generando nuevas fuentes de empleo directas e indirectas.

---

## CAPÍTULO VII

### 7.0 Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01 Conclusiones

- En el análisis situacional se determinó las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en las cuales se les implementarán estrategias para mejorar cada uno de estos factores para que el ciclo del proyecto no se vea afectado por alguno de estos elementos.
- En el estudio de mercado mediante la técnica de la encuesta se pudo conocer gusto y preferencias de los clientes y gracias a esto se pudo determinar la demanda satisfecha en la que el servicio de la sublimación satisfagará las necesidades expuestas en ficha en dicha pericia.
- En el estudio técnico se determinó la cantidad de fotografías que se hará en el año y gracias a estos datos se pudo analizar los insumos y equipos que se necesitarán para ofrecer el servicio mencionado anteriormente, además se estableció el lugar exacto donde se llevará a cabo este servicio ya que tiene una gran aceptación.
- En la evaluación financiera se determinó que la inversión será de \$6783,44, cuya cantidad el 40% será financiado y el 60%, es de capital propio; además el tiempo de recuperación de dicha inversión en valores constantes es de 2

años y 7 meses en valores actualizados en 2 años y 11 meses; Asimismo la TMAR resultante del análisis financiero es de 15,74% y la TIR de 65%, dando así un resultado de una buena rentabilidad para el proyecto. También en el punto de equilibrio se concluyó que se debería producir 1828 servicios de sublimación para tener una buena estabilidad, sin embargo, en cuanto a la relación costo beneficio la ganancia será de 0,22 centavos por cada dólar invertido.

- Referente a los impactos que puede producir el proyecto se concluyó que es importante ser un poco más responsables con el medio que rodea, siendo participes de actividades para mitigar posibles daños gracias a la actividad que se realizará en el presente proyecto.

### **7.02 Recomendaciones**

- Cumplir a cabalidad con todas las normativas legales, documentación que requiere la empresa para no tener problemas al momento de ya implementar la microempresa.
- Es recomendable para el presente proyecto determinar estrategias para darse a conocer sobre el servicio ofertado.
- Dar capacitación constante al personal que elaborara el servicio de la fotografía, conociendo nuevas tendencias en cuanto a bases para la actividad e innovadores para la mejora de la prestación.
- Al momento de realizar una evaluación financiera saber distinguir todo lo que abarca en ella y poder hacer un buen análisis global de la misma.

- 
- Mantenerse informado sobre cómo no afectar al medio ambiente y a la sociedad a causa de la actividad económica que se vaya a realizar.

# ANEXOS

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE IMPRESIONES SUBLIMADAS DE FOTOGRAFÍAS PERSONALIZADAS EN ROCA VOLCÁNICA, UBICADA EN EL CENTRO NORTE, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018.**




**Ministerio  
del Ambiente**

### CERTIFICADO DE INSCRIPCIÓN DE LA LICENCIA AMBIENTAL No. 370

El Ministerio del Ambiente, a través de la Subsecretaría de Calidad Ambiental, certifica que se encuentra inscrita la Licencia Ambiental (L.A), en el folio del Registro de Fichas y Licencias Ambientales. Una vez que se ha dado cumplimiento a lo dispuesto en el Acuerdo Ministerial No. 122, publicado en el Registro Oficial No. 514 de fecha 28 de enero del 2005, según se detalla a continuación:

|  |  |
|--|--|
| <b>Autoridad Ambiental de Aplicación responsable (AAAr):</b> | I. MUNICIPIO DE GUAYAQUIL  |
| <b>Empresa:</b>  | INDUSTRIAL MOLINERA C.A.   |
| <b>Registro:</b>   | LICENCIA AMBIENTAL   |
| <b>Proyecto:</b>   | ACTIVIDADES DE ELABORACIÓN DE HARINA Y AVENA DE LA COMPAÑIA INDUSTRIAL MOLINERA C.A. |
| <b>Ubicación:</b>  | Cantón Guayaquil, Provincia del Guayas   |
| <b>No. de Resolución de la AAAr:</b>                         | Resolución No. DMA-LA-2012-032, del 22 de octubre del 2012                           |

Quito, 20 de febrero del 2013.

