



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
EDREDONES PARA NIÑOS CON DETALLES Y ACABADOS A BASE DE
HILOS DE NEÓN EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO,
PARROQUIA SOLANDA, AÑO 2018.

Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera.

Autor: Catucuamba Quilo Elvis Daniel

Director: Ing. Andrés Analuisa

Quito, 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 31 de Octubre del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **CATUCUAMBA QUILO ELVIS DANIEL**, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EDREDONES PARA NIÑOS CON DETALLES Y ACABADOS A BASE DE HILOS DE NEÓN EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA SOLANDA 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. Andrés Analuisa
 Tutor de Proyectos


Ing. Henry Cerón
 Lector de Proyectos


Ing. Maribel Asqui
 Revisora de Proyectos


**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**
CONSEJO DE CARRERA
Adm. Bancaria y Financiera
Ing. Francisco Salas
Delegado Unidad de Titulación

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**
DIRECTOR DE CARRERA
Ing. María Fernanda Burga
Director de Carrera

CAMPUS 1 - NATEZ	CAMPUS 2 - LOBOS	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASL	CAMPUS 5 - YACUAMBI	CAMPUS 6 - YACUAMBI
Av. de la Promesa 1445-208 y Logroño Teléfono: 2245460 / 2249900 instituto@cordillera.edu.ec www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Da 2-84 y Av. de la Promesa (Anexo) Cord. Cordillera Teléfono: 2420442 / Fax: 2420649	Bracamoros N15-103 y Yacumbi (Anexo) Teléfono: 2242041	Av. Brasil 1445-49 y Zumbi Teléfono: 2246006	Yacumbi Da 2-38 y Bracamoros Teléfono: 2249904	Yacumbi Da 2-122 y Bracamoros Teléfono: 2249904

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, 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.



Elvis Daniel Catucuamba Quilo

CC: 172196053-0

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo **Elvis Daniel Catucuamba Quilo** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **172196053-0** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **“Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa productora y comercializadora de edredones para niños con detalles y acabados a base de hilos de neón en el Distrito Metropolitano de Quito, parroquia Solanda, año 2018”** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Elvis Daniel Catucuamba Quilo

CEDULA

CC: 172196053-0

Quito, 2018

AGRADECIMIENTO



Quiero agradecer a mis padres por ser mi guía y fortaleza durante el trayecto de mi vida, por el esfuerzo, dedicación, amor y apoyo entregado hasta el día de hoy. Fomentándome valores que me ayudarán a ser un hombre de bien dentro de la sociedad.

A mis hermanos que han colocado su total confianza e incondicionalidad en mí, al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por a verme entregado las herramientas necesarias que me ayudaron a culminar esta etapa de mi vida, también a mi tutor por la enseñanza y dedicación que me brindó durante la culminación de mi proyecto.

A todos gracias.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi madre por ser la persona más importante dentro de mi vida, por haberme motivado, aconsejado, cuidado y entendido durante todo este tiempo, por inculcarme valores y enseñanzas que me han ayudado a ser un hombre de bien. Y a mis hermanos que siempre han estado presentes a lo largo de mi camino, ustedes fueron el motor que me impulso a poder culminar esta etapa de mi vida y gracias a ustedes puedo culminar mi formación profesional

Índice General

Declaratoria	II
Licencia de Uso no Comercial	III
Agradecimiento	IV
Dedicatoria	V
Índice General	VI
Índice de Tablas.....	XII
Índice de Figuras	XV
Resumen Ejecutivo.....	XVII
Abstract	XIX
CAPÍTULO I.....	1
1. Introducción.....	1
1.1 Justificación.....	1
1.2 Antecedentes	2
CAPÍTULO II.....	5
2. Análisis Situacional.....	5
2.1 Ambiente Externo.....	5
2.1.1 Factor Económico.....	5
2.1.1.01 Inflación.....	6
2.1.1.02 Inflación por Ciudades	7
2.1.1.03 Tasa de Interés Activa	9
2.1.1.04 Tasa de Interés Pasiva	10
2.1.1.05 Producto Interno Bruto (PIB)	11
2.1.1.06 PIB Sectorial.....	12
2.1.1.07 Riesgo País	14
2.1.1.08 Balanza Comercial	15
2.1.2 Factor Social.....	16
2.1.2.01 Población Económicamente Activa (PEA)	17
2.1.2.02 Subempleo	18
2.1.2.3 Desempleo	19
2.1.2.04 Canasta familiar básica.....	20
2.1.2.5 Salario Básico Unificado.....	21
2.1.3 Factor Legal.....	23

2.1.3.01 Registro Único de Contribuyente (RUC)	23
2.1.3.02 Licencia Única de Actividad Económica (LUA)	24
2.1.3.03 Patente	24
2.1.3.04 Cuerpo de Bomberos	25
2.1.3.05 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)	25
2.1.3.06 Ministerio de Trabajo	26
2.1.4 Factor Tecnológico	26
2.2 Entorno Local	27
2.2.1 Clientes	27
2.2.2 Proveedores	28
2.2.3 Competidores	29
2.2.3.01 Competidores Directos	29
2.2.3.02 Competidores indirectos	29
2.3 Análisis Interno	30
2.4 Propuesta Estratégica	30
2.4.1 Filosofía Empresarial	30
2.4.1.01 Misión	31
2.4.1.02 Visión	31
2.4.2 Objetivos	31
2.4.2.01 Objetivo General	31
2.4.2.02 Objetivos Específicos	31
2.4.3 Principios y/o Valores	32
2.4.3.01 Responsabilidad	32
2.4.3.02 Compromiso	32
2.4.3.03 Ética	33
2.4.3.04 Trabajo en Equipo	33
2.4.3.05 Lealtad	33
2.4.3.06 Honestidad	34
2.4.4 Gestión Administrativa	34
2.4.4.01 Gerente General	35
2.4.4.01.01 Perfil Profesional	35
2.4.4.02 Contador	35
2.4.4.02.01 Perfil Profesional	36

2.4.5 Gestión Operativa.....	37
2.4.5.01 Departamento de Producción	37
2.4.5.01.01 Perfil Profesional	38
2.4.5.02 Bodega.....	38
2.4.5.02.01 Perfil Profesional	39
2.4.5.03 Operarios	39
2.4.5.03.01 Perfil Profesional	39
2.4.6 Gestión Comercial	40
2.4.6.01 Departamento Comercial.....	40
2.4.6.01.01 Perfil Profesional	41
2.4.6.02 Cajero Vendedor.....	41
2.4.6.02.01 Perfil Profesional	42
2.4.6.03 Marketing MIX.....	42
2.5 Matriz de Factores Externos.....	51
CAPÍTULO III	53
3. Estudio de Mercado.....	53
3.1 Análisis del Consumidor	53
3.1.1 Determinación de la Población y Muestra	54
3.1.1.01 Cálculo de la Muestra.....	54
3.1.1.02 Remplazo de Datos y Aplicación de la Formula	55
3.1.2 Técnicas de Obtención de Información.....	55
3.1.2.01 Investigación por Observación	56
3.1.2.02 Investigación a través del Focus Groups	56
3.1.2.03 Investigación a través de Encuestas	56
3.1.3 Análisis de la Información	57
3.2 Demanda.....	68
3.2.1 Demanda Histórica	69
3.2.2 Demanda Actual	69
3.2.3 Demanda Proyectada	69
3.3 Oferta.....	70
3.3.1 Oferta Histórica	70
3.3.2 Oferta Actual	71
3.3.3 Oferta Proyectada	71

3.4 Productos Sustitutos	71
3.4.1 Oferta Histórica	72
3.4.2 Oferta Actual	72
3.4.3 Oferta Proyectada	73
3.5 Balance de Oferta y Demanda	73
3.5.1 Balance Oferta y Demanda Proyectada	74
CAPÍTULO IV	75
4. Estudio Técnico	75
4.1 Tamaño del Proyecto	75
4.1.1 Capacidad Instalada	76
4.1.2 Capacidad Óptima	77
4.2 Localización	78
4.2.1 Macro Localización	78
4.2.2 Micro Localización	79
4.2.3 Localización Óptima	80
4.3 Ingeniería del Producto	82
4.3.1 Definición del Bien o Servicio	82
4.3.2 Distribución de la Planta	83
4.3.2.01 Descripción Operativa y Distribución de cada Departamento	86
4.3.2.01.01 Departamento de producción:	86
4.3.2.01.02 Departamento de diseño:	86
4.3.2.01.03 Bodega:	86
4.3.2.01.04 Departamento de Control de Calidad	87
4.3.2.01.04 Departamento Administrativo Financiero:	87
4.3.2.01.05 Gerencia General:	87
4.3.2.01.06 Departamento de Marketing	87
4.3.2.01.07 Local Comercial	87
4.3.2.01.08 Comedor:	88
4.3.2.01.09 Baño	88
4.3.3 Proceso Productivo	88
4.3.4 Maquinaria	90
4.3.5 Equipo	90
CAPÍTULO V	92

5. Estudio Financiero.....	92
5.1 Ingresos	93
5.1.1 Ingresos Operacionales.....	93
5.1.2 Ingresos no Operacionales.....	93
5.2 Costos	93
5.2.1 Costos Directos.....	94
5.2.1.01 Materia prima Directa (M.P.D)	94
5.2.1.2 Mano de Obra Directa	94
5.2.2 Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F).....	95
5.2.3 Gastos Administrativos	96
5.2.4 Gastos de Venta.....	97
5.2.5 Gastos Financieros	97
5.2.6 Costos Fijos y Variables.....	98
5.3 Inversiones.....	99
5.3.1 Inversión Fija.....	100
5.3.1.01 Activos Fijos.....	100
5.3.1.02 Activos Nominales	101
5.3.2 Capital de trabajo.....	101
5.3.3 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos	102
5.3.4 Amortización del Financiamiento (Tabla de Amortización).....	103
5.3.5 Depreciaciones	105
5.3.6 Estado de Situación Inicial	105
5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (5 años).....	106
5.3.8 Flujo de Caja Proyectado	107
5.4 Evaluación Financiera	108
5.4.1 Tasa Mínima de Rentabilidad (TMAR)	109
5.4.2 Valor Actual Neto (VAN)	110
5.4.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)	111
5.4.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	112
5.4.5 Relación Costo Beneficio	112
5.4.6 Punto de Equilibrio.....	113
5.4.7 Análisis de Índices Financieros	114
5.4.7.01 Margen Neto.....	115

5.4.7.02 R.O.E	115
5.4.7.03 Rentabilidad del Activo (R.O.A).....	116
5.4.7.04 Relación pasivo activo.....	116
CAPÍTULO VI	118
6. Análisis de Impactos	118
6.1 Impacto Ambiental	118
6.2 Impacto Económico.....	120
6.3 Impacto Productivo	121
6.7 Impacto Social.....	123
6.8 Matriz Resumen	125
CAPÍTULO VII.....	126
7. Conclusiones y Recomendaciones	126
7.1 Conclusiones	126
7.2 Recomendaciones.....	127
ANEXOS.....	129
Bibliografía.....	136

Índice de Tablas

Tabla 1.....	6
Tabla 2.....	8
Tabla 3.....	9
Tabla 4.....	10
Tabla 5.....	11
Tabla 6.....	13
Tabla 7.....	14
Tabla 8.....	15
Tabla 9.....	17
Tabla 10.....	18
Tabla 11.....	19
Tabla 12.....	21
Tabla 13.....	22
Tabla 14.....	27
Tabla 15.....	28
Tabla 16.....	30
Tabla 17.....	52
Tabla 18.....	57
Tabla 19.....	58
Tabla 20.....	59
Tabla 21.....	60
Tabla 22.....	62
Tabla 23.....	63
Tabla 24.....	64
Tabla 25.....	65
Tabla 26.....	66
Tabla 27.....	67
Tabla 28.....	69
Tabla 29.....	69
Tabla 30.....	70
Tabla 31.....	71
Tabla 32.....	71

Tabla 33.....	72
Tabla 34.....	73
Tabla 35.....	73
Tabla 36.....	74
Tabla 37.....	74
Tabla 38.....	76
Tabla 39.....	77
Tabla 40.....	79
Tabla 41.....	81
Tabla 42.....	82
Tabla 43.....	84
Tabla 44.....	84
Tabla 45.....	86
Tabla 46.....	90
Tabla 47.....	91
Tabla 48.....	91
Tabla 49.....	91
Tabla 50.....	94
Tabla 51.....	95
Tabla 52.....	95
Tabla 53.....	95
Tabla 54.....	96
Tabla 55.....	96
Tabla 56.....	97
Tabla 57.....	98
Tabla 58.....	99
Tabla 59.....	99
Tabla 60.....	100
Tabla 61.....	101
Tabla 62.....	102
Tabla 63.....	102
Tabla 64.....	103
Tabla 65.....	104
Tabla 66.....	105

Tabla 67.....	106
Tabla 68	107
Tabla 69.....	108
Tabla 70.....	109
Tabla 71.....	110
Tabla 72.....	113
Tabla 73.....	115
Tabla 74.....	115
Tabla 75.....	116
Tabla 76.....	117
Tabla 77.....	119
Tabla 78.....	119
Tabla 79.....	120
Tabla 80.....	121
Tabla 81.....	122
Tabla 82.....	122
Tabla 83.....	124
Tabla 84.....	124
Tabla 85.....	125
Tabla 86.....	125

Índice de Figuras

Figura 1 Inflación Anual en el Ecuador	7
Figura 2 Inflación Principales Ciudades del Ecuador	8
Figura 3 Tasa de Interés Activa de microcrédito minorista	9
Figura 4 Tasa de Interés Pasiva efectiva por periodo de tiempo (365 días y más)	11
Figura 5 PIB en el Ecuador	12
Figura 6 Variación del PIB Sectorial de la Industria Textil y Manufacturera	13
Figura 7 Riesgo país en el Ecuador y su variación a fin de cada mes.....	14
Figura 8 Variación de la Balanza Comercial.....	16
Figura 9 Evolución del PEA en el Ecuador.....	17
Figura 10 Subempleo y su evolución	18
Figura 11 Desempleo en el Ecuador.....	20
Figura 12 Canasta Familiar Básica (Familia de 4 integrantes)	21
Figura 13 SBU y su Evolución.....	22
Figura 14 Gestión administrativa	34
Figura 15 Organigrama de la Gestión Administrativa	35
Figura 16 Gestión Operativa	37
Figura 17 Gestión comercial	40
Figura 18 Modelos de Edredones para niños de 1 plaza y 1/2	44
Figura 19 Cartas de presentación "NEÓNTEX"	45
Figura 20 Trípticos "NEÓNTEX"	46
Figura 21 Flyers "NEÓNTEX"	47
Figura 22 Página oficial de Facebook "NEÓNTEX"	48
Figura 23 Nombre de la Microempresa.....	49
Figura 24 SLOGAN	49
Figura 25 Logotipo	50
Figura 26 Género.....	58
Figura 27 Edad	59
Figura 28 Reconocimiento del Mercado	60
Figura 29 Nivel de Compra	61
Figura 30 Frecuencia de Compra	62
Figura 31 Nivel de Satisfacción	63
Figura 32 Precio del Mercado	64

Figura 33 Conocimiento de Producto.....	65
Figura 34 Nivel de Acogida del Producto	66
Figura 35 Canales de Difusión	68
Figura 36 Mapa de la Ciudad de Quito	79
Figura 37 Mapa del Sector de Solanda.....	80
Figura 38 Matriz SLP de la planta.....	84
Figura 39 Planos del Proyecto.....	85
Figura 40 Proceso Productivo Temporizado	89
Figura 41 Punto de Equilibrio	114

RESUMEN EJECUTIVO

El sector textil dentro del territorio ecuatoriano es uno de los mercados más diversificados y productivos que se puede observar, en la actualidad este sector es uno de los que más aportan con el crecimiento socio-económico del país teniendo un crecimiento anual del 1,72% y un impacto muy significativo dentro del Producto Interno Bruto total del país, pero durante los últimos años las empresas nacionales deben competir de manera constante con productos que provienen del extranjero ya que estos nuevos productos presentan un valor agregado que es atractivo para los consumidores ya sea en diseños, precios o usos que se le dan a los nuevos productos.

Y gracias a esta razón se implementa una micro empresa que apoye con el crecimiento de dicho sector, el presente estudio de factibilidad ayuda a visualizar de manera más detallada los elementos y procedimientos que se deben de tomar en cuenta al momento del lanzamiento de un nuevo producto, en donde siguiendo los procedimientos adecuados se puede obtener un estudio sólido y confiable, los elementos a considerarse en el desarrollo del proyecto fueron los siguientes: En el capítulo I se puede visualizar de manera muy detallada una serie de parámetros que ayudan a que el proyecto tenga una mejor estética y presentación para los interesados en el mismo, se visualiza una introducción, una justificación y una pequeña reseña histórica de la evolución del sector textil dentro del país los cuales ayudan a detallar de mejor manera el fin y el objetivo del porque se optó por ejecutar un proyecto de este tipo, a continuación en el capítulo II se puede visualizar un análisis situacional de los factores macro y micro económicos que tendrán efecto sobre el proyecto, también se tiene los parámetros legales que se deben seguir para poder llevar a cabo un proyecto como este, en donde a cada uno de ellos se les da una respectiva descripción que ayuda a determinar si dicho factor será favorable o no

a la consecución del proyecto, en el capítulo III se elaboró un estudio de mercado en donde su punto de partida se lo dio a través de una encuesta la cual entregó información muy importante para la continuidad del proyecto en donde se pudo conocer el nivel de acogida que tendrá el producto, los canales de distribución, el nivel de satisfacción que los clientes tienen sobre los productos que ya están en el mercado, la frecuencia de compra, dicho de manera más resumida la oferta y demanda que presenta el mercado local y las posibilidades que tendrá un nuevo producto dentro del mercado actual.