Atentamente,

  
**Dr. Juan Carlos Soria Cabrera.**  
**Subsecretario de Calidad Ambiental**  
**Ministerio del Ambiente**

Av. Madrid entre Toledo y Amaluzá (Detrás de la Politécnica Salesiana), Edificio MAE, Teléfono: (593-2) 3987600  
 Quito - Ecuador  
 www.ambiente.gob.ec

*Anexo 2, Licencia Ambiental  
Elaborado por: Ministerio del Ambiente  
Fuente: Ministerio del Ambiente*

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE IMPRESIONES SUBLIMADAS DE FOTOGRAFÍAS PERSONALIZADAS EN ROCA VOLCÁNICA, UBICADA EN EL CENTRO NORTE, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018.**

**MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**  
**LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE LAS**  
**ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) No. 0020231**

**EL MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO Y EL MINISTERIO DEL INTERIOR, CONFIEREN LA PRESENTE LICENCIA**

|                                |   |                |                         |
|--------------------------------|---|----------------|-------------------------|
| Número Licencia                | 7317  | Número Patente | 154084                  |
| Razón Social                   | MARCO TOUR CIA LTDA   | Número AUC     | 179176338001            |
| Nombre Comercial               | MARCO TOUR CIA LTDA   | Procedimiento  | Ordinario - CATEGORIA 2 |
| Número Trámite                 | 2013LUAE5271  | Radio Local    | 348681                  |
| Dirección                      | CALLE DE LOS LIQUERES N50-237 DE LAS FRUTILLAS()  | Número ICUS    | 0                       |
| Actividad Económica            | CIIU: ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJE: SUMINISTRO DE INFORMACIÓN, ASESORAMIENTO Y PLANIFICACIÓN EN MATERIA DE VIAJES, ORGANIZACIÓN DE EXCURSIONES, ALOJAMIENTO, TRANSPORTE PARA VIAJANTES Y TURISTAS, SUMINISTROS DE BILLETES DE VIAJE, ETC. |                |                         |
| Actividad Económica Específica |   |                |                         |

**AUTORIZACIONES ADMINISTRATIVAS INCLUIDAS EN LA PRESENTE LUAE** **VIDENCIA HASTA:** 2013-12-31

PATENTE MUNICIPAL  
 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE BOMBEROS 19662  
 PERMISO TURISTICO Registro Turistico: 1701503329 Actividad: Transporte Turístico Tipo: Empresa de Transporte Terrestre Categoría: Transporte Terrestre Turístico  
 \*\*\*\*\*

**LA PRESENTE LICENCIA NO EXIME AL ESTABLECIMIENTO DE POSIBLES SANCIONES POR DESACATO A LAS ORDENANZAS METROPOLITANAS VIGENTES**

La presente LUAE podrá ser corrigida por la Autoridad Administrativa Competente, cuando hubiere sido emitida sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas e Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables.  
 El establecimiento queda sujeto a inspecciones periódicas de las condiciones de funcionamiento.  
 Este documento debe exhibirse obligatoriamente en un lugar visible.