En el capítulo IV se tiene un estudio técnico en donde se da a conocer el tamaño del proyecto, la capacidad de producción, la localización idónea para que el mismo sea competitivo. La distribución de la planta y cada uno de los departamentos involucrados en el proceso comercial y productivo, a continuación en el capítulo V uno de los más relevantes dentro de un proyecto se realiza el estudio financiero en donde se determina la inversión total que tendrá el proyecto, sus costos, sus gastos, financiamiento, su capital de trabajo, activos, pasivos, las obligaciones financieras que pretende obtener y sus ventas, todos estos datos son presentados a través en estados financieros tales como el balance general, estado de resultados y flujo de efectivo cada uno de estos estados son de vital importancia para poder ejecutar la evaluación financiera la cual se trata en la aplicación de fórmulas que ayudan a determinar si un proyecto es rentable o no para un inversionista o para el proyectista los cuales buscan tener una ganancia o utilidad después de un determinado periodo de tiempo. En el capítulo VI se determina el impacto ambiental, económico, productivo y social que tendrá un proyecto dentro de la sociedad y por último en el capítulo VII se detallan las conclusiones y recomendaciones que tendrá el proyecto. Dando por finalizado el desarrollo del proyecto de factibilidad.

ABSTRACT

The textile sector within the Ecuadorian territory is one of the most diversified and productive markets that can be observed, currently this sector is one of the most contributing with the socio-economic growth of the country having an annual growth of 1,72% and a very significant impact on the total GDP of the country, but in recent years domestic companies must compete consistently with products that come from abroad as these new products have an added value that is attractive to consumers in either designs, prices Or uses that are given to new products.

And thanks to this reason it is tried to implement a micro company that supports with the growth of this sector, the present feasibility study helps to visualize in a more detailed way the elements and procedures that must be taken into account at the moment of the launching of a new product, where following the appropriate procedures, a solid and reliable study can be obtained, the elements to be considered in the development of the project were the following: In chapter I, a series of parameters can be visualized in a very detailed way that help the project to have a better aesthetics and presentation for those interested in it, an introduction, a justification and a brief historical review of the evolution of the textile sector within the country are shown which help to better detail the purpose and the objective of why it was chosen for executing a project of this type then, in the chapter II you can visualize a situational analysis of the macro and micro economic factors that will have an effect on the project, you also have the legal parameters that must be followed to carry out a project like this, where each one of them is given a respective description that helps to determine if said factor will be favorable or not to the achievement of the project, in chapter III a market study was elaborated where its starting point was given through a survey which gave very important information for

the continuity of the project where it was possible to know the level of reception that the product will have, distribution channels, the level of satisfaction that customers have about the products that are already in the market, the frequency of purchase, in a more summarized way, the supply and demand that a product has in an already consolidated market and the possibilities that will have a new product within the current market.

In chapter IV there is a technical study where the size of the project, the production capacity, the ideal location for it to be competitive is disclosed. The distribution of the plant and each of the departments involved in the commercial and productive process, then one of the most relevant chapters V a project is done which is the financial study in this chapter is known the total investment that will have the project, its costs, its expenses, financing, its working capital, assets, liabilities, the financial obligations it intends to obtain and its sales all these data are presented through financial statements such as the balance sheet, statement of results and cash flow each of these financial are of vital importance to be able to execute the financial evaluation which is treated in the application of formulas that help determine whether a project is profitable or not for an investor or for the designer which seek to have a profit or utility after a certain period of time. Chapter VI determines the environmental, economic, productive and social impact that a project will have within society and finally in chapter VII the conclusions and recommendations that the project will have are detailed. Completing the development of the feasibility project.

CAPÍTULO I

1. Introducción

1.1 Justificación

Los padres de familia en el proceso de crianza de sus niños presentan un inconveniente al momento de que estos son expuestos a lugares oscuros, esto se puede dar por diversos factores pero el más común y más constante es el miedo, debido a esta razón se lanza un producto que ayude con esta problemática, el neón es un material muy poco conocido dentro del mercado actual, el mismo posee diversos usos dentro de los diferentes ámbitos industriales pero su característica principal y la más utilizada es que posee la capacidad de poder iluminarse de manera natural dentro de lugares oscuros o con muy poca cantidad de luz y gracias a esta particularidad se lo incorpora al sector textil, obteniendo una nueva forma de fabricación dentro del mercado al cual se va a incursionar, dichos materiales tanto el neón como los materiales textiles serán fusionados y transformados en edredones para niños los cuales tendrán detalles y apliques a base de hilos de neón con diseños amigables, llamativos y personalizados para cada uno de ellos, de esta manera se

apoya al crecimiento de los niños y satisfacer una necesidad muy poco atípica con los consumidores que buscar productos nuevos dentro del presente mercado, pretendiendo de esta manera mejorar la calidad de vida tanto del productor como de los consumidores.

Dichos edredones al ser sometidos a nuevas formas de fabricación no perjudicarán la salud de cada uno de sus consumidores, ya que el neón es un material no alérgico que aplicado en dosis pequeñas no afecta en el desarrollo del producto ni afecta la salud de cada uno de los consumidores, cada uno de los edredones al ser sometido a diversos ambientes como agua, detergente, cloro o suavizante no va a perder sus características siendo el tiempo el único capaz de poder deteriorar tanto al edredón como a sus detalles, adicionalmente no perjudica al sueño de cada uno de los consumidores debido a que los detalles que se implementarán no serán aplicados en grandes cantidades siendo cada uno de ellos acogedores y muy amistosos.

La industria textil contribuye al crecimiento del sector manufacturero con un valioso aporte, las exportaciones de artículos relacionados con esta industria han presentado en los últimos años un crecimiento significativo, pero se enfrenta al reto de competir dentro y fuera del país con nuevos mercados, mejorar la competitividad es el principal desafío de la industria, hacerlo permitirá ingresar y posicionarse en mercados foráneos, incentivar la producción y fomentar a la innovación es uno de los principales factores que dicho producto busca presentar y consecuentemente generar importantes plazas laborales.

1.2 Antecedentes

Los primeros pasos de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja se utilizó en los obrajes donde se fabricaban los

tejidos para quienes en aquella época eran las personas de un alto linaje y estatus económico.

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX que se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda. (Instituto de promoción de exportaciones e inversiones, 2012)

Una vez encaminada la producción o comercialización de esta industria consecuentemente se comenzaron a realizar diferentes tipos de producción con este tipo de materia, ya que el mismo era y es uno de los más solicitados en el diario vivir de una persona, dando como resultado a la producción de edredones cortinas cobertores e infinidad de productos basados en estos tipos de materiales.

No se tiene una fecha exacta ni quien fue el primer habitante que introdujo el edredón en el Ecuador lo que sí se sabe es que los mismos eran utilizados para poder soportar los climas tan cambiantes o extremos que posee cada región en épocas antiguas, dando a conocer que este producto acompaña al ser humano desde ya hace mucho tiempo para su subsistencia en el mundo, ya que los seres humanos necesitamos diferentes tipos de productos para poder llevar una estilo de vida acorde a cada situación y los materiales textiles ayudan mucho con este desarrollo.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Tomando como

principales referentes de esta industria a las provincias de Pichincha, Imbabura, Cuenca y Guayaquil.

El crecimiento constante del sector textil ha permitido que se diversifique el mercado actual siendo los hilados y tejidos los que mayor volumen de crecimiento tienen.

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, “Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.” (Instituto de promoción de exportaciones e inversiones, 2012, pág. 04)

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

“El ambiente externo se puede definir como los factores que se encuentran a nivel macro y que puedan afectar a la empresa en su desarrollo y su funcionamiento hasta un punto muy complejo, estos factores pueden suponer ventajas y amenazas para la misma organización” (Aguirre, 2011, pág. 04)

2.1 Ambiente Externo

“Conjunto de fuerzas y condiciones ajenas a la organización que influyen potencialmente en su desempeño” (Porter, 2006, pág. 77).

El ambiente externo es la exploración de los elementos que se encuentran fuera de una organización ya que estos tienen influencia sobre las actividades de la misma

2.1.1 Factor Económico

“La economía es la ciencia de la administración de los recursos escasos de una sociedad humana” (Portilla, 2010 , pág. 02).

El factor económico es el análisis de los recursos que una organización posea, estos pueden ser tanto recursos materiales o recursos monetarios, el estudio de la economía dentro de una organización es muy importante ya que este permitirá tomar acciones pertinentes al momento de que se presente algún problema dentro de cualquier escenario.

Los indicadores macro y micro empresariales que tienen efecto sobre un proyecto se deben a las medidas gubernamentales que cada país tiene, actualmente en el Ecuador se tiene los siguientes factores que son tomados en cuenta debido a que cada uno de estos tendrá repercusiones sobre el desarrollo del proyecto.

2.1.1.01 Inflación

“La inflación es el aumento sostenido y generalizado de los precios de los bienes y servicios de una economía a lo largo del tiempo” (López, 2012, pág. 02).

La inflación es uno de los factores más tomados en cuenta al momento de poder adquirir un bien o solicitar un servicio ya que debido a esta situación los precios de dichas necesidades tienden a incrementar su valor de manera significativa en algunos casos o de manera muy poco relevante dependiendo del escenario que presente cada país.

Tabla 1
Inflación Anual del Ecuador

FECHA	PORCENTAJE
Julio 2013	2,39%
Julio 2014	4,11%
Julio 2015	4,36%
Julio 2016	1,58%
Julio 2017	0,10%
Julio 2018	0,57%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Elvis Catucuamba

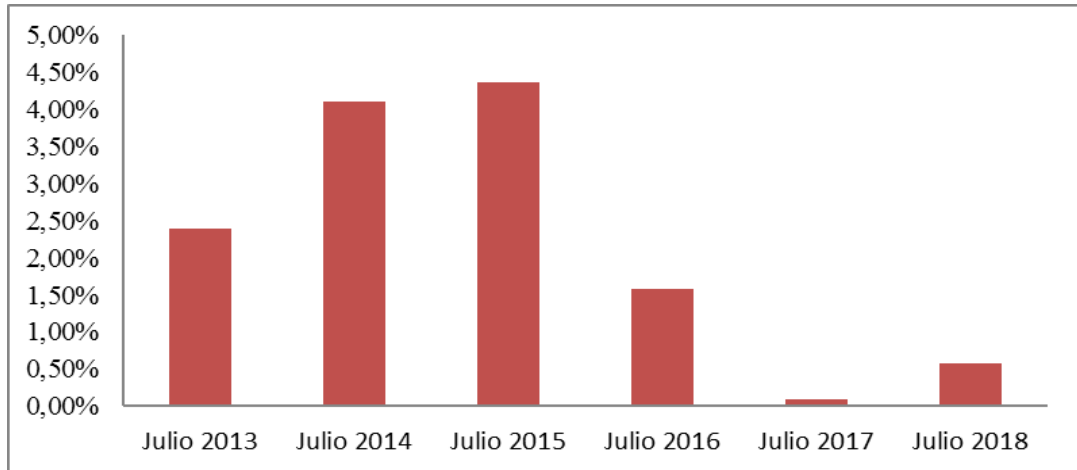


Figura 1 Inflación Anual en el Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Elvis Catucuamba

La inflación a nivel nacional en el territorio ecuatoriano en los últimos años viene presentando variaciones no tan significativas dentro del mismo, en la actualidad la inflación a nivel nacional tiene una reducción del 0.57% esto se debe a las medidas económicas que el gobierno implementó en los últimos meses, las cuales apoyaron a la potenciación y producción de la economía nacional lo cual es favorable para el país pero no para el proyecto, ya que el encarecimiento de los precios hace que los ciudadanos opten por adquirir y buscar productos de un costo que se acople a su economía, ya que si ven que sus ingresos no abastecen con el estilo de vida que ellos pretenden no compraran productos que no sean tan necesarios para su diario vivir , haciendo a un lado a los demás productos que se ofertan en el mercado entre estos los edredones de hilos de neón, siendo este factor una amenaza para el proyecto, ya que afecta con el poder adquisitivo de las personas y por ende de la microempresa.

2.1.1.02 Inflación por Ciudades

La inflación es un factor que afecta a todos los sectores comerciales de un país y a las diferentes ciudades que se encuentran dentro del mismo, en cada ciudad la inflación afecta de manera diferente produciendo un incremento en el precio de cada bien o servicio que se ofertan en el mercado.

Tabla 2
Inflación en las Principales Ciudades del Ecuador

Fecha	Quito	Guayaquil	Cuenca
Julio 2014	0,55%	0,49%	0,67%
Julio 2015	0,15%	-0,05%	0,11%
Julio 2016	0,10%	-0,17%	0,26%
Julio 2017	-0,04%	-0,11%	-0,01%
Julio 2018	-0,01%	0,28%	0,07%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Elvis Catucuamba

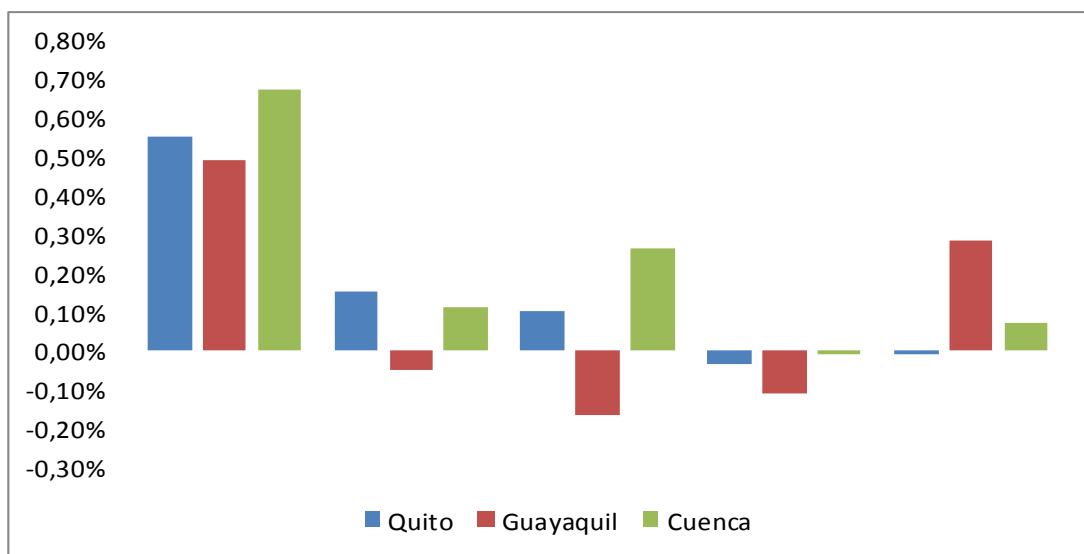


Figura 2 Inflación Principales Ciudades del Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Elvis Catucuamba

La inflación a nivel de las principales ciudades del Ecuador presenta variaciones muy cambiantes de un año a otro, esto se debe a las medidas económicas que adopta el gobierno.

La ciudad de Quito en la actualidad presenta un incremento en la inflación del 0,01% con respecto al año anterior, esto da como interpretación que si bien la inflación en la ciudad no presenta mayor incremento en los precios de una u otra manera afecta a la economía de los clientes, ya que si bien no es muy significativa no significa que los precios se están manteniendo, al contrario los precios si están teniendo un cierto incremento en cada uno de ellos afectando a la economía de las familias, ya que el aumento de precios hace que las personas pierdan su poder

adquisitivo y por tal motivo la inflación como tal es un factor de amenaza para el proyecto.

2.1.1.03 Tasa de Interés Activa

Es el interés que se paga a las instituciones financieras al recibir un préstamo, dicho préstamo posee diferentes tipos de tasas de interés entre las cuales tenemos la nominal y la efectiva. “La tasa de interés nominal se utiliza para calcular el pago de intereses que el usuario hace al banco, pero el verdadero costo del préstamo lo da la tasa de interés efectiva, que incluye además de los intereses, otros pagos como comisiones y seguros.” (Aguilar, 2013, pág. 02)

Tabla 3
 Tasas de Interés Activa de microcrédito minorista

Fecha	Porcentaje
Julio 2014	28,53%
Julio 2015	26,91%
Julio 2016	24,96%
Julio 2017	27,95%
Julio 2018	26,86%

Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaborado por: Elvis Catucuamba

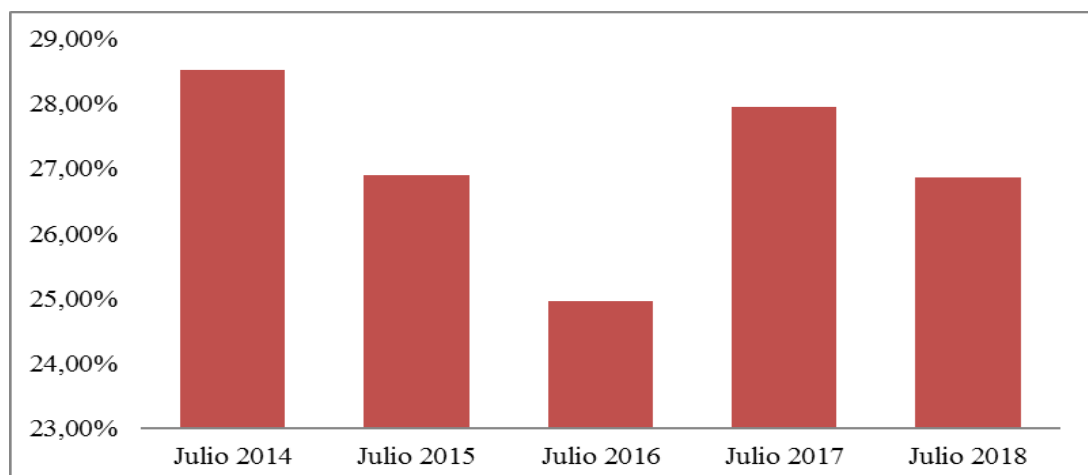


Figura 3 Tasa de Interés Activa de microcrédito minorista

Fuente: Banco central de Ecuador
 Elaborado por: Elvis Catucuamba

Las condiciones de financiamiento representa un factor fundamental para el desarrollo de las actividades de una microempresa de esta manera la Tasa Activa representa una oportunidad para el presente proyecto, debido a que si se opta por la mejor opción de financiamiento ayudará a tener una relación de confianza y compromiso cuando se trate de deudas y obligaciones con cada uno de los acreedores, la Tasa de Interés que se va a tomar como referencia es la tasa activa de microcrédito minorista debido a que esta tasa es el que más se adopta a la realidad del proyecto, al no tener un respaldo como una empresa ya consolidada o un activo que sirva de garantía para un préstamo con las Instituciones Financieras no podrán otorgar un préstamo con un menor interés y debido a esta razón se tendrá que optar por opción.