Quito, \_\_\_\_\_ del 20\_\_\_\_  
 06 de Febrero 13

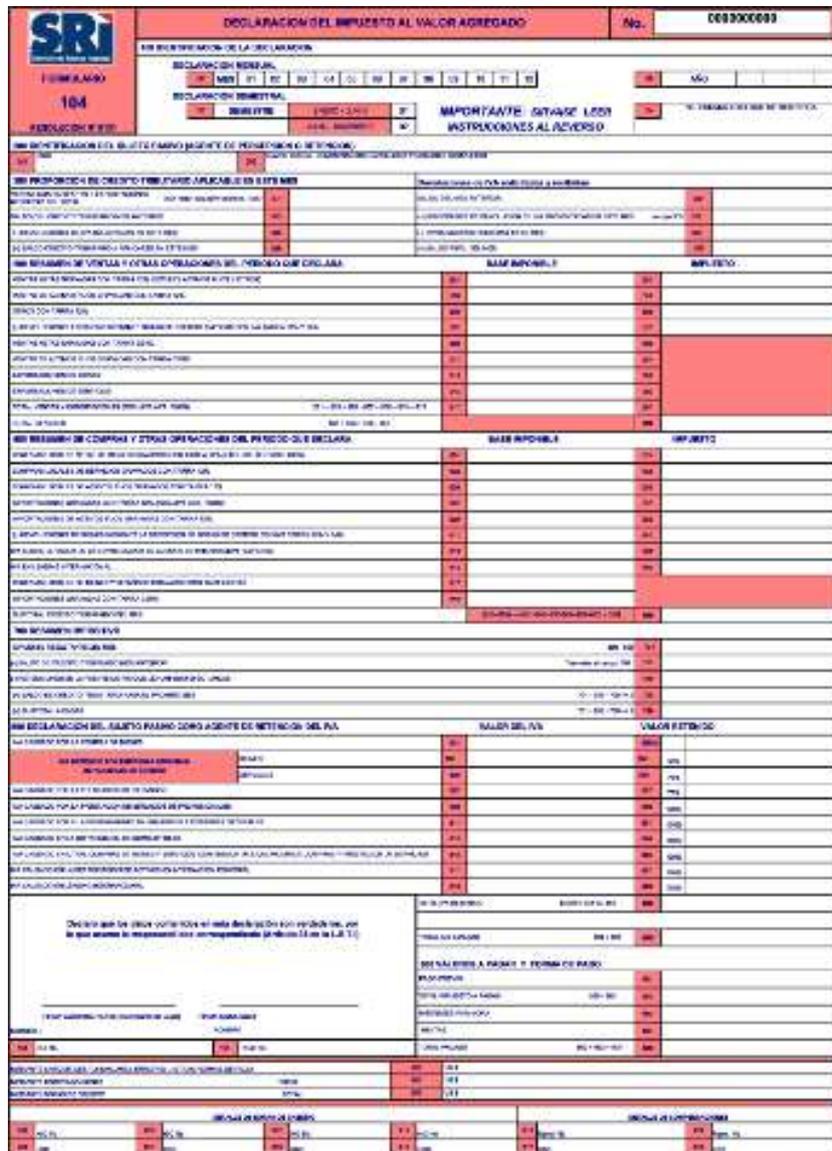
  
**MDMQ**  
 A/o: FERRNANDO MAURICIO LARA J. (NORTE)




Anexo 3, Licencia LUAE

Elaborado por: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

Fuente: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito



The image shows a detailed tax declaration form from the Servicio de Rentas Internas (SRI) of Ecuador. The form is for the 'DECLARACIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO' (Value Added Tax Declaration). It includes a header with the SRI logo and the number '104'. The form is divided into several sections: 'DECLARACIÓN RESUMIDA' (Summary Declaration), 'DECLARACIÓN DETALLADA' (Detailed Declaration), and 'DECLARACIÓN DEL ALIOTO FARMACIA COMO AGENTE DE NETEJO DEL IVA' (Declaration of Alioto Farmacia as an Agent for Netting of VAT). The form contains numerous tables and fields for reporting sales, purchases, and tax payments. The 'DECLARACIÓN DETALLADA' section includes tables for 'VENTAS' (Sales) and 'COMPRAS' (Purchases), with columns for 'BASE IMPONIBLE' (Taxable Base) and 'IMPUESTO' (Tax). The 'DECLARACIÓN DEL ALIOTO FARMACIA' section includes a table for 'BASE DEL IVA' (VAT Base) and 'VALOR RETENIDO' (Retained Value). The form also includes a section for 'DECLARACIÓN DE LA RENTA' (Income Declaration) and a section for 'DECLARACIÓN DE LA RENTA DE LOS DUEÑOS' (Income Declaration of Owners). The form is filled out with data, and the total tax payable is shown at the bottom right as 'IMPUESTO PAGA' (Tax Paid) of 200,000.00.

Anexo 4, Formulario Declaración de Impuestos SRI  
Elaborado por: SRI  
Fuente: SRI

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE IMPRESIONES SUBLIMADAS DE FOTOGRAFÍAS PERSONALIZADAS EN ROCA VOLCÁNICA, UBICADA EN EL CENTRO NORTE, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018.**

## Bibliografía

(s.f.).