2.1.1.04 Tasa de Interés Pasiva

Es la tasa de interés que las Entidades Financieras pagan a los depositantes por sus ahorros o pólizas. Estas varían dependiendo del tiempo y tipo de depósito: depósitos a la vista, depósitos de ahorro a plazo y depósito a plazo fijo. Buscando de esta manera el poder tener mayor cantidad de inversión dentro de la institución.

Tabla 4
Tasa Pasiva Efectiva por periodo de tiempo (365 días y más)

Fecha	Porcentaje
Julio 2014	7,19%
Julio 2015	7,74%
Julio 2016	7,88%
Julio 2017	7,15%
Julio 2018	7,43%

Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: Elvis Catucuamba

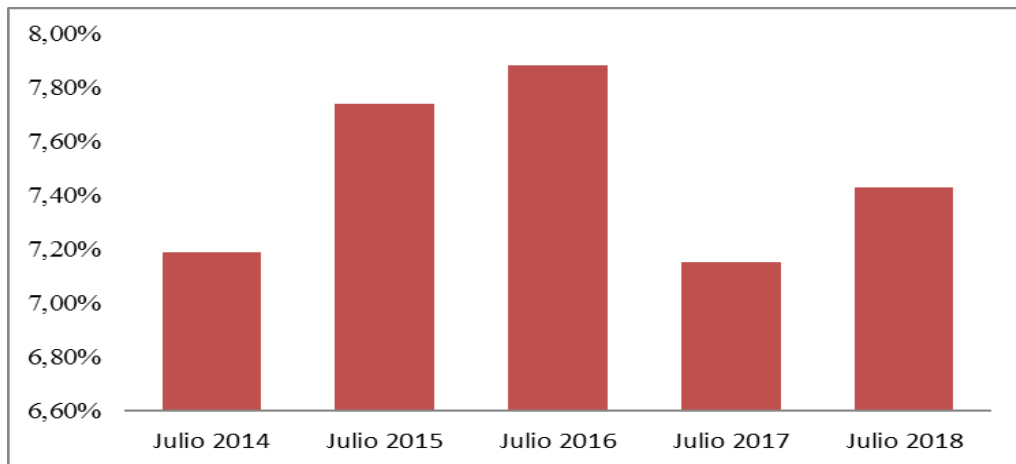


Figura 4 Tasa de Interés Pasiva efectiva por periodo de tiempo (365 días y más)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Elvis Catucuamba

La tasa micro representa una oportunidad para el presente proyecto, ya que esta ayudará a que la microempresa en el caso de poder generar utilidades las pueda invertir dentro de una Institución Financiera, haciendo trabajar el dinero sin la necesidad de interceder personalmente sobre el mismo, aligerando y buscando ayuda para el desarrollo económico e intentando obtener mayor cantidad de rentabilidad de la Institución. Adicionalmente el porcentaje que se obtiene de esta Tasa de Interés sirve para conocer el costo de oportunidad que tiene un proyecto.

2.1.1.05 Producto Interno Bruto (PIB)

“Es el valor total de todos los bienes y servicios finales producidos por una economía en un periodo concreto que suele ser en un año” (Krugman, 2007, pág. 163).

Tabla 5
PIB y su Variación en el Ecuador

FECHA	Millones de \$
Julio 2014	\$ 179,050
Julio 2015	\$ 178,020
Julio 2016	\$ 172,540
Julio 2017	\$ 171,050
Julio 2018	\$ 180,041

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Elvis Catucuamba

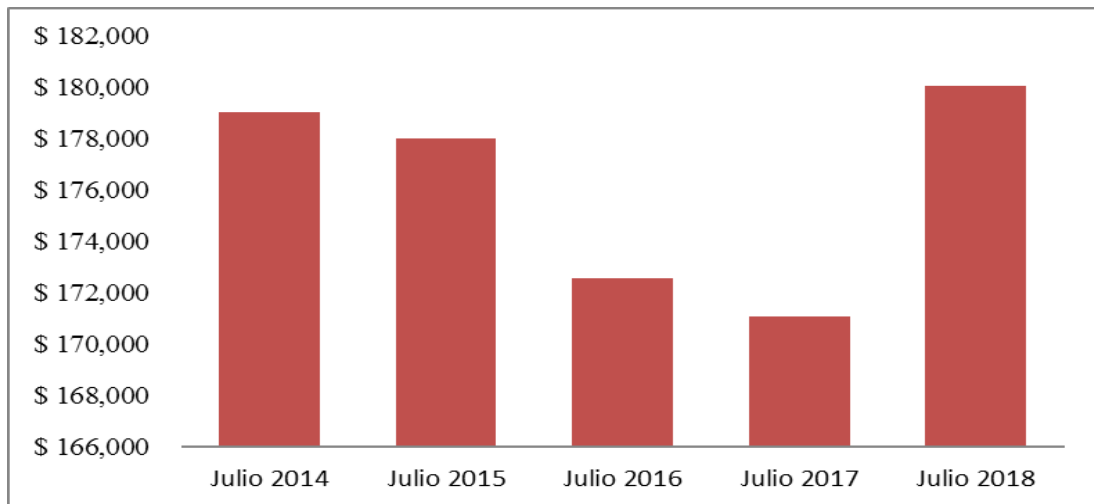


Figura 5 PIB en el Ecuador
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Elvis Catucuamba

En la actualidad el Producto Interno Bruto a nivel nacional ha presentado un aumento a comparación con el año anterior con lo que respecta a ingresos para el país, el Producto Interno Bruto dentro el territorio nacional ayuda a entender de mejor manera como se encuentra el pulso productivo del país, es decir el aumento o disminución de empresas y de producción, abarcando a todos los sectores productivos del país, y por tal motivo convirtiéndose en una oportunidad para el proyecto ya que el gobierno actual muestra diferentes tipos de opciones para poder reactivar la economía del Ecuador aportando de manera favorable a los emprendedores y empresarios que desean invertir en sus proyectos.

2.1.1.06 PIB Sectorial

Hace referencia a los ingresos y producción que tiene un determinado sector, el cual contribuye con el crecimiento y disminución del PIB total que un país tiene en un periodo de tiempo que por lo general es un año.

Tabla 6
PIB Sectorial de la Industria Textil y Manufacturera

Fecha	Porcentaje
Julio 2014	0,30%
Julio 2015	0,19%
Julio 2016	0,16%
Julio 2017	0,44%
Julio 2018	1,19%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Elvis Catucuamba

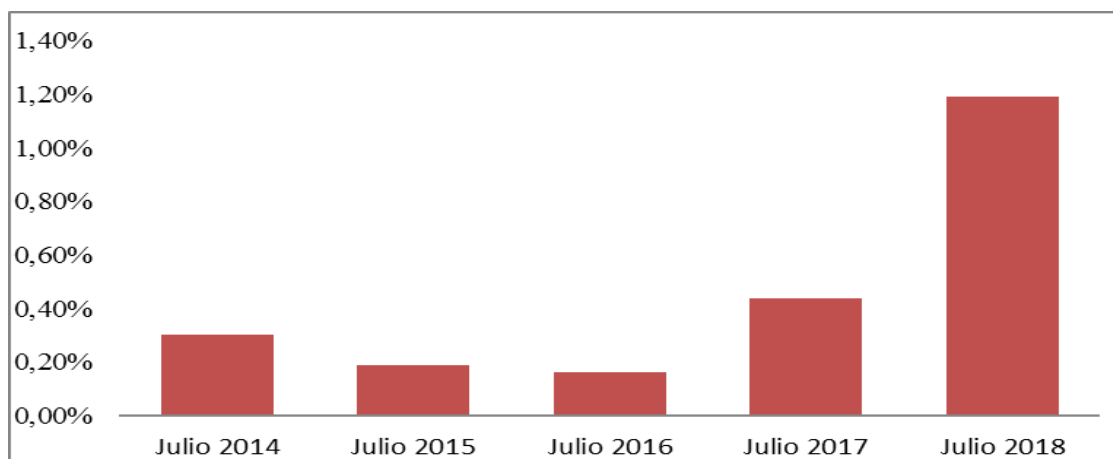


Figura 6 Variación del PIB Sectorial de la Industria Textil y Manufacturera

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Elvis Catucuamba

El Producto Interno Bruto sectorial dentro del territorio ecuatoriano y dentro del sector textil en los últimos años ha presentado una disminución considerable, representando una amenaza para el proyecto, debido a que afectan al desenvolviendo de las empresas textiles y manufactureras, ya que la disminución de ingresos en el país hacen que el gobierno busque nuevas formas de financiamiento, dando más cabida al incremento de impuestos o a normativas que perjudiquen al sector industrial, afectando la economía de los ecuatorianos y por consiguiente afectando su poder adquisitivo disminuyendo el futuro mercado potencial y futuras oportunidades de expansión dentro del sector textil.

2.1.1.07 Riesgo País

“Indica el nivel de incertidumbre para otorgar un préstamo a un país, mide la capacidad de dicho país para cumplir con los pagos de los intereses y del principal de un crédito al momento de su vencimiento” (Plaza, 2005, pág. 09).

Es decir, el riesgo que se corre al invertir en un país es decir que a mayor Riesgo País mayor es el riesgo de que este pueda cubrir sus obligaciones económicas.

Tabla 7

Riesgo País de Ecuador en los últimos meses del 2017 (Fin de cada mes)

Fecha	Puntos	Tasa
Diciembre 2017	459	4,59%
Enero 2018	448	4,48%
Febrero 2018	491	4,91%
Marzo 2018	557	5,57%
Abril 2018	628	6,28%
Mayo 2018	624	6,24%
Junio 2018	742	7,42%
Julio 2018	584	5,84%

Fuente: Revista Lideres

Elaborado por: Elvis Catucuamba

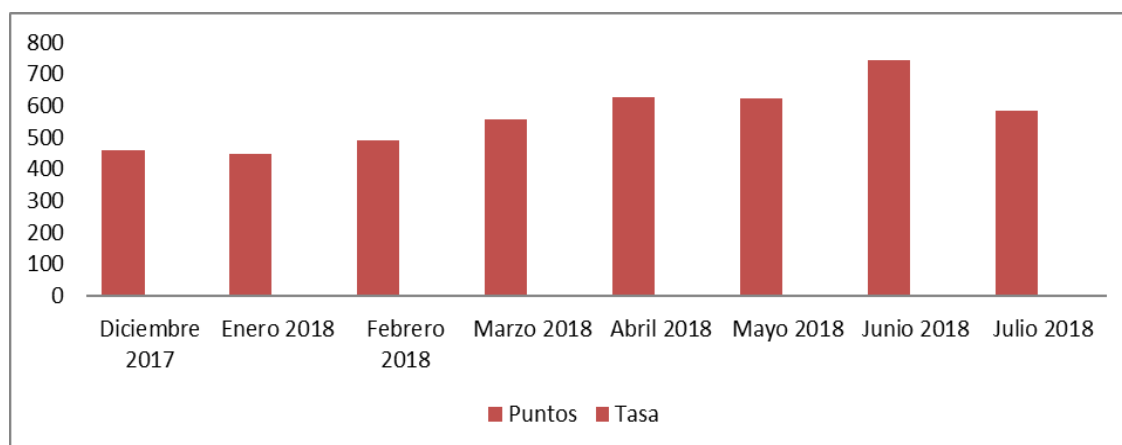


Figura 7 Riesgo país en el Ecuador y su variación a fin de cada mes

Fuente: Revista Lideres

Elaborado por: Elvis Catucuamba

El Riesgo País en el último mes en el Ecuador presenta una reducción de 43 puntos con respecto al mes anterior, esto indica que el país se encuentra con una mejor capacidad de endeudamiento reduciendo de manera favorable el riesgo para

futuras inversiones del extranjero y de esta manera convirtiéndose en un factor de oportunidad para el proyecto.

Ya que si un inversionista del extranjero o nacional ve que un proyecto es rentable y que las políticas gubernamentales son favorables para sus intereses no dudará en invertir en el proyecto haciendo que la empresa pueda expandirse y de esa manera generan mayor utilidad

2.1.1.08 Balanza Comercial

La Balanza Comercial hace referencia a la diferencia entre la exportación versus las importaciones que tiene un país en un determinado periodo de tiempo en la gran mayoría de casos este es un año.

Dicho en otras palabras es la diferencia de lo que un país vende en el extranjero contra lo que importa para su territorio.

Tabla 8
Variación de la Balanza Comercial en el Ecuador

Fecha	Millones de \$
Enero/Julio 2014	\$ 622,20
Enero/Julio 2015	\$ 622,20
Enero/Julio 2016	\$ (1.429,70)
Enero/Julio 2017	\$ 648,60
Enero/Julio 2018	\$ 542,60

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Elvis Catucumbamba

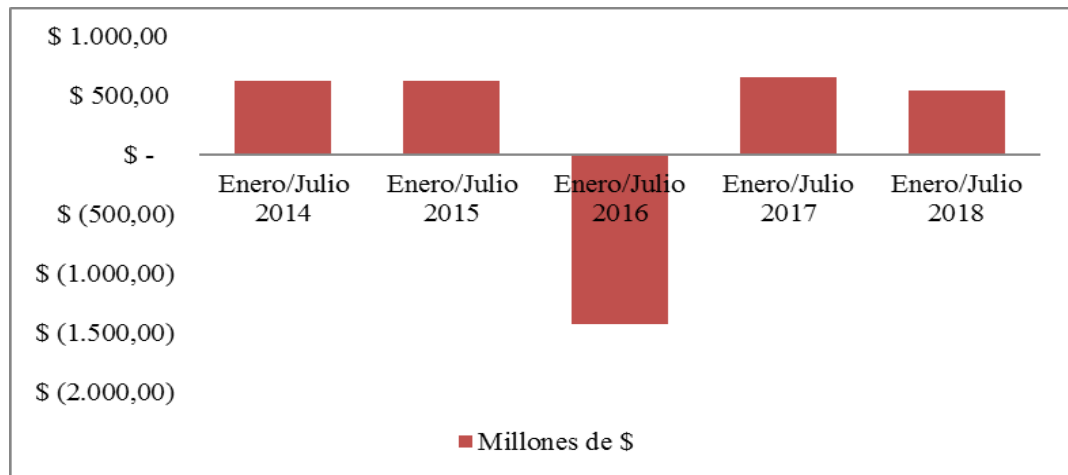


Figura 8 Variación de la Balanza Comercial

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Elvis Catucuamba

Este factor para el proyecto representa una amenaza ya que el Ecuador ha presentado una disminución en sus exportaciones, es decir, que las personas prefieren productos del exterior antes que los productos nacionales y en algunos casos deciden viajar a otros países en busca de productos de mejor calidad y más económicos, afectando a la producción nacional y disminuyendo la capacidad productiva de cada industria y por este motivo afectan el crecimiento de los empresarios ecuatorianos.

2.1.2 Factor Social

Hace referencia a las actividades, deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación de las personas de una determinada sociedad. Es decir que cada uno de estos aspectos afecta en las decisiones de cada individuo y su entorno.

Los Factores Sociales hacen referencia a que impacto tendrán ciertas medidas gubernamentales en el estilo de vida de una persona, en este factor se toma en cuenta el nivel de bienestar de los ciudadanos.

2.1.2.01 Población Económicamente Activa (PEA)

Corresponde a la fuerza laboral efectiva de un país y está constituida por las personas que se encuentran en la edad plena de poder ejercer alguna actividad laboral o que buscan trabajo, corresponden a las personas que participan en el mercado de trabajo

Tabla 9
PEA a Nivel Nacional

Periodo	P.E.A
Julio 2014	7194,521
Julio 2015	7498,528
Julio 2016	7874,021
Julio 2017	8086,048
Julio 2018	8164,425

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Elvis Catucuamba

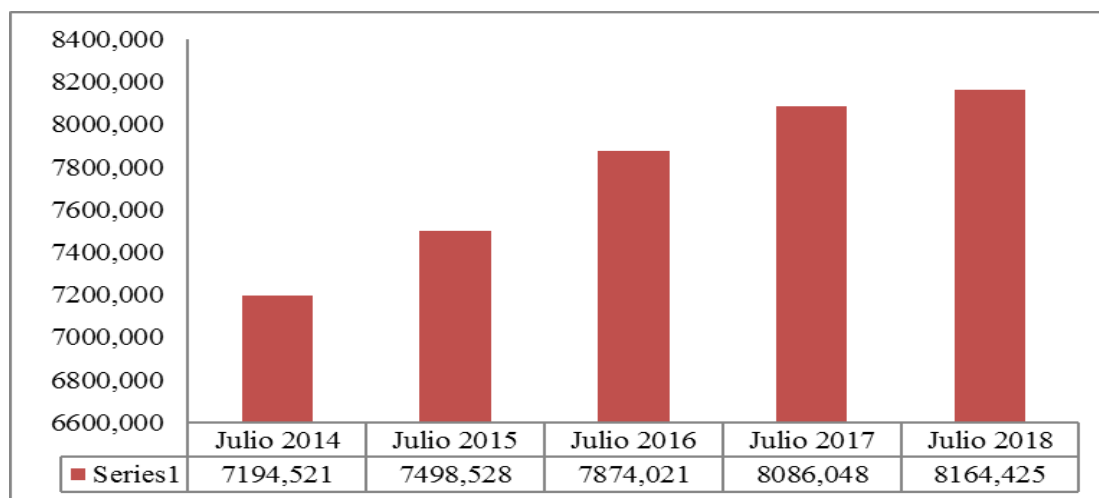


Figura 9 Evolución del PEA en el Ecuador

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Elvis Catucuamba

La Población Económicamente Activa representa una oportunidad para el proyecto, debido a que existe un crecimiento porcentual en los últimos años dentro de las personas que son capaces de poder ejercer algún tipo de actividad económica que les ayude a poder mejorar su estilo de vida, optando por buscar nuevas formas de hacer negocio y crecer económicamente, ayudando a que el proyecto tenga mayor

cantidad de consumidores o socios, adicionalmente el sector sur de Quito se encuentra en vías de desarrollo dando cabida a nuevos mercados y por consiguiente a mejorar el crecimiento económico en el sector.

2.1.2.02 Subempleo

“Personas con empleo que, durante la semana de referencia, percibieron ingresos inferiores al salario mínimo y/o trabajaron menos de la jornada legal y tienen el deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales.” (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016, pág. 07)

Tabla 10
Subempleo en el Ecuador

FECHA	HABITANTES
Julio 2014	925,774
Julio 2015	1050,646
Julio 2016	1564,825
Julio 2017	1602,909
Julio 2018	1498,139

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Elvis Catucuamba

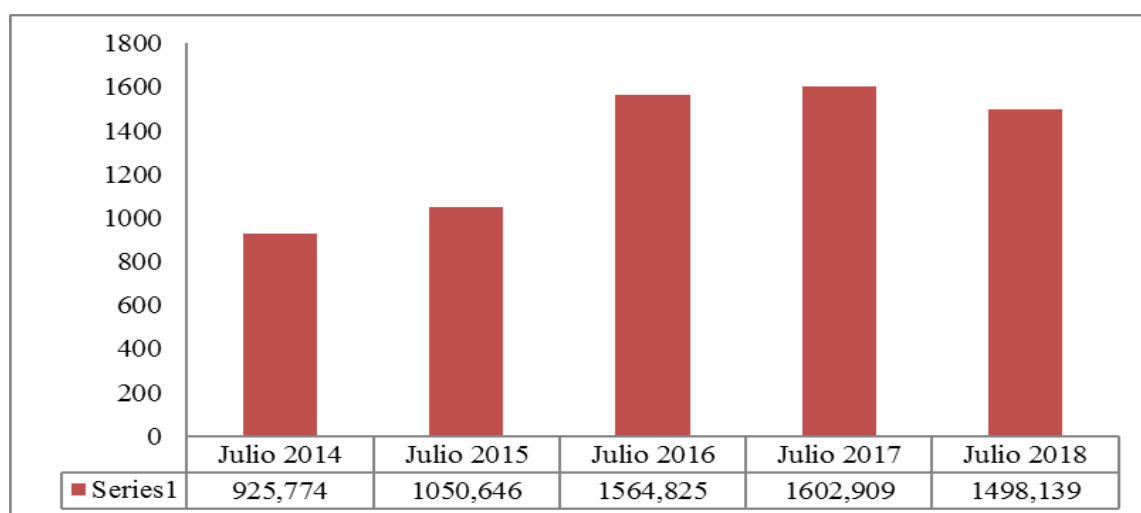


Figura 10 Subempleo y su evolución

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Elvis Catucuamba

El Subempleo es una amenaza para el proyecto, debido a que este se está incrementando año tras año, dando cabida a la disminución de los ingresos de la población afectando en la economía de cada familia o individuo, perjudicando de manera directa a las empresas o futuros inversionistas, los cuales buscan mejorar sus ingresos a través de la comercialización o producción de algún bien o servicio.

Y si estos no tienen la demanda y acogida suficiente darán origen a que dichas empresas o inversionistas busquen nuevos territorios que favorezcan a sus intereses.

2.1.2.3 Desempleo

“Personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no estuvieron Empleados y presentan ciertas características: No tuvieron empleo, no estuvieron empleados la semana pasada y están disponibles para trabajar.” (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016, pág. 08).

Dicho en otras palabras, el desempleo es la falta de actividad laboral que posee una persona esto se debe a diversos factores como el cierre de las empresas, la falta de experiencia o escasas de plazas laborales dentro de un país.

Tabla 11
Evolución del Desempleo en el Ecuador

Fecha	Habitantes
Julio 2014	273,414
Julio 2015	357,892
Julio 2016	410,441
Julio 2017	373,871
Julio 2018	362,051

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Elvis Catucuamba

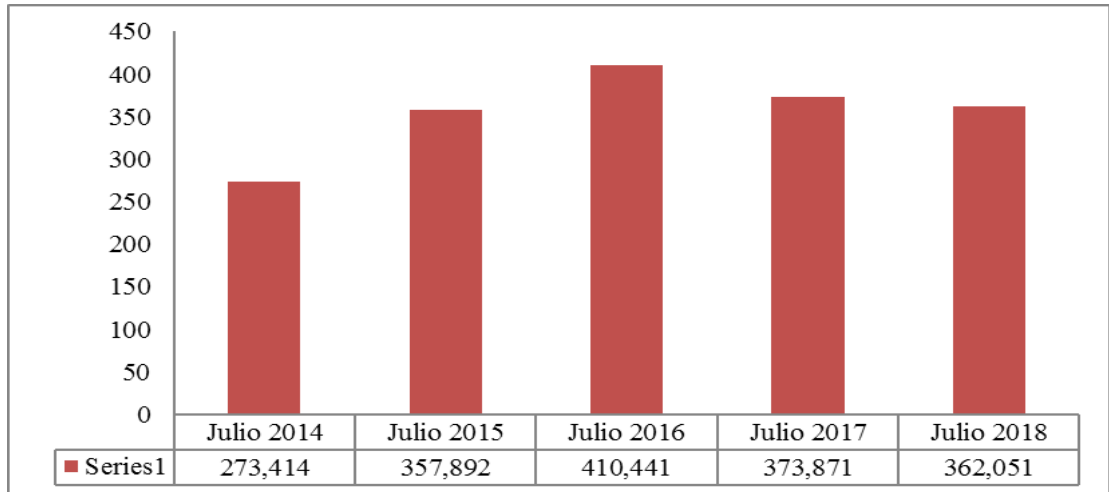


Figura 11 Desempleo en el Ecuador

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Elvis Catucuamba

El Desempleo en el Ecuador representa una amenaza para el desarrollo del proyecto, debido a que la falta de trabajo dentro de las personas afecta en su economía no permitiéndoles adquirir productos que ellos necesiten, los edredones son productos muy poco indispensables en las familiar ecuatorianas así que si una persona no logra cubrir ni sus necesidades básicas mucho menos va a poder adquirir los edredones que se pretende lanzar al mercado actual, ya que estos no están al alcance de su bolsillo y por tal motivo afecta en la producción y comercialización del producto teniendo repercusiones en los ingresos y futuras expansiones que la microempresa pretende obtener.

2.1.2.04 Canasta familiar básica

“La Canasta Familiar Básica (CFB) es un conjunto de bienes y servicios que son imprescindibles para satisfacer las necesidades básicas del hogar tipo compuesto por 4 miembros con 1,6 perceptores de ingresos, que ganan la remuneración básica unificada” (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017, pág. 23)

Tabla 12
Evolución de la Canasta Familiar Básica (Familia de 4 integrantes)

FECHA	VALOR
Julio 2014	\$ 641,20
Julio 2015	\$ 670,53
Julio 2016	\$ 686,74
Julio 2017	\$ 700,02
Julio 2018	\$ 720,53

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Elvis Catucuamba

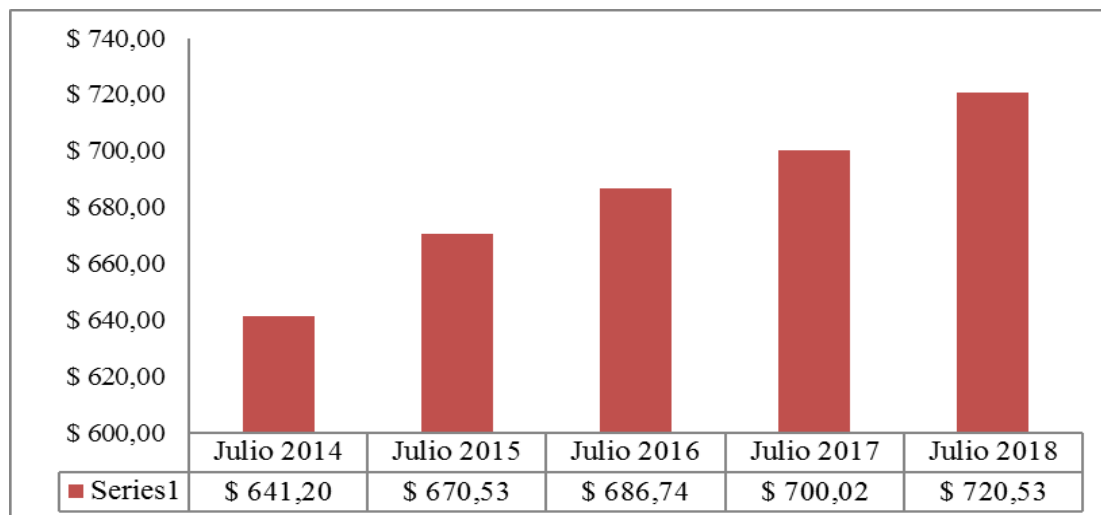


Figura 12 Canasta Familiar Básica (Familia de 4 integrantes)
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Elvis Catucuamba

La figura 12 ayuda a determinar el valor actual que tiene una Canasta Básica dentro de una familia de 4 integrantes la cual incluye producto de primera necesidad para la subsistencia de una familia, es la recopilación de todo los ingresos que posee una persona capaz de poder generar recursos siendo este factor una amenaza ya que dentro de él no se contempla lo que son productos textiles solo involucra alimentación volviéndose perjudicial ya que si las personas no logran ni cubrir su canasta básica mucho menos pensarán en comprar o endeudarse en cosas que no son prioridad para ellos y sus familias.

2.1.2.5 Salario Básico Unificado

Es la retribución monetaria que un trabajador recibe por la prestación sus servicios dentro de alguna empresa o bajo algún estado de dependencia, la jornada

laboral que una persona debe cubrir para poder obtener esta retribución es la de trabajar por 8 horas al día durante 5 días durante un mes calendario.

Tabla 13
Salario Básico Unificado en el Ecuador

FECHA	VALOR
Enero 2013	\$ 318,00
Enero 2014	\$ 340,00
Enero 2015	\$ 354,00
Enero 2016	\$ 366,00
Enero 2017	\$ 375,00
Enero 2018	\$ 386,00

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Elvis Catucuamba

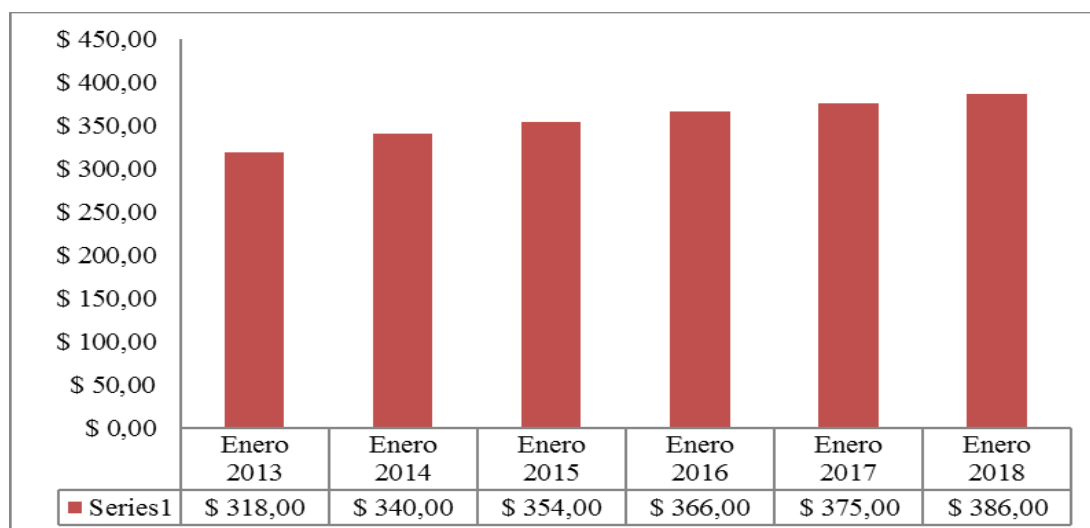


Figura 13 SBU y su Evolución
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Elvis Catucuamba

El salario Básico Unificado en el Ecuador en los últimos años no ha presentado un incremento tan significativo para la fuerza laboral del país, pero el mismo ayuda a comprender que la liquidez de cada familia se va incrementando poco a poco, siendo esta una oportunidad para el proyecto, ya que los ecuatorianos con los ingresos que posee cada familia busca la manera de poder cubrir todas sus necesidades y adquirir nuevos productos para su diario vivir, buscando de una u otra manera productos que se ajusten a sus necesidades y gustos, ya que en la actualidad la innovación se está

haciendo base fundamental en el lanzamiento de un producto, las familia busca comprar cosas novedosas y nuevas en el mercado actual y por esta razón se toma en cuenta a este factor como algo positivo, debido a que lo que se busca tener en los clientes es ese impacto de diferencia sobre los competidores.

2.1.3 Factor Legal

El factor legal son todos los parámetros y documentos lícitos que debe poseer una microempresa, los cuales hacen referencia a todas las normas que una institución tanto nacionales como las internacionales tienen para entrar en operaciones dentro de un país.

Son distintos los mecanismos de normatividad que cada país posee, dichas normativas son dictadas por el gobierno que prevalece en ese momento, es decir a la ideología política que tenga su mandatario.

En la actualidad en el Ecuador para poder constituir una empresa ya sea pequeña, mediana o grande se debe de acudir a diferentes Instituciones Gubernamentales que ayudan a consolidar de manera legal a cada una de ellas , las cuales exigen una documentación fundamental y obligatoria entre las principales tenemos:

2.1.3.01 Registro Único de Contribuyente (RUC)

“Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria. Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador.” (Servicio de rentas internas, 2017, pág. 01)

Requisitos para la Obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC)

- Cedula de ciudadanía (Original)
- Certificado de votación (Original)

- Factura, planilla o comprobante de pago de servicios básicos del lugar donde se va a realizar la actividad económica (Original)
- Contrato de arrendamiento (Debe constar el nombre del principal o de su cónyuge)
- Nombre comercial “NEÓNTEx” y Razón social (Elvis Daniel Catucuamba Quilo)

2.1.3.02 Licencia Única de Actividad Económica (LUAE)

La LUAE es un trámite y documento legal que todo individuo tanto personas naturales y personas jurídicas deben poseer para poder ejercer su actividad económica de manera lícita dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

Requisitos para la Obtención de la Licencia Única de Actividad Económica (LUAE)

- Formulario de Solicitud para obtener la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas.
- Copia de RUC o RISE.
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación actualizada del
- Titular o Representante Legal.
- En caso de persona jurídica, copia del nombramiento del representante legal.
- Requisitos Adicionales, si el caso lo requiere.

2.1.3.03 Patente

Documento legal otorgado por el Municipio Quito con el cual se autoriza a cualquier persona natural o jurídica a ejercer actividades económicas dentro del Distrito Metropolitano, el cual es obligatorio para poder evitar sanciones y represalias legales.

Requisitos para la Obtención de la Patente

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas.

2.1.3.04 Cuerpo de Bomberos

Entidad municipal encargada de precautelar la integridad de los ciudadanos, a través de servicios estrictamente establecidos para con la ciudadanía.

Requisitos para la Obtención del Permiso por parte del Cuerpo de Bomberos

- Solicitud de Inspección del Local
- Informe Favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal (Caso de artesanos)

2.1.3.05 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

Institución Gubernamental que apoya al empleado y al empleador a contar con beneficios legales una vez que ellos ejecuten una actividad económica dentro del país, entre alguno de los beneficios que esta Institución otorga se tiene, la seguridad social, jubilaciones, fondos de reserva, préstamos, etc.