Acosta. (2007). Analisis Situacional. Buenos Aires: BPN.

ACOSTA, A. (2002). Breve Historia Económica del Ecuador. Quito: Corporación Editora Nacional.

Águeda, E. T. (2013). Fundamentos de Marketing. México: ESIC Editorial.

Aguilar, G., Environmental, L. C., & Bundesministerium fur Wirtschaftliche, Z. E. (2009). Derecho ambiental en Centroamérica, Volumen 1. Alemania: IUCN.

Alvarez, S. (2010). Diccionario de Economía Pública . Madrid: Ecobook.

Ambiente, M. d. (16 de febrero de 2016). Requisitos para obtener licencias Ambientales de funcionamiento. Obtenido de Requisitos para obtener licencias Ambientales de funcionamiento:  
[ps://www.google.com.co/search?ei=fgC0WryGGoab\\_QaMjZDoBg&q=REQUISITOS+PARA+Licencias+Ambientales+de+funcionamiento+ECUADOR+&oq=REQUI](https://www.google.com.co/search?ei=fgC0WryGGoab_QaMjZDoBg&q=REQUISITOS+PARA+Licencias+Ambientales+de+funcionamiento+ECUADOR+&oq=REQUI)

Andeu, M. (2004). Dirección financiera (Primera edición ed.). Barcelona, España: Virtuals S.A.

Arbos, L. (2012). Organización de la Producción y Direcciones de Operaciones. Madrid: Diaz de Santos.

- Arnoletto, E. J., & Díaz, A. C. (2009). Un aporte a la Gestión Administrativa.  
México: EAE.
- Banco Central del Ecuador. (11 de julio de 2016). Obtenido de Banco Central del  
Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Barrance, A. (2003). Fotografía. Costa Rica: Oxford Forestry Intitute.
- Barrio, V. J., Gómez, F., & Tejero, M. (2010). Cómo implantar y gestionar la calidad  
total. México: FC Editorial.
- BCE. (2015). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 31 de MAYO de 2015, de  
BCE: <http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Benjamin, W. (2011). Breve <historia de la fotografía. Mexico: Casimiro Libros.
- Berghe, E. V. (2010). Gestión y gerencia empresarial (Segunda Edición ed.). Bogotá,  
Colombia: ECOE ediciones.
- Bonta , P., & Farber , M. (2010). 199 preguntas sobre Marketing. Ecuador: Efitorial  
Norma.
- Boulanger, F. J. (2007). Costos Industriales (Primera edición ed.). Cartago, Costa  
Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Brigham, E. (2007). Finanzas Corporativas. Santa Fe: Cengage.
- Brun, X. (2008). Mercado de Renta Variable y mercado de Divisas. Barcelona:  
Bresca Editorial.

- 
- Bunge, M. (2000). La investigación científica: su estrategia y su filosofía. México: Siglo XXI.
- Camino, M. d. (2007). Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones. Mexico: ESIC.
- Cantalapiedra, M. (2013). Finanzas y economía. Madrid: Vista posteos.
- Castro, A. M. (2002). Respuestas rápidas para los financieros. Mexico: Pearson Educación.
- CIVICUS. (11 de diciembre de 2016). Planificación Estratégica . Obtenido de Planificación Estratégica : <http://www.civicus.org/view/media/Planificacion%20estrategica.pdf>
- Colom, A. (2009). Evaluación de la Rentabilidad de Proyectos de Inversión . Lleida: Esiciones de la Universidad Lleida.
- Conell, C. R. (1997). Economía . MC Graw Hill .
- Cotte, D. (1990). El servicio Centrado en el Cliente. En D. Cotte, El servicio Centrado en el Cliente (pág. 100). Madrid- España: Diaz de Santos S.A.
- Cuevas, F. J. (2010). Control de Costos y Gastos en los Restaurantes. México: Esitorial Limusa.
- Cugnot, N.-J. (1725-1804). historia y evolución del automovil. Fracia-París.
- David, F. R. (2003). Conceptos de Administración Estratégica. En F. R. David, Conceptos de Administración Estratégica (pág. 7). Mexico: Pearson Educación.
-

Díaz, F. (2014). Análisis de productos y servicios de financiación. España:

Paraninfo.