2.1.3.06 Ministerio de Trabajo

Institución Gubernamental que ayuda a enlazar a los trabajadores y empleadores con las normativas y leyes que el pleno ejecutivo impone en la constitución, es decir vela por los intereses tanto de empleadores como de empleados basándose en las normas legales que cada uno posee.

2.1.4 Factor Tecnológico

“Es un conjunto de conocimientos propios de un arte de industrias mediante el cual se desarrolla y se perfecciona artefactos o procesos productivos cada tecnología tiene un lenguaje propio, exclusivo y técnico” (Sanchez, 2012, pág. 19).

La tecnología es un factor determinante en el desarrollo y crecimiento de una empresa debido a que su participación e inclusión en sus procesos productivos, son fundamentales e influyentes en el ahorro de tiempo, materiales, espacio y en algunos casos la substitución de mano de obra de tal manera que aligerar la carga económica en la empresa disminuyendo su costo de producción y aumentando su margen de utilidad en cada producto.

Para el presente proyecto se va a utilizar maquinaria de punta la cual ayudará a mejorar los procesos productivos de la microempresa ayudando a obtener productos de calidad a un costo que se acople a los del mercado actual y de esta manera obtener fidelización por parte de los futuros clientes. A continuación, se detallan las maquinarias a emplearse en el presente proyecto:

Tabla 14
Tecnología que se Empleara en el Proceso Productivo y Administrativo

Maquinaria	Uso	Imagen	Unidades
Bordadora	Encargada de realizar el proceso de relleno y termiando de los diseños		1
Cortadora	Ayudara a cortar el material textil en el caso que se presentan inconvenientes		1
Computadora	Ayudara al proceso administrativo y comercial de la microempresa		1
Maquina de Coser Recta	Encargada de coser los bordes de los edredones		1
Maquina de Coser Overlock	Funcion principal de ayudar a los terminados de los edredones		1
Etiquetadora	Pondra las respectivas equiquetas de los edredones		1
Impresora	Ayudara a imprimir los documentos que la microempresa necesite		1
Laptop	Encargada de apoyar y desarrollar los diseños de los edredones		1

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Elvis Catucuamba

2.2 Entorno Local

El Entorno Local representan el campo donde un emprendimiento se desenvuelve a esto se la incluye los principales factores como Clientes, Proveedores, Precios, Competidores, Productos Sustitutos, cada uno de ellos representan un impacto muy representativo dentro de la microempresa debido a que estos influirán dentro de su desarrollo como en su crecimiento y estabilidad dentro del mercado en el cual se pretende introducir.

2.2.1 Clientes

Persona con capacidad económica de adquirir un producto o solicitar un servicio a cambio de una retribución monetaria, satisfaciendo una necesidad personal.

Los clientes para cualquier tipo de negocio representan uno de los factores más importantes para el desarrollo de sus actividades debido que estos dan vida a una empresa y es gracias a ellos que un negocio se pone en marcha, por esta razón se ha

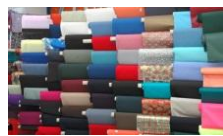
tomado en consideración el target de los futuros clientes que podrán adquirir el producto, los cuales en el sector de Solanda sur de Quito son de 19.369 personas, los mismos se clasificaron entre hombres y mujeres que se encuentran en la edad de 19 a 65 años, los cuales están en la posibilidad de poder ejercer una actividad económica o de poder tener algún tipo de ingreso monetario y por tal motivo poseen la capacidad de adquirir productos que se ajusten a sus necesidades.

2.2.2 Proveedores

“En el contexto de las ciencias económicas y empresariales, el término Proveedor designa a toda la entidad que pone a disposición de otra entidad un determinado producto o servicio” (Nuñez, 2016, pág. 01).

Dependiendo de cada proyecto o solicitud se busca o solicita un proveedor

Tabla 15
Futuros Proveedores

Nombre	Producto	Dirección	Imagen del Producto
Texlafayette	Edredones	Isla Floreana isla santa fe quito, ecuador	
Neymatex	Edredones y Telas	Guayaquil-Ecuador	
Mercado libre/ narvaezandres75	Pinturas De Neón	Quito-Pichincha	
Ecuaglow	Pinturas De Neón	Quito-Pichincha	
Hilos & hilos	Hilos y suministros de costura	Carcelén-norte de quito	

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Elvis Catucuamba

2.2.3 Competidores

Representan a las empresas o personas que comercializan, producen o importan productos o servicios similares o con las mismas características que los ya presentados en el mercado.

2.2.3.01 Competidores Directos

Son personas o empresas que prestan o comercializan productos o servicios de las mismas características, diseño y beneficios, intentando satisfacer una misma necesidad de los consumidores.

Actualmente el producto que se incorpora al mercado local no presenta competencia directa debido a que las características que presenta el producto no se las encuentra dentro de los artículos que se ofertan en el mercado actual.

2.2.3.02 Competidores indirectos

“Satisfacen las mismas necesidades, deseos y expectativas, pero con productos diferentes” (Santos, 1997, pág. 184)

Tabla 16
Competidores Indirectos

Nombre	Descripción	Imagen
Pintex	Comercializador de edredones y cobertores	
Bebe Mundo	Comercializar de edredones infantiles	
Noperti	Comercializador de edredones y cobertores	
Centros Comerciales	Comercializador de edredones y cobertores	
Delltex	Comercializador de edredones	

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Elvis Catucuamba

2.3 Análisis Interno

Es el estudio de los elementos que afectan o favorecen a una empresa son factores micro es decir que se pueden controlar y tomar decisiones sobre ellos.

2.4 Propuesta Estratégica

Método que un proyecto utiliza para poder conocer los factores más relevantes que ayuden a llevar acabo los objetivos y metas que la microempresa tiene.

2.4.1 Filosofía Empresarial

Es la forma de ser de una empresa, es decir cuáles son sus aspiraciones, valores y principios los cuales buscan una adecuada armonía con todo el entorno que la rodea, dicha filosofía debe prevalecer sobre sus acciones tanto micro como macro empresariales.

2.4.1.01 Misión

“NEÓNTEx” comercializará edredones con diseños y características que se adapten a los requerimientos y necesidades de cada cliente, los cuales deberán ser amigables, llamativos, personalizados e innovadores utilizando mano de obra y materia prima ecuatoriana en donde predominara la calidad, confianza y compromiso con los colaboradores y consumidores.

2.4.1.02 Visión

“NEÓNREX” para el año 2.023 será una microempresa reconocida y competitiva dentro del mercado local, con altos índices de producción y comercialización dentro del sector textil, teniendo una permanente fidelidad y confianza con los clientes.

2.4.2 Objetivos

Son los propósitos o deseos que una microempresa o persona se establece para poder cumplirlos en un determinado periodo de tiempo.

2.4.2.01 Objetivo General

Desarrollar un estudio de factibilidad para formar una microempresa productora y comercializadora de edredones para niños, los cuales tienen una presentación diferente a la que se encuentra en el mercado actual, con variedad e innovación brindando comodidad al cliente para lograr generar fuentes de empleo dentro de la sociedad.

2.4.2.02 Objetivos Específicos

- Obtener rentabilidad.
- Generar plazas de trabajo dentro del territorio local.
- Determinar el canal de distribución, por medio del cual se ofrecerá el producto a mercado.

- Posicionar la microempresa en el mercado local y nacional.
- Fomentar la innovación y el emprendimiento dentro del sector textil.

2.4.3 Principios y/o Valores

Hacen referencia a las normas o reglas que todos los seres humanos tienen para poder ejecutar alguna acción dentro del entorno en el que se desenvuelven, buscando en la gran mayoría de ocasiones el bienestar y tranquilidad tanto para el que los practica como para sus semejantes, es decir el comportamiento que se tiene ante la sociedad.

2.4.3.01 Responsabilidad

Se fomentará la responsabilidad a través de políticas y un curso de inducción que cada colaborador de la microempresa tendrá al inicio de sus actividades laborales dentro de la misma buscando complementar al trabajador con la microempresa de manera responsable y adecuada este principio es vital en una persona ya que ayuda al mejoramiento y cumplimiento de cada requerimiento que se le presente en la ejecución de sus actividades

2.4.3.02 Compromiso

Este valor es primordial para la microempresa debido a que si los trabajadores se sienten parte de la misma tendrá más conciencia de sus actividades y realizarán sus labores de manera más favorable para ellos y para la microempresa. Este principio se lo fomentará a través de charlas que informarán de manera periódica a cada uno de los trabajadores las ventas que la empresa está generando y cuáles son las utilidades que esta puede generar si los trabajadores apoyan al crecimiento de la misma.

2.4.3.03 Ética

Principio que se inculcará a los trabajadores a través de pruebas que ayuden a determinar a las personas idóneas para cada cargo. Este aspecto ayudado a que las personas realicen sus actividades sin afectar el desenvolvimiento de los demás buscando siempre el bienestar tanto para ellos y para la microempresa

2.4.3.04 Trabajo en Equipo

Este principio es fundamental para la organización y sociedad, debido a que cada labor y cada actividad requieren una intervención de otras personas es por esta razón que el trabajo en equipo es muy importante dentro de la microempresa. Principio que se lo inculcará a cada uno de los trabajadores a través de pequeñas reuniones que la microempresa tendrá en fechas especiales como navidad, fin de año y aniversario de la microempresa esta actividad busca la interacción entre los diferentes colaboradores que la microempresa tendrá y que estos se conozcan entre si y sepan con qué tipo de personas están trabajando y quienes son su equipo de trabajo

2.4.3.05 Lealtad

Este principio se introducirá a cada colaborador a través del pago puntual de sus obligaciones laborales, que sepan que la microempresa cumple con sus obligaciones para mejorar la calidad de vida de quienes forman parte de ella y que la misma es leal con cada uno de los colaboradores. Esto ayudará a poder tener un mejor empoderamiento por parte de los trabajadores para con la microempresa ya que estos ayudarán a mantener una imagen adecuada ante la sociedad

2.4.3.06 Honestidad

Es un aspecto que todos los seres humanos tienen ya que gracias a esta cualidad la sociedad y el entorno que lo rodea se sienten en un ambiente de confianza y sinceridad.

Principio que se fortalecerá de manera periódica con charlas informativas sobre el desenvolvimiento de la microempresa, es decir, cuáles son sus ventas, sus gastos, sus costos y la utilidad que esta puede generar si cada uno de los trabajadores utiliza los recursos de la microempresa de manera adecuada.

2.4.4 Gestión Administrativa

Hace referencia a las políticas, parámetros y acciones que una empresa posee para poder controlar, dirigir, organizar y planificar sus actividades las cuales ayudaran a obtener una adecuada armonía con todos sus integrantes y sus actividades.



Figura 14 Gestión administrativa
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Elvis Catucumbamba

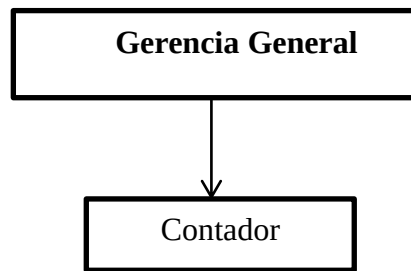


Figura 15 Organigrama de la Gestión Administrativa
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Elvis Catucuamba

2.4.4.01 Gerente General

Actividades a Realizar

- Representar legalmente a la empresa.
- Establecer estrategias, políticas y valores de la empresa.
- Toma de decisiones sobre los recursos de la microempresa.
- Crear políticas de seguridad para los empleados.
- Toma de decisiones en los procesos de nuevos proyectos.
- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Desarrollar las metas y objetivos a largo o corto plazo.

2.4.4.01.01 Perfil Profesional

- Experiencia mínima de un año en cargos administrativos en el sector textil.
- Graduado en carreras de Administración de Empresas, Marketing, Finanzas, Economía o afines.
- Liderazgo y trabajo en equipo.
- Trabajo para la obtención de resultados.

2.4.4.02 Contador

Actividades a Realizar

- Llevar la contabilidad de la microempresa.

- Realizar las declaraciones de impuestos periódicamente como la ley lo establece.
- Realizar informes contables sobre el desenvolvimiento de la microempresa.
- Realizar los trámites pertinentes dentro de las Instituciones Gubernamentales en el caso de que se los requiera.
- Presentar informes contables con su respectiva firma.
- Asistir a las reuniones gerenciales que se realicen dentro de la microempresa.
- Manejar programas contables que sean confiables y verídicos.
- Realizar conciliaciones bancarias de manera mensual.
- Ingresar al sistema datos reales y confiables sin alterar su contenido.
- Informar sobre posibles anomalías en el proceso contable.
- Capacitarse de manera constante en los cambios tributarios o contables que se presenten.

2.4.4.02.01 Perfil Profesional

- Contador certificado.
- Experiencia mínima de 1 año en el campo.
- Manejo de contabilidad de costos.
- Manejo de tablas dinámicas.
- Conocimiento sobre leyes tributarias.
- Trabajo en equipo.
- Comunicación asertiva.
- Poseer ética profesional y responsabilidad en sus actividades.

2.4.5 Gestión Operativa

Hace referencia a los operarios y trabajadores que un proyecto posee y el cómo estos se van a desenvolver en el mismo. En este proceso es vital designar perfiles que se adapten de manera adecuada a cada uno de los cargos dentro del departamento de producción.

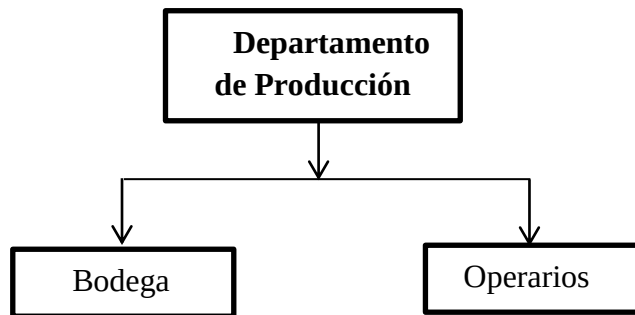


Figura 16 Gestión Operativa
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Elvis Catucuamba

2.4.5.01 Departamento de Producción

Actividades a Realizar

- Realizar la producción de manera adecuada.
- Mantener el orden en el proceso de producción.
- Entregar la producción de manera oportuna y de acorde a los pedidos realizados.
- Controlar la calidad de cada lote de producción de edredones.
- Dar mantenimiento oportuno a la maquinaria que se encuentra dentro del departamento de producción.
- Informar sobre problemas que se detecten en el proceso de producción.
- Llevar un cronograma de unidades producidas y entregadas.
- Informar de manera oportuna el pedido de materia prima y materiales indirectos de producción.
- Mantener una buena relación con los proveedores.

- Entregar informes de manera periódica sobre los edredones que se fabriquen (producidos, en proceso, y entregados)
- Apoyar en el proceso de producción en el caso de que este lo requiera.
- Supervisar las actividades de su área.
- Buscar puestos de trabajo de acorde a las competencias de cada operario.

2.4.5.01.01 Perfil Profesional

- Bachiller.
- Experiencia mínima de 2 años en el sector textil.
- Trabajo en equipo.
- Liderazgo.
- Pensamiento crítico.

2.4.5.02 Bodega

Actividades a Realizar

- Manejo adecuado de los materiales de la microempresa
- Realizar de manera periódica un inventario de mercadería
- Informar sobre faltantes o sobrantes de materiales
- Recepción e inspección de los materiales que ingresen a la microempresa
- Ingresar al sistema los materiales recibidos, entregados y utilizados
- Presentar informes de manera periódica sobre los materiales que se encuentran en la microempresa
- Tener su puesto de trabajo ordenado y limpio
- Verificar el estado de los materiales de producción
- Entregar de manera oportuna los materiales al Departamento de Producción

- Realizar los pedidos a proveedores de acorde a los requerimientos del Jefe de Producción.

2.4.5.02.01 Perfil Profesional

- Bachiller o estudiante de educación de tercer nivel.
- Experiencia mínima de 6 meses en cargos similares.
- Trabajo en equipo.
- Orientación a la entrega de resultados.
- Comunicación oportuna y asertiva.

2.4.5.03 Operarios

Actividades a Realizar

- Cumplir con las órdenes del jefe de producción.
- Realizar el proceso productivo de edredones de manera ordenada.
- Informar al jefe inmediato sobre problemas en el proceso productivo.
- Acatar con las ordenanzas de seguridad industrial dentro de su puesto de trabajo.

2.4.5.03.01 Perfil Profesional

- Bachiller o estudiantes de educación superior en cualquier área.
- Trabajo en equipo.
- Responsabilidad.
- Pensamiento crítico.

2.4.6 Gestión Comercial

Este aspecto hace referencia a las actividades y campañas publicitarias que una empresa utiliza para la venta de un producto dentro de cualquier mercado. El área comercial es muy importante en la microempresa ya que esta ayudará a realizar todas las operaciones necesarias para obtener los niveles básicos y esperados de utilidad para la empresa.

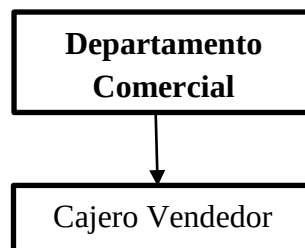


Figura 17 Gestión comercial
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Elvis Catucuamba

2.4.6.01 Departamento Comercial

Actividades a Realizar

- Buscar nuevas formas de captar nuevos clientes.
- Crear campañas publicitarias que apoye al crecimiento de las ventas de los edredones.
- Buscar nuevas relaciones comerciales con empresas.
- Crear herramientas digitales que ayuden al crecimiento productivo de la microempresa.
- Crear buenas relaciones públicas con todos los implicados en el proceso de fabricación y comercialización de los edredones.
- Desarrollar el crecimiento de la marca en el mercado.
- Crear campañas de publicidad para la difusión de los edredones con el mercado.

- Estudiar la oferta y demanda del mercado.
- Crear estrategias de ventas.
- Establecer metas de ventas para que la microempresa genere utilidad.
- Tener una relación amigable con los clientes y con los operarios de la microempresa.
- Recopilar los requerimientos de cada cliente para que este sea cubierto de manera oportuna.
- Cumplir con los pedidos de cada cliente.
- Tener el local surtido y presentar a los clientes los catálogos que pondremos a su disposición.
- Apoyar con las ventas y buscar incentivos económicos que beneficien tanto a los empleados como a la empresa.
- Buscar nuevos clientes potenciales y nuevas plazas de mercado potencial.

2.4.6.01 Perfil Profesional

- Profesional titulado en carreras de Ingeniería en Marketing, Relaciones Públicas, Administración de Empresas.
- Experiencia de 1 año como mínimo dentro del campo solicitado.
- Liderazgo.
- Trabajo en Equipo.
- Manejo de herramientas y programas publicitarios.

2.4.6.02 Cajero Vendedor

Actividades a Realizar

- Tener el local surtido.
- Atender los requerimientos de cada cliente.

- Mantener una relación amigable con cada cliente.
- Presentar a los clientes los diferentes diseños y precios que la microempresa posee.
- Buscar de manera constante la venta de los edredones.
- Presentar e informar las formas de pago que el cliente puede tener.
- Apoyar con la limpieza y mantenimiento del local.
- Realizar el cuadre de caja.
- Realizar el cobro de cada edredón.
- Llevar un control de la caja de manera responsable.

2.4.6.02.01 Perfil Profesional

- Bachiller o estudiante universitario.
- Experiencia mínima de 3 meses en ventas o atención al cliente.
- Comunicación asertiva.
- Carisma.
- Poder de negociación.

2.4.6.03 Marketing MIX

Es el agrupamiento de herramientas tácticas y técnicas de marketing en las cuales podemos tener control (precio, producto, promoción y plaza) que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado al cual se intenta introducir.

- **Precio**

Cantidad de dinero que posee un bien o un servicio por su adquisición, este puede variar de acorde a su accesibilidad, durabilidad o complejidad y de cuál es el precio que la competencia oferta.

Para la determinación del precio de venta al público o P.V.P de cada edredón es muy importante considerar ciertos aspectos como, el costo de producción el cual no deberá de ser muy elevado ya que el mismo ayudará a poder determinar el margen de utilidad que puede tener cada edredón, el precio unitario de cada edredón debe estar asilando al precio de la competencia ya que si el P.V.P es alto los edredones no podrán tener gran acogida por parte de los futuros clientes, los cuales buscan un producto a un precio cómodo pero de calidad.

Adicionalmente las materias primas a utilizar en el proceso productivo deben de poseer altos índices de calidad para que el producto sea competitivo en el mercado actual, ya que si los proveedores que la microempresa posee no aportan con un precio idóneo la misma no podrá cubrir sus obligaciones financieras y laborales afectando a las ventas y por ende al crecimiento tanto económico como industrial de la misma

- **Plaza**

Lugar geográfico en donde se reúnen personas, comerciantes o empresa a ofertar sus productos o servicios a la sociedad.

“NEÓNTEX” se lo va a ubicar en un lugar muy comercial en el sur de la capital.

El sector de Solanda es un lugar muy concurrido por parte de los habitantes de este sector y muy comercial en lo que respecta a variedad de locales y diversidad de productos.

Los residentes del sector sur de la capital acuden al sector de Solanda en específico a la calle Juan Alemán la cual se la conoce como la calle “J” ayudando a que el producto tenga una mejor difusión dentro del mercado.

- **Producto**

“Es un conjunto de atributos físicos y simbólicos que producen satisfacción o beneficio al usuario o comprador” (Sainz, 2007, pág. 15)

- **Definición de Producto**

El producto estrella dentro del proyecto son edredones para niños cuya dimensión será de 130cm de ancho y de 190cm de largo equivalente a $1 \text{ plaza} \frac{1}{2}$, el cual se lo adquirirá a diferentes tipos de proveedores, los mismos serán adquiridos de acorde a los pedidos de cada cliente estos serán fabricados con materiales como algodón, lana, poliéster o combinación de materiales, dichos edredones serán sometidos a un proceso de diseño y bordado de las imágenes que cada cliente haya seleccionado, adicionalmente del diseño personalizado que cada edredón poseerá sus detalles y apliques finales se los bordará con hilos de neón los cuales se encargarán de darle un aspecto innovador y de autenticidad al producto, la característica principal de cada edredón será la de poder iluminarse de manera natural en la oscuridad buscando que los niños y los padres de familia sienta comodidad y tranquilidad al momento de que el producto sea utilizado.



Figura 18 Modelos de Edredones para niños de 1 plaza y 1/2

Fuente: Revista de Edredones Infantiles

Elaborado por: Elvis Catucuamba

- **Promoción**

Hace referencias a las estrategias de venta que una empresa o comerciante posee para poder tener mayor acogida con sus clientes, es decir, descuentos, facilidad de

pago, promociones, etc. Cada uno de estos aspectos ayudará a que un producto tenga mayor margen de ventas tanto en volumen como en utilidad.

Promociones comerciales de “NEÓNTEX”

- Descuento de toda la mercadería dentro del almacén en fechas específicas como navidad, día del niño y cumpleaños el cual será aplicable 10 días antes y 10 días después (con la respectiva cedula del niño).
- Los pagos se van a diferir a 3 meses sin intereses con las respectivas tarjetas de crédito aprobadas.
- Por la compra de cada edredón se obsequiará 2 fundas de almohada.
- Por la compra de cada edredón y presentando la respectiva factura se realizará un servicio de lavado, secado y perfumado del mismo por única ocasión.
- **Cartas de presentación**

Son herramientas que ayudan a la difusión de cualquier actividad por medio de una tarjeta en la cual se detalla los productos o servicios que se prestan, localización, números de teléfono y datos adicionales que ayuden con la difusión de la gestión comercial.



Figura 19 Cartas de presentación "NEÓNTEX"

Fuente: Investigación de Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

- **Trípticos**

Son materiales que ayudan a la difusión de un producto, es decir, ayuda a que el mismo se pueda difundir de manera más rápida y efectiva



Figura 20 Trípticos "NEÓNTEX"
Fuente: Investigación de Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

- **Flyers**

Elemento publicitario que ayuda a la difusión de algún evento o producto dentro del mercado o sociedad, el mismo tiene diferentes fines, pero uno de los más conocidos y utilizados es la de dar a conocer sobre algo nuevo que se está presentado.



Figura 21 Flyers "NEONTEX"

Fuente: Investigación de Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

- **Redes Sociales**

Son medios electrónicos que una persona crea para poder tener contacto con su comunidad o con sus seres queridos, las mismas ayudan a una correcta difusión de las noticias en el mundo, actualmente se las utiliza en el mundo de marketing como medios publicitarios ya que las personas al concurrir de manera muy seguida a estos sitios hacen que un producto, servicio o noticia se difunda de manera más rápida y menos costosa ayudando a los empresarios y comerciantes.

NEONTEX contara con dos redes sociales que ayudarán a la difusión de producto que la microempresa oferta, las cuales serán Facebook e Instagram. Debido a que

estas son las más concurridas dentro del ámbito cotidiano, las mismas complementarán a que la difusión de los edredones sea más rápida y menos costosa, ayudando con el desarrollo económico de la microempresa.



Figura 22 Página oficial de Facebook "NEÓNTEX"

Fuente: Investigación de Propia

Elaborado por: Elvis Catucumbamba

- **Material del Punto de Compra (P.O.P)**

“El material P.O.P proviene de point of purchase, por sus siglas en ingles su traducción directa es punto de compra, que se refiere al material colocados en los lugares donde se venden o comprar los productos” (Arevalo, 2012, pág. 03)

Este tipo de herramienta ayuda a que el comprador se incline por la compra de un producto dicho material aplicado de manera adecuada ayudará a que las ventas dentro de una empresa tengan un crecimiento considerable, mejorando de esta manera la rentabilidad y crecimiento de la misma.

- **Nombre de la Microempresa**

El nombre de una empresa ayuda a que esta sea reconocida dentro de un mercado y que a través de este los clientes y sociedad identifiquen el giro de negocio de la misma y su impacto dentro de la sociedad.

“NEÓNTEX”

Figura 23 Nombre de la Microempresa
Fuente: Investigación de Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Hace referencia a la fusión entre la Industria Textil y el neón intentando tener un nombre fácil de pronunciar y sobre todo que sea llamativo para el mercado al cual se va a incursionar.

- **Slogan**

Ayuda a que las personas se familiaricen con el producto el mismo debe de ser corto y que pueda ser recordado, buscando cumplir con los requerimientos de cada uno de ellos.

**“QUE LA OSCURIDAD SEA EL MOMENTO MAS
DIVERTIDO DE LOS NIÑOS”**

Figura 24 SLOGAN
Fuente: Investigación de Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

- **Logotipo**

Es la imagen que utiliza una empresa o personas para poder ser reconocida en el mercado y en la sociedad, el mismo consta de imágenes, letras o símbolos esto dependerá de las características de cada individuo o de su actividad a realizar



Figura 25 Logotipo
Fuente: Investigación de Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

- **Significado del Logotipo**

La imagen observada continuación hace referencia a la pintura de neón siendo este material el que ayudará a darle el valor agregado a cada uno de los edredones, adicionalmente se incrustó las letras principales del nombre de la microempresa las cuales son la **N** que es la primera de la palabra neón, como segunda letra se tiene la **T** esta hace referencia a la primera letra de la palabra textil que es la manipulación o fabricación con materias primas a base de telas, debido a que se obtendrá una fusión entre estos materiales y como última palabra es la **X** siendo esta el complemento final de la palabra textil.

Adicionalmente el logo se elaboró dentro de un círculo ya que un círculo se encierra sobre sí mismo, y por ello representa la unidad, protección, la culminación e inicio de un nuevo ciclo, en marketing el círculo hace referencia a la calidez, elegancia y confianza que tiene un producto aportando de mejor manera al objetivo buscado.

Significado de los Colores

- **Amarillo**

Este color hace referencia a la calidez, alegría, felicidad y lujo que un producto intenta evocar en cada uno de los clientes.

- **Verde Claro**

El color verde hace referencia a la naturaleza, relajación, serenidad lo cual se busca con cada uno de los edredones. Intentando tener una conexión amigable con cada uno de los clientes.

- **Rojo**

Este color representa el poder, la confianza, la vitalidad, el coraje, la valentía y amor es un color muy importante dentro de cada producto y por tal motivo es uno de los colores dentro del logo de la microempresa.

2.5 Matriz de Factores Externos

Herramienta administrativa que ayuda a obtener una visualización más amplia de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene cada microempresa para poder tener algún tipo de acción sobre las mismas estas pueden tomarse de manera interna ya que algunos de estos factores no se los puede controlar, pero si se los puede contrarrestar para que su efecto no sea tan destructivo dentro de la microempresa.

Tabla 17
Matriz de Factores Externos

OPORTUNIDADES	
FACTORES	RAZÓN
Tasa de Interés Activa	Cancelación de las obligaciones a tiempo buena relación con los bancos
Tasa de Interés Pasiva	Ayuda a determinar el costo de oportunidad de un proyecto
Balanza Comercial	Mayor incentivo por parte del gobierno en el sector textil
Población Económicamente Activa	Personas capaces de poder general ingresos a través de su trabajo
Salario Básico Unificado	Ingreso que ayuda a las familias a poder tener un mejor ingreso
PIB a Nivel Nacional	El sector manufacturero representa un impacto vital en los ingresos del país, apoyo por parte del gobierno para el crecimiento del sector industrial
Riesgo País	Niveles favorables para la inversión extranjera
Factor Legal	Relaciones amigables con instituciones de control
Industrialización	Mejor optimización de materia prima y mayor volumen de producción
AMENAZAS	
Inflación a Nivel Nacional	Encarecimiento de los precios
Inflación en la Ciudad de Quito	Incremento del P.VP. En algunos productos de primera necesidad
Subempleo	Incremento en los índices de trabajo parcial o por horas (Reducción en los ingresos mensuales de las familias)
Canasta Familiar Básica	La remuneración actual no cubre las necesidades básicas de una familia de 4 integrantes

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Elvis Catucuamba

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

“Su función es ayudar a tomar las decisiones correctas aportando información ya que su implementación exige la necesidad de conocer objetivamente al consumidor final, permitiendo disminuir riesgos de la toma de decisiones.” (Férre, 2010, pág. 18)

3.1 Análisis del Consumidor

“El análisis del comportamiento del consumidor es el estudio de como los individuos, los grupos y las organizaciones eligen, compran, usan y se deshacen de bienes, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades y deseos.” (Kloter, 2006, pág. 151)

El proyecto se va a enfocar en la población económicamente activa del sector sur de la ciudad de Quito, para lo cual se realizará diversas técnicas que ayuden a la correcta gestión investigativa del producto y de su incursión en el mercado actual.

Buscando tener una mejor panorámica del mismo ayudándose con las diversas herramientas para la ejecución del mismo.

3.1.1 Determinación de la Población y Muestra

Es la utilización de una cantidad específica de individuos los cuales ayudarán a poder obtener información sobre algún bien o servicio que ellos estén solicitando.

Para el presente proyecto se utilizará el sector sur de la ciudad de Quito, el cual será el sector de Solanda.

Este sector es uno de los más concurrido por parte de los ciudadanos, en la actualidad este sector según datos de INEC cuenta con un número de 19.369 habitantes los cuales se conforman entre personas de 19 a 65 años de edad los cuales son capaces de ejercer algún tipo de actividad laboral, convirtiéndose en el futuro objetivo de clientes potenciales.

3.1.1.01 Cálculo de la Muestra

Para el cálculo de la muestra se va a utilizar la fórmula de muestreo de poblaciones finitas, la misma ayuda a obtener una interpretación más real y tener una población más definida.

El tamaño de muestra del sector de Solanda ubicado al sur del Distrito Metropolitano de Quito, se basa en un margen de error del 5% y una confiabilidad del 95%, también se tomara en cuenta como datos de prevalencia el 0,5 debido a que no se tiene una información exacta del número de personas que adquieren edredones o cobertores para niños.

Adicionalmente la siguiente fórmula es para calcular una muestra de poblaciones finitas.

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

Z= Nivel de confianza

N= Población

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

E= Margen de error

n= Tamaño de la muestra

2.1.1.02 Remplazo de Datos y Aplicación de la Formula

Z= 1,96

N= 19369 (PEA del sector de Solanda sur del D.M.Q año 2017)

P= 0,50

Q= 0,50

E= 0,05

n=?

$$n = \frac{1,96^2 * 19.369 * 0,50 * 0,50}{(19.369 - 1) 0,05^2 + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

n = 376 Encuestas

El número de encuestas óptimas que se deberá aplicar en el presente proyecto es de 376 las cuales se las realizará dentro del sector de Solanda y lugares aledaños para una mejor captación de información.

3.1.2 Técnicas de Obtención de Información

Son mecanismos que empresas, instituciones, grupos o personas utilizan para la obtención de datos o de información, la cual ayuda a resolver una problemática dispuesta por cada individuo este varia de acorde al fin que se lo pretende aplicar.

3.1.2.01 Investigación por Observación

“Se puede recabar datos de forma discreta, mediante la observación de los entornos y actores relevantes mientras estos compran o consumen productos. Una herramienta útil son las fotografías, las que pueden proporcionar información detallada”. (Kloter, 2006, pág. 105)

3.1.2.02 Investigación a través del Focus Groups

“Estas personas se reúnen para discutir diversos temas de interés a cambio de un pago simbólico por su participación. El modelador plantea una serie de preguntas preparadas con anticipación para cubrir todos los temas relevantes” (Kloter, 2006, pág. 105).

Para el proyecto la investigación a través del focus groups no es el mas adecuado, debido a que el emprendimiento presentado necesita conseguir información más detallada de los requerimientos de los futuros clientes y por este motivo no se lo tomará en cuenta como herramienta de investigación.

3.1.2.03 Investigación a través de Encuestas

“Las empresas pueden realizar encuestas a un grupo de personas para conocer que quiere el consumidor y que es lo que le satisface, para luego generalizar los hallazgos a la totalidad de la población” (Kloter, 2006, pág. 105).

Para el proyecto se va a utilizar la encuesta debido a que esta ayudará a tener una mejor panorámica de lo que cada cliente busca dentro del mercado al cual se va a introducir, adicionalmente los datos serán instantáneos es decir se trabajará con tiempo real a las necesidades de cada persona.

La misma se la realizará a través del contacto directo con cada persona buscando de esta manera a las personas idóneas que apoyaren el desarrollo del proyecto.

Dadas las características del proyecto, la herramienta que se utilizará será la encuesta ya que arroja datos más concretos al momento de la toma de decisiones, misma que se encuentra en el ANEXO 1.

3.1.3 Análisis de la Información

Es la interpretación en datos numéricos y la recopilación de información de una encuesta ya estructurada, la cual se realiza a una determinada población y dicha información se la presenta a través de gráficos y figuras estadísticas.