ECUADOR, C. D. (28 de abril de 2016). Requisitos para permiso de

funcionamiento. Obtenido de Requisitos para permiso de funcionamiento:

<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/trámites/3224-permiso-de->

bomberos

Educación Financiera . (12 de marzo de 2013). Obtenido de Educación Financiera :

[https://www.ssf.gob.sv/descargas/educacion\\_financiera/Tasas\\_interes.pdf](https://www.ssf.gob.sv/descargas/educacion_financiera/Tasas_interes.pdf)

Educación Financiera. (12 de marzo de 2013). Obtenido de Educación Financiera:

[https://www.ssf.gob.sv/descargas/educacion\\_financiera/Tasas\\_interes.pdf](https://www.ssf.gob.sv/descargas/educacion_financiera/Tasas_interes.pdf)

Esquivel, G. (2007). Macroeconomía. México: Denise.

Esteban, I. G. (2005). Marketing de los servicios. En I. G. Esteban, Marketing de los servicios (pág. 250). Madrid: Esic Editorial.

Fabara, M. (2012). Terminología utilizada en proyectos. Quito: Abigail.

Fabara, M. F. (2012). Terminología utilizada en proyectos. Quito: Abigail.

Fagas, H. A. (2006Buen). Como conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables (Segunda edición ed.). Buenos Aires, Argentina: Granica S.A.

Fernández, J. L. (2011). Contabilidad Financiera para directivos (Cuarta Edición ed.). Pozuelo de Alarcón- Madrid, España: ESIC Editorial.

Fernandez, S. (2007). Los proyectos de Inversión. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

- 
- Finnerty, J. (2010). Fundamentos de Administración Financiera. España: Pearson.
- Flórez, J. G. (2010). Sistema de costeo: La asignación del costo total a productos y servicios . Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano.
- Francis, S. P. (2008). Gestión Estratégica de Negocios.
- Francisco Jiménez, C. E. (2007). Ingeniería económica (Primera Edición ed.). Costa Rica, Costa Rica: Editorial tecnológica de Costa Rica.
- Fuentes, A. A. (2010). Prospectiva de gestión y estrategia empresarial. España Madrid: EPSON Editorial.
- Gallo, H. E. (2006). Diccionario económico financiero (tercera edición ed.). (E. Correa, Ed.) Medellin, Colombia.
- Gitman, L. J. (2003). Principios de Asministración Financiera. Portugal: Pearson Educación PLC.
- Glejbberman, D. (2012). Programa de Análisis, Investigación y Estadísticas de Empleo. México: departamento de estadística de la OIT.
- Gomero, H. P. (2006). Fundamentos técnicos de la matemática financiera (Primera Edición ed.). Lima, Perú: Nova Print S.A.C.
- Gonzalez. (2010). Comprende la Economía. Buenos Aires: Teseo.
- Gonzales, M. d. (2008). Guía práctica de la economía de la empresa. En M. d. Gonzales, Guía práctica de la economía de la empresa (págs. 23-24). Barcelona - España: Gráficas Rey S.L.

- Gonzalez, J. O. (7 de noviembre de 2014). Finanzas y Proyectos . Obtenido de Finanzas y Proyectos : <http://finanzasyproyectos.net/tasa-de-interes-pasiva-y-activa/>
- Granados, I. (2009). Contabilidad Gerencial. Colombia, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Gum, C. (2006). Ingeniería de proyectos. New York: Diseño Gum.
- Guzmán, F. (2004). Introducción a la Ingeniería Económica. Bogotá: Ediciones Universidad Nacional de Colombia.
- Herrera, A. (2013). Ingeniería Económica notas de clase. Estados Unidos: Lulú.
- Homgren, C., Harrison, W., & Smith Bamber, L. (2003). Contabilidad. España: Pearson Educación.
- Horngren, C. (2007). Contabilidad de Costos. Mexico: Pearson Editorial.
- <http://factoreslegales.blogspot.com/>. (2008). Obtenido de <http://factoreslegales.blogspot.com/>
- Hunger, W. (2007). Administracion estrategica y politica de negocios. Mexico: Pearson Educacion.
- Hunsaker, & Tony. (2010). El nuevo arte de gestionar equipos. Barcelona : Planeta.
- Hurtado, C. (2008). Principios de Administracion. Medellin: ITM.
- Iborra, D. D., & Ferrer. (2014). Fundamentos de Direccion de Empresas. Madrid: Paraninfo.