Datos generales

Tabla 18
Genero

Alternativa	Frecuencia	%
Masculino	188	50%
Femenino	188	50%
Total	376	100%

Fuente: Investigación de Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

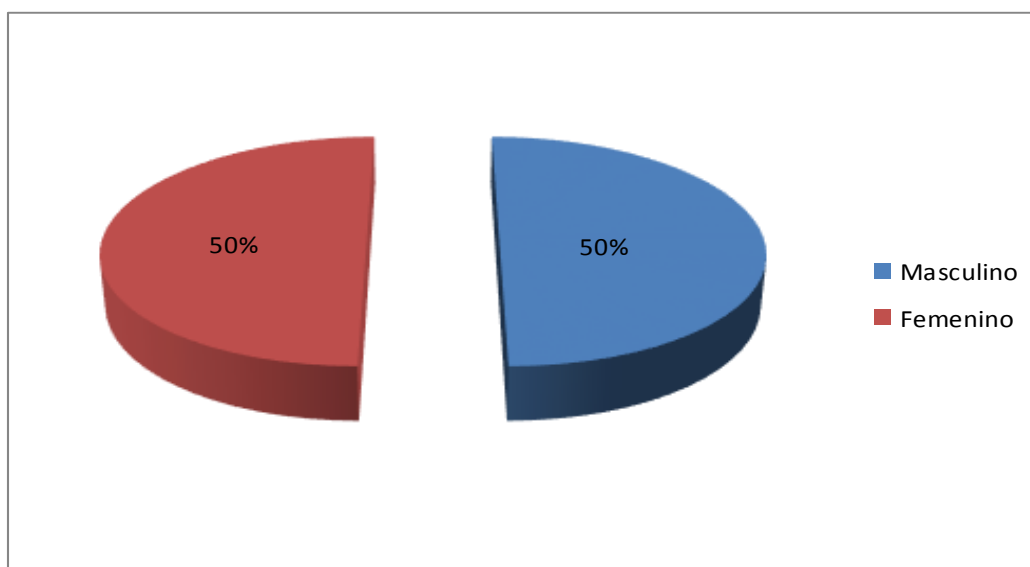


Figura 26 Género

Fuente: Investigación de Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

Al momento de realizar la encuesta se tomó la decisión de investigar la misma cantidad de personas, tanto para el género masculino y femenino debido a que cada una de las partes pueden tener el poder de adquirir el producto.

Tabla 19
Edad

Alternativas	Frecuencia	%
De 19 a 35 años	150	39.89%
De 36 a 45 años	143	38.03%
De 46 a 65 años	83	22.07%
Total	376	100%

Fuente: Investigación de Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

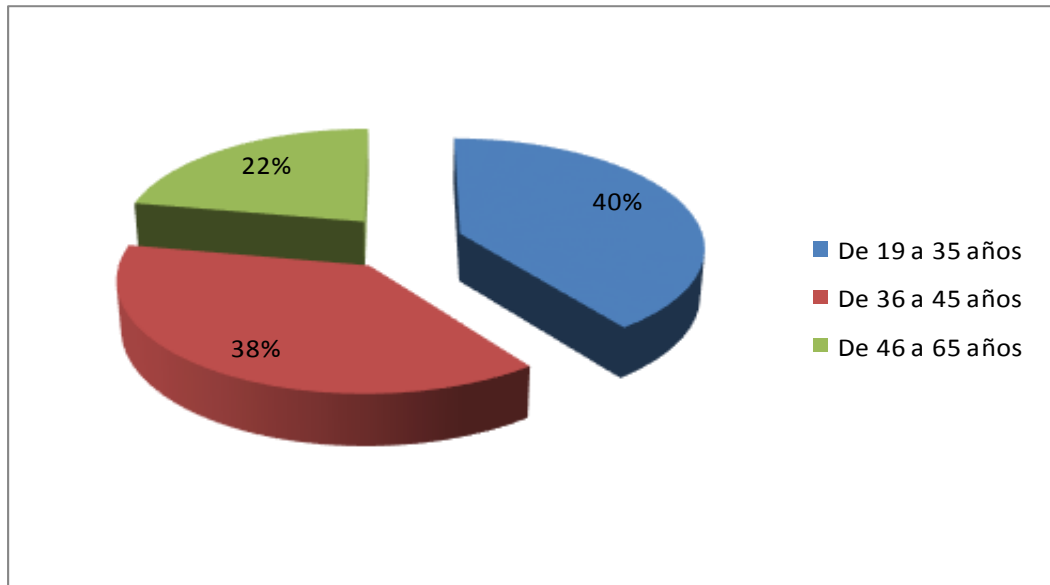


Figura 27 Edad

Fuente: Investigación de Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

Mediante el análisis se pudo interpretar, que la mayoría de las personas encuestadas oscilan entre la edad de 19 a 45 años representando el 78% de total de las encuestas, de esta manera se puede entender que la mayor concentración de futuros clientes se encuentra entre estas personas.

1) ¿En su entorno familiar usted tiene niños de entre 1 a 8 años de edad?

Tabla 20

Reconocimiento del Mercado

Alternativa	Frecuencia	%
SI	353	93,88
NO	23	6,12
Total	376	100

Fuente: Investigación de Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

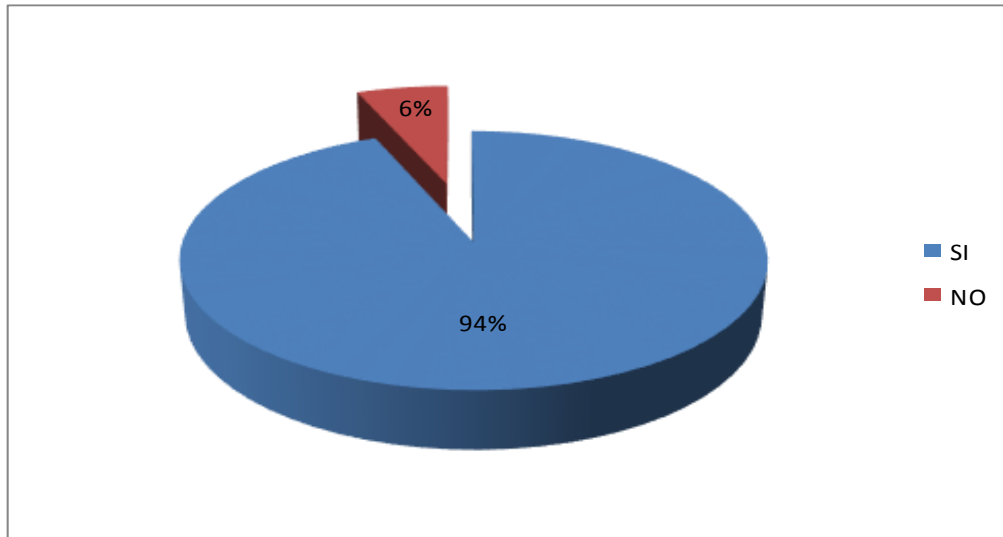


Figura 28 Reconocimiento del Mercado
Fuente: Investigación de Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Una vez analizada y tabulada la primera pregunta se puede interpretar, que 94% de personas encuestadas tiene niños de la edad de 1 a 8 años dentro de su entorno familiar, siendo este un factor favorable para la posible comercialización del producto ya que si se realiza las debidas estrategias de comerciales optarán por obsequiar o adquirir la mercadería, buscando una mejor posición y reconocimiento dentro del mercado y ventaja sobre la competencia.

2) ¿Usted posee la costumbre de regalar o comprar edredones o cubrecamas para los niños de su entorno familiar?

Tabla 21
Nivel de Compra

Alternativa	Frecuencia	%
SI	255	72,23
NO	98	27,76
Total	353	100
N/A	23	-
Total	376	-

Fuente: Investigación de Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

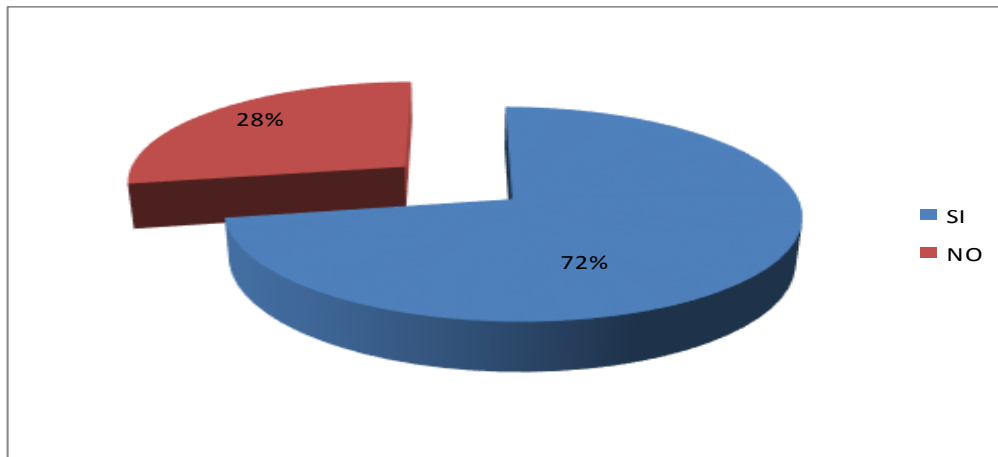


Figura 29 Nivel de Compra
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Con el análisis de la pregunta N.º 2 se logró determinar, que un 72% las personas si poseen una costumbre de regalar o comprar algún tipo de complemento para el dormitorio de su niño, dando como interpretación que el mercado al cual se pretende introducir es muy competitivo por parte de las empresas que se dedican a este giro de negocio, de manera adicional estos datos ayudan a distinguir que si se realizan las debidas estrategias comerciales se podrá tener un mercado estable y creciente para el producto. Como dato extra se puede visualizar que 23 personas no prosiguieron con la encuesta ya que estas no tienen niños en su entorno familiar, afectando de manera mínima con la comercialización de los edredones debido a que no se posee un mercado potencial.

3) ¿Cada que tiempo usted adquiere edredones o cubrecamas para el dormitorio de su niño?

Tabla 22
Frecuencia de Compra

Alternativa	Frecuencia	%
Cada 12 meses	22	8,63
Cada 18 meses	108	42,35
Cada 24 meses	125	49,02
Total	255	100
N/A	121	-
Total	376	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

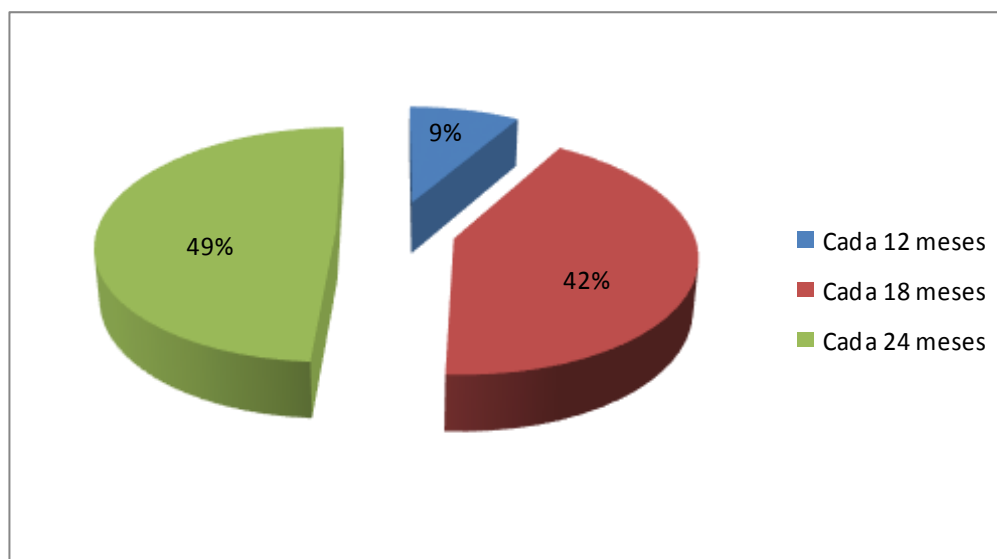


Figura 30 Frecuencia de Compra
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Mediante el análisis de la pregunta N.º 3 se logró interpretar, que las personas adquieren con mayor frecuencia implementos para el dormitorio de su niño en un periodo de 18 a 24 meses, ayudando a poder determinar que la producción de los futuros edredones se va a realizar de manera periódica y bajo pedidos ya pactados, adicionalmente ayuda a definir que las ventas de los edredones se van a realizar y manejar por temporadas, tomando en cuenta el periodo en el cual los cliente tienden a adquirir cobertores y edredones con mayor frecuencia.

Como dato adicional se visualiza que 121 personas ya no prosiguieron con la encuesta, debido a que las mismas no tienen niños en su entorno familiar y no poseen la costumbre de regalar o comprar edredones.

4) ¿Se encuentra satisfecho con los edredones o cubrecamas para niños que actualmente compra?

Tabla 23
Nivel de Satisfacción

Alternativa	Frecuencia	%
SI	163	63,92
NO	92	36,08
Total	255	100
N/A	121	-
Total	376	-

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

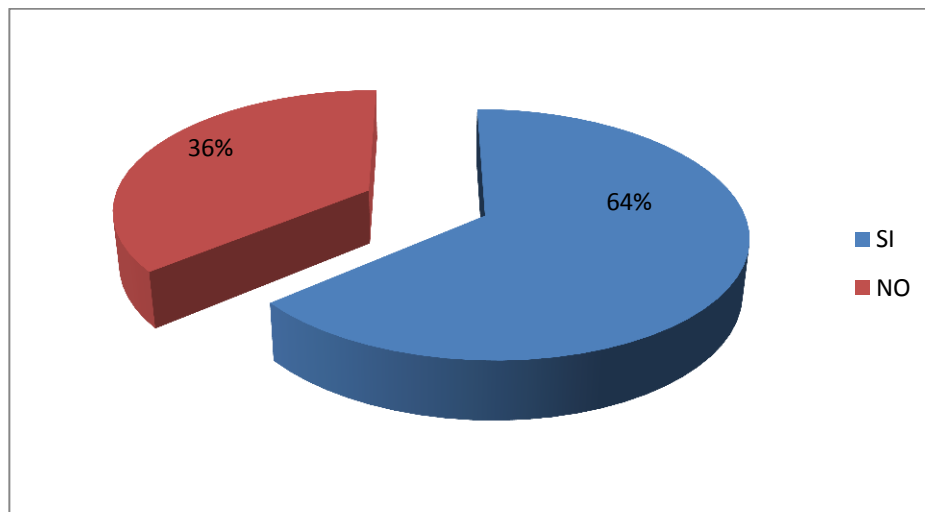


Figura 31 Nivel de Satisfacción
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

En la pregunta N.º 4 se puede interpretar que en la actualidad las personas se encuentran conformes con los diseños, precios y calidad que la competencia oferta a cada uno de ellos.

A través de esta pregunta se analiza que la microempresa debe lanzar un producto que se acople de manera rápida y favorable en el mercado, y con ello poder otorgar el valor agregado que los edredones pretenden tener sobre los clientes.

5) ¿Cuánto gasta en promedio en la adquisición de un edredón o cubrecama para niño de 1 plaza $\frac{1}{2}$?

Tabla 24
Precio del Mercado

Alternativa	Frecuencia	%
De \$40 a \$ 60	103	40,39
De \$60 a \$80	139	54,51
De \$80 a \$90	13	5,10
Total	255	100
N/A	121	-
Total	376	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

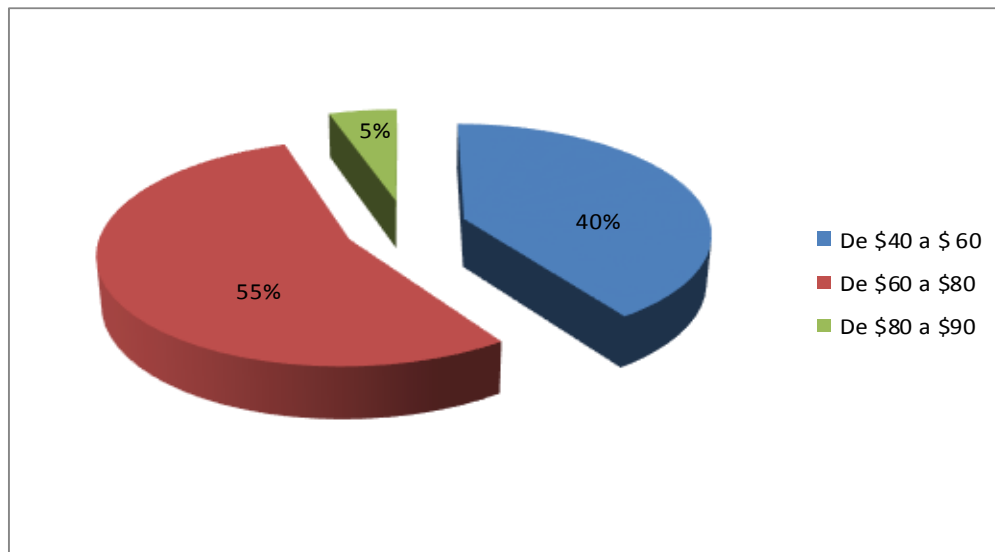


Figura 32 Precio del Mercado
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Una vez analizada y tabulada la pregunta N.º 5 se pudo interpretar que la mayoría de las personas, es decir, un 55% de los encuestados destinan un presupuesto de hasta \$80 en la adquisición de edredones para sus niños, ya que consideran que este es un rubro idóneo para adquirir un producto que sea duradero y de calidad,

ayudando a visualizar y reconocer que los costos de producción y margen de utilidad de los edredones que se comercializarán sean similares a los de la competencia y de esta manera estar a la par con lo que los clientes demandan en cuanto a precio de edredones.