- 
- ILPES, I. I. (2006). Guía para presentación de proyectos. En Ilpes, Guía para presentación de proyectos (pág. 233). Mexico: siglo veintinueve editores.
- ILPES, I. L. (2011). Guía para la presentación de aparoyectos. México: Siglo XXI.
- Israel, B. R. (30 de Noviembre de 2011). Ambiente Externo de las Organizaciones. Ambiente Externo de las Organizaciones. Veracruz, Mexico, Mexico.
- Jimenez, L. (2010). Enfoques del Marketing. Xochimilco: Universidad Autonoma Metropolitana.
- Jimenez, P. (2014). Diccionario de Administracion de Finanzas. Bloomington: Palibrio.
- Krippendorff, K. (1990). Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica. Bogotá: Grupo Planeta (GBS).
- Lacalle, Caldas, & Carrion. (2012). Recursos humanos y responsabilidad social corporativa . Editex.
- Lee, K. (2000). Administración de operaciones , estrategias y analisis. En K. L. J., Administración de operaciones , estrategias y analisis (pág. 217). Mexico: Pearson Educacion.
- Legna Verna , C., & Gonzales Morales , C. (2010). Comprender la Macroeconomia. Buenos Aires: Teseo.
- Leicega, C., Carrillo, & Hernandez. (2008). Economia. San Sebastian: Donostiar.
- Leonard, G. (2007). Planeación estratégica aplicada. México: Siglo XXI.

- Levy, L. H. (2005). Planeación Financiera en la empresa Modera. México: Ediciones Fiscales ISEF.
- Levy, L. H. (2011). Planeación Financiera. Mexico: ISEF Empresa Lider.
- Lledo. (2013). Tecnicas duras de managment para tiempo de crisis. Madrid: CEU.
- Lopez. (2008). Direccion Comercial. Barcelona: UAB.
- López, N. A. (2012). Proyecto de desarrollo. Bogotá Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Macedo, J. J. (2006). Juan José Ávila Macedo. En Economía, Economía (pág. 153). Mexico: Lumbral.
- Macedo, J. J. (2007). Contabilidad. Zapotan, Mexico: Editorial Umbral S.A.
- Margarita, J. d. (2009). Practicum contable. Valladolid: LEX NOVA.
- Marquez, M. B. (s.f.). Sobre los orígenes de la fotografia. En M. B. Marquez, Sobre los orígenes de la fotografia (págs. 2-3).
- Martinez Pedros , D., & Milla Gutierrez, A. (2012). Análisis del Entorno. México: Ediciones Diaz de Santos.
- Martinez, & Gutierrez, A. (2012). Análisis de entorno. México: Ediciones Diaz de Santos.
- Martinez, Á. M. (2011). Contabilidad general. Bgotá, Colombia: ECOE Ediciones.
- Mateo. (2007). Como gestionar y planificar un proyecto en la empresa. España: Ideaspropias.

- 
- Mendoza Roca, C., & Ortiz Tovar, O. (2016). Contabilidad Financiera para Contaduría y Administración. Colombia: Universidad del Norte.
- Mexicano, E. p. (2005). El periodista digital mexicano. Mexico: Valek Rendon.
- Meza, J. (2013). Evaluacion financiera de proyectos. Bogota: ISBN.
- Miranda, J. (2009). Evaluacion financiera, economica, social ambiental. Bogota: Editores MM.
- Mora, A. (2017). <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/poblacion-economicamente-activa>. Obtenido de <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/poblacion-economicamente-activa>: <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/poblacion-economicamente-activa>
- Nakasone, G. T. (2005). Análisis de los Estado de Resultado para la toma de desicions (2 Edición ed.). Lima, Perú: Fondo Editorial.
- Navarrete, D. M. (17 de marzo de 2011). Gestipolis. Obtenido de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/el-ambiente-externo-de-las-organizaciones-como-gestionarlo/>
- Nunes, P. (31 de diciembre de 2015). Gestión de proyectos. Buenos Aires: Teseo. Obtenido de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestion-comercial/>
- Orjuela, C., Medina, S., & Chain, S. (2009). Guia del estudio de mercado para la evaluacion de proyectos. Chile: Pearson.
- Patricio Bonta, M. F. (2010). 199 pregunta sobre Marketinh y Publicidad. (A. Bernal, Ed.) Bogotá, Colombia: Grupo editorial Norma.
-

- Pearce, D. W. (2008). Economía moderna. En D. W. Pearce, Economía Moderna (págs. 1-425). Madrid -España: Akal S.A.
- Philip Kotler, G. A. (2013). Fundamentos de Marketing. Mexico: Pearson Educación.
- Philip, K. (2007). Los pecados capitales del Marketing. España: kotler.
- Picado, A. (2007). La formulacion y la evaluacion de proyectos con énfasis en el sector agrícola. San Jose: EUDNED.
- Porter, B. (2006). Administracion. Mexico: Pearson Educacion.
- Prats, J. (2011). Investigacion, innovacion y buenas practicas. Barcelona: GRAO.
- Press, H. B. (2009). Entendiendo las Finanzas . Santiago: Ompact Media.
- Ramírez, H. B. (2006). Indicadores Financieros. Mexico: Umbral Ediciones.
- Rebeco, J. E. (2007). Macroeconomía Intermedia. España: Pearson Educación.
- Reyes, A. (2005). Administracion de Empresas teoria y practica. Mexico: Limusa.
- Reyes, U. (2014). Gestion de recursos laborales , formativos y analisis de puestos de trabajo. Logroño: Tutorformacion.
- Rojas, S. (21 de octubre de 2009). ANALISIS DE LA DEMANDA. Obtenido de ANALISIS DE LA DEMANDA: <http://buendato.com/profiles/blogs/analisis-de-la-demanda>
- Roman, J. C. (2017). Estados Financieros Básicos 2017. México: Ediciones Fiscales ISEF.

- Ruiz, B. L. (2004). La Esencia del Marketing. Catalunya: Univ. Politèc. de Catalunya.
- Ruiz, C. Q. (1993). Elementos de Inferencia Estadística. Costa Rica: Editorial Universidad de Costa Rica.
- Sabadías, A. V. (1995). Estadística descriptiva e inferencial. Bogotá: Universidad de Castilla, La Mancha.
- Salazar, P. F. (2008). Gestión Estratégica de Negocios. México: Siglo XXI.
- SALGADO, J. G. (2010). CAPÍTULO II – ANÁLISIS SITUACIONAL. Ecuador: ESPE.
- Sanchez Bektran, R. A. (21 de 10 de 2013). Definicion de Control Empresarial. Obtenido de Definicion de Control Empresarial:  
<https://prezi.com/a5xxedmfomdv/definicion-de-control-empresarial/>
- SBS. (2014). Superintendencia de Bancos y Seguros. Recuperado el 30 de Junio de 2015, de [http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=70&vp\\_tip=2](http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2)
- Schalageter, J. D. (2005). Finanzas Operativas. C.D Mexico, Mexico: IPADE.
- Seguros, s. d. (s.f.). superintendencia de Compañías y Seguros. Obtenido de superintendencia de Compañías y Seguros: <http://www.equivida.com/vida-segura/superintendencia-de-bancos-y%20seguros-del-ecuador>
- SRI. (20 de marzo de 2010). Requisitos para la implementacion de empresas en el Ecuador. Obtenido de SRI:  
[https://www.google.com.co/search?ei=3PyzWo2NOYKp\\_QaevKqwBQ&q=](https://www.google.com.co/search?ei=3PyzWo2NOYKp_QaevKqwBQ&q=)

REQUISITOS+PARA+IMPLEMENTAR+UNA+EMPRESA+SEGUN+SRI  
&oq=REQUISITOS+PARA+IMPLEMENTAR+UNA+EMPRESA+SEGUN  
+SRI&gs\_l=psy-ab.3...23508.36524.0.40014.50.33.0.10.10.0.534.5152.2-  
4j5j3j2.14.0....0...1c.1.64.

SRI. (s.f.). SRI. Obtenido de SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-el-sri>

Talaya, Garcia, Gonzalez, Olarte, & Reinares:Saco. (2008). Principios de Marketing.  
Madrid: Esic.

Torregroza, É. ., (2013). Cultura de la investigación para los estudios urbanos,  
políticos e internacionales. Costa Rica: Editorial Universidad del Rosario.

Urbina, B. (2010). Evaluacion de Proyectos. MÉXICO: McGRAW-  
HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

Vásquez, A. G. (2005). Contabilidad financiera (Primera edición ed.). BOgotá,  
Colombia: Centro editorial de la Universidad del Rosario.

Verde, M. A. (2006). Psicología jurídica: un enfoque criminológico. México: Delta  
Publicaciones, 2006.

Villegas, C. F. (2013). Contabilidad de Costos. España: Pearson Educación.

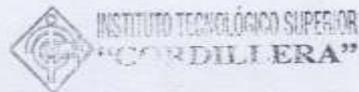
Zambrana, G. C. (26 de 04 de 2012). Proyeccion de oferta y demanda, estudio de  
mercado. Obtenido de Proyeccion de oferta y demanda, estudio de mercado:  
[http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado\\_h](http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h)

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**  
**ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA**

**ORDEN DE EMPASTADO**

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **PAULINA JESSENIA ESPINOZA CARCELÉN**, portador de la cédula de identidad N° **1726866930**, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 16 de abril del 2018



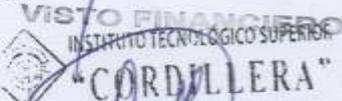
02 MAY 2018

*S. B. B.*  
COORDINACIÓN PRÁCTICAS



Sra. Mariela Balseca

CAJA

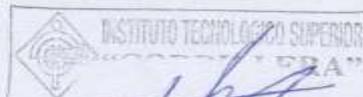


CONSEJO DE CARRERA

Ing. Angélica Aldaz  
Escuela Bancaria y Financiera  
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

Ing. Samira Villalba

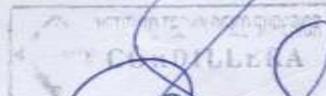
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Dr. Patricio Guanopatin  
DIRECTOR DE CARRERA



Ing. William Parra  
BIBLIOTECA



Tgla. Cristina Chuqui  
SECRETARIA ACADÉMICA

## Urkund Analysis Result

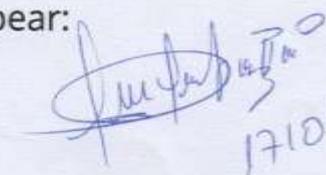
Analysed Document: PAULINA JESSENIA ESPINOZA CARCELÉN.docx (D37057931)  
Submitted: 3/29/2018 1:41:00 AM  
Submitted By: pauchi95@hotmail.com  
Significance: 5 %

### Sources included in the report:

EDWIN SIMBA.pdf (D30284459)  
EDWIN WLADIMIR SIMBA PILAPAÑA.pdf (D30298150)  
EDWIN WLADIMIR SIMBA PILAPAÑA.pdf (D30339474)  
Diana Carolina Gomez Enriquez.docx (D37026303)  
Luis Anibal Cacuango Cacuango.pdf (D30300645)  
tesis ok.pdf (D30286597)  
urkund\_cacuango\_janina\_banca\_2017.docx (D26709522)  
urkund\_cacuango\_janina\_banca\_2017.docx (D26679193)  
LEYSTON LENNIN BASURTO VERGARA.pdf (D30285987)  
<http://factoreslegales.blogspot.com/>  
<http://www.gestiopolis.com/el-ambiente-externo-de-las-organizaciones-como-gestionarlo/>  
<http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestion-comercial/>  
<http://buendato.com/profiles/blogs/analisis-de-la-demanda>  
<https://prezi.com/a5xxedmfomdv/definicion-de-control-empresarial/>  
[http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado\\_h](http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h)

### Instances where selected sources appear:

45

  
1710688266