6) ¿Tiene algún tipo de conocimiento o ha escuchado sobre la pintura de neón?

Tabla 25
Conocimiento de Producto

Alternativa	Frecuencia	%
SI	68	19,26
NO	285	80,74
Total	353	100
N/A	23	-
Total	376	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

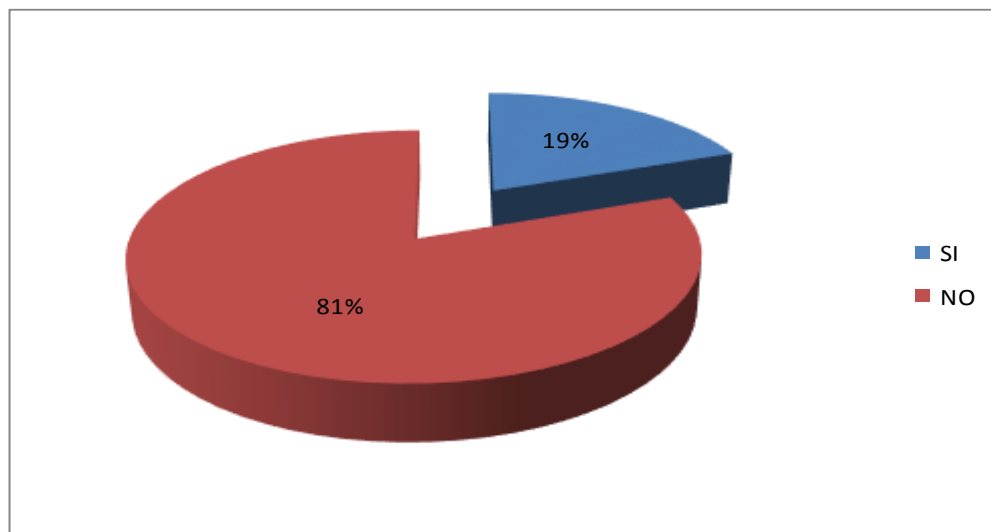


Figura 33 Conocimiento de Producto
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

La pregunta N.º 6 ayuda a tener una interpretación de que la mayoría de las personas encuestadas no conocen sobre las propiedades y características que la pintura de neón posee la cual es la de poder iluminarse de manera natural en lugares con muy poca cantidad de luz, sin afectar la salud o sueño de quien la utiliza,

aportando de manera favorable a la continuidad del proyecto ya que el desconocimiento por parte de las personas sobre este material hace que los edredones con hilos de neón sean innovadores y llamativos para las personas, proporcionando una mayor ventaja y solides para su presentación y comercialización en el mercado al cual se pretende introducir.

7) ¿Le gustaría adquirir edredones o cobertores para niños cuyos detalles y terminados se realizarán en base a hilos de neón?

Tabla 26
Nivel de Acogida del Producto

Alternativa	Frecuencia	%
SI	295	83,57
NO	58	16,43
Total	353	100
N/A	23	-
Total	376	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

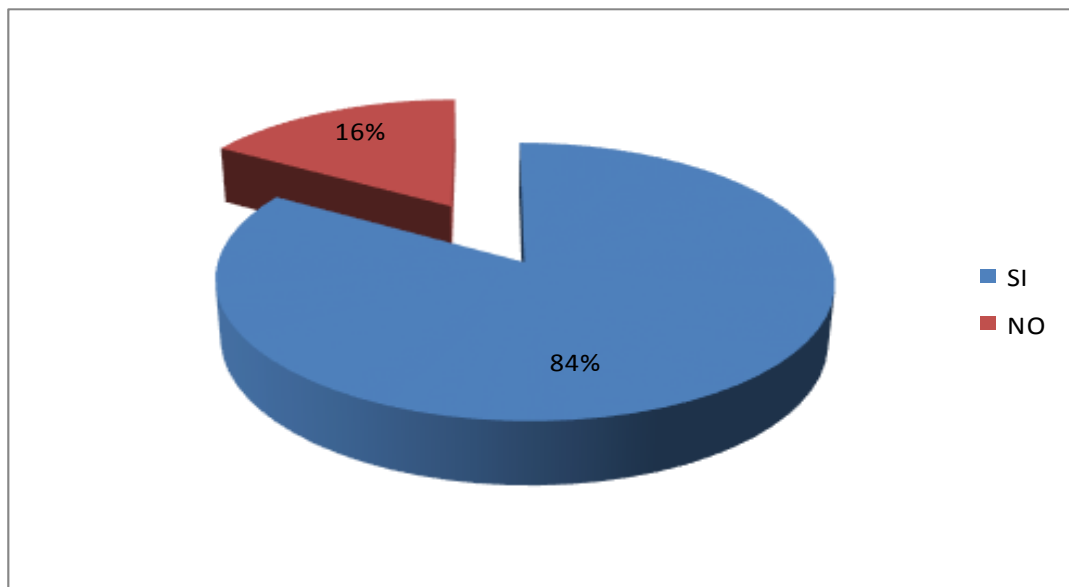


Figura 34 Nivel de Acogida del Producto
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

A continuación en la pregunta N.º 7 se pudo determinar que las gran mayoría de las personas, es decir, el 84% de los encuestados si optarían por adquirir los edredones con hilos de neón, ya que estos muestran un aspecto innovador y nuevo dentro de este mercado, teniendo una buena acogida y curiosidad por parte de los futuros clientes los cuales buscan productos con nuevas características e incluso nuevos usos o mejores beneficios, aportando de manera favorable al desarrollo del proyecto ya que el mismo busca darle esa vistosidad y aspecto distinto sobre los productos ya muy conocidos y convencionales que la competencia presenta.

8) ¿Bajo qué medio de comunicación le gustaría conocer sobre los edredones o cubrecamas con hilos de neón?

Tabla 27
Canales de Difusión

Alternativa	Frecuencia	%
Televisión	28	7,93
Radio	34	9,63
Anuncios en el periódico	66	18,70
Redes sociales	127	35,98
Publicidad en la calle	98	27,76
Total	353	100
N/A	23	-
Total	376	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucumbamba

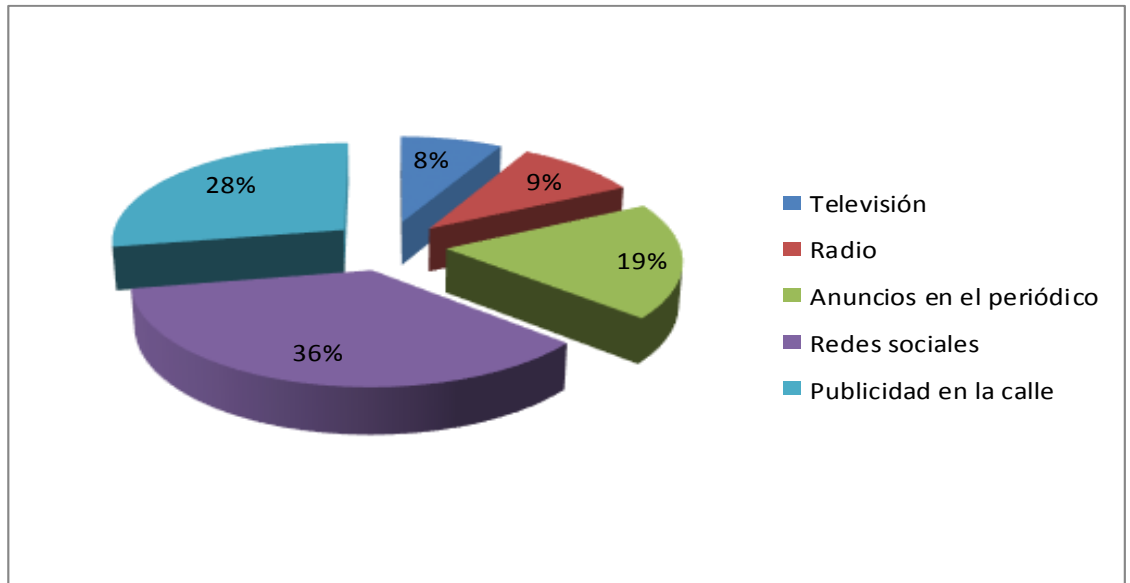


Figura 35 Canales de Difusión
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

A través de esta pregunta se logró interpretar el futuro medio de comunicación por el cual los edredones tendrán mayor acogida y difusión, siendo las redes sociales la más escogida con un 36% del total de las encuestas, debido a que la gran mayoría de personas pasan mucho de su tiempo libre en estos sitios cibernéticos, adicionalmente ayuda a la disminución de los gastos de ventas y marketing que utilizan en la comercialización de un bien o servicio.

Para tener mejor captación de clientes se realizará publicidad en las calles a través de trípticos, flyers y pancartas las cuales ayudarán a que los clientes se familiaricen, conozcan y adquieran los edredones.

3.2 Demanda

“Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en momentos determinados.” (Hontañón, 2010, pág. 03)

3.2.1 Demanda Histórica

Representa la cantidad de bienes y servicios adquiridos o solicitados por parte de los clientes en el pasado, y al ser analizados ayudan a poder determinar si este bien o servicio obtuvo la acogida esperada por parte de sus ofertantes.

Tabla 28
Demanda Histórica

Años	Nº De Habitantes del Sector
2013	16937
2014	17411
2015	17899
2016	18400
2017	18878

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Elvis Catucuamba

3.2.2 Demanda Actual

Hace referencia a los consumidores o compradores que en la actualidad adquieren productos o servicios dentro del mercado actual, de acuerdo a cada uno de sus requerimientos. Los cuales buscan poder satisfacer una necesidad a través de estos bienes o servicios

Tabla 29
Demanda Actual

Año	Nº De Habitantes del Sector
2018	19366

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Elvis Catucuamba

3.2.3 Demanda Proyectada

Es el cálculo matemático-estadístico que ayudan a tener una visualización de los futuros bienes o servicios que se van a poner a disposición en el mercado y el nivel de acogida y de comercialización que este tendrá dentro de los futuros clientes.

Tabla 30
Demanda Proyectada

Año	Nº De Habitantes del Sector
2019	19853
2020	20341
2021	20828
2022	21315
2023	21802

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

3.3 Oferta

Es la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a ofrecer en el mercado a un determinado precio, satisfaciendo las necesidades de los consumidores y buscando una rentabilidad o ganancia.

3.3.1 Oferta Histórica

Hace referencia a los productos o servicios similares que se presentaron en el pasado hacia un mercado determinado y cuál ha sido su evolución dentro del mismo hasta la actualidad.

Estos fueron presentados por empresas o personas que buscaban satisfacer una necesidad de un grupo de personas y a través de este producto o bien buscaba una ganancia que cumpla con sus expectativas.

Hoy en día los edredones con hilos de neón no tienen una oferta histórica debido a que los mismos no han sido presentados con anterioridad por parte de los competidores que actualmente se encuentran en el mercado local. Se han presentados diversa variedad de edredones con diferentes tipos de fabricación, materiales, precios y diseños, pero no uno con las características que se oferta, el cual da al proyecto un valor agregado y una ventaja sobre los competidores.

3.3.2 Oferta Actual

Es la cantidad de bienes o servicios disponibles que en la actualidad se encuentra dentro del mercado. Cada uno de estos busca complacer los requerimientos de cada cliente los cuales en la actualidad poseen la capacidad de poder adquirirlos.

Tabla 31
Oferta Actual

Año	Demanda Actual	Aceptación del Producto	Oferta Actual
2018	19366	83,57%	16184

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

3.3.3 Oferta Proyectada

Son los bienes o servicios que se lanzan al mercado actual, los cuales buscan el nivel de aceptación que este tendrá dentro de los potenciales clientes. Buscando satisfacer las nuevas necesidades que las personas demandan.

Tabla 32
Oferta Proyectada

Oferta Actual	Aceptación del Producto	Oferta Proyectada
19853	83,57%	16591
20341	83,57%	16999
20828	83,57%	17406
21315	83,57%	17813
21802	83,57%	18220

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

3.4 Productos Sustitutos

Son todos los bienes o productos que tienen las mismas características, usos, similares materiales de fabricación, pero no es el producto o bien original, el mismo puede tener las mismas formas de aplicación, pero no entrega el mismo resultado que el del producto original.

En la actualidad, existen varios productos que pueden tener el mismo uso que los edredones estos pueden ser cobijas, cubrecamas, mantas, cobertores los cuales pueden ser empleados de la misma manera y con un menor costo, pero ninguno de estos presenta las características que los edredones con hilos de neón.

3.4.1 Oferta Histórica

Hace referencia a todos los bienes o servicios comercializados, adquiridos y disponibles que la competencia ha presentado con anterioridad dentro del mercado en el cual se encontraban incursionando.

Tabla 33
Oferta Histórica

AÑO	VENTAS ANUALES \$
2012	\$ 4.550.000,00
2013	\$ 4.645.000,00
2014	\$ 5.565.000,00
2015	\$ 4.205.000,00
2016	\$ 4.469.800,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

3.4.2 Oferta Actual

“La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida.” (Economía.WS , 2016, pág. 01).

La oferta actual de la competencia se encuentra en proceso de crecimiento lo cual es favorable para el desarrollo del sector textil.

Tabla 34
Oferta Actual (Productos sustitutos)

Año	Promedio de Variación de los Ingresos	Total
2017	0,94%	\$ 4.511.737,52

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

3.4.3 Oferta Proyectada

Son estimaciones estadísticas y matemáticas que se realizan para poder obtener datos que ayuden a conocer el incremento de producción o de ventas que un producto o servicio tendrá dentro de un futuro.

Ayudando a tener una visualización más amplia de los futuros productos o servicios que se venderán dentro del mercado al cual se está incursionando.

Tabla 35
Oferta Proyectada (Productos sustitutos)

Años	Oferta Actual	% De Crecimiento del Sector Textil	Total
2017	\$ 4.511.737,52	1,72%	\$ 4.589.339,40
2018	\$ 4.589.339,40	1,72%	\$ 4.668.276,04
2019	\$ 4.668.276,04	1,72%	\$ 4.748.570,39
2020	\$ 4.748.570,39	1,72%	\$ 4.830.245,80
2021	\$ 4.830.245,80	1,72%	\$ 4.913.326,03
2022	\$ 4.913.326,03	1,72%	\$ 4.997.835,23

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Elvis Catucuamba.

3.5 Balance de Oferta y Demanda

Situación que ayuda a determinar un equilibrio entre ofertantes y demandantes buscando obtener un mercado saludable en donde no existan monopolios por parte de los productores y comercializadores de bienes y servicios, satisfaciendo las necesidades de cada consumidor, acoplándose a la economía de cada familia e intentando buscar un funcionamiento adecuado del mercado en donde todo lo que se oferte se venda y todo lo demandado se cubra.

Tabla 36
Balance de Oferta y Demanda Actual

Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Diferencia Entre (D.A - O.A)
2018	19366	16184	3182

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Elvis Catucuamba.

Con la determinación del balance ente oferta y demanda actual se visualiza que, actualmente en el mercado local existe una demanda insatisfecha de 3182 habitantes que aún no han podido complacer su necesidad con lo que respecta a edredones o cobertores para sus niños, gracias a este resultado se puede considerar que el proyecto tendrá un futuro mercado potencial y estable para la comercialización de los edredones con hilos de neón dando continuidad al proyecto.

3.5.1 Balance Oferta y Demanda Proyectada

Son estimaciones de consumo que un bien o un servicio tienen dentro de un futuro y cuál será su crecimiento en el mercado en el cual se va a desenvolver

Tabla 37
Proyección de Demanda Insatisfecha

Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
2019	19853	16591	3262
2020	20341	16999	3342
2021	20828	17406	3422
2022	21315	17813	3502
2023	21802	18220	3582

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

“Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas.” (Sotelo, 2010, pág. 03).

Este análisis ayuda a poder visualizar las herramientas, materiales, insumos y capital de trabajo necesario para la ejecución de un proyecto. “El 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.” (Sotelo, 2010, pág. 05)

4.1 Tamaño del Proyecto

“El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo” (Sotelo, 2010, pág. 03),

El estudio de este factor es fundamental para el desarrollo de un proyecto ya que este ayuda a poder obtener una visualización del financiamiento, inversión,

capacidad de producción, instalaciones, equipos y localización de la planta o microempresa.

4.1.1 Capacidad Instalada

Hace referencia al espacio físico o disponibilidad de la planta para poder producir un bien o prestar algún tipo de servicio. Su dimensión depende mucho del tipo de producto o servicio a ofertar este debe ser idóneo para un correcto proceso productivo.

El uso de la capacidad instalada depende de las unidades producidas, es decir, de la utilización de la infraestructura en el proceso productivo.

Tabla 38
Capacidad Instalada

Producción diaria de edredones	8
Producción semanal de edredones	40
Producción mensual de edredones	160
Producción anual de edredones	1920

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Para la producción diaria de los edredones de 1 plaza $\frac{1}{2}$ se utilizarán 3 personas como personal directo en el proceso de fabricación de los edredones, los cuales trabajarán en una jornada de 8 horas al día, las actividades diarias de cada trabajador se las determinará dependiendo del grado de complejidad y conocimiento del proceso productivo.

Adicionalmente se pretenderá incrementar el volumen de producción, dependiendo de la acogida que los edredones tienen en el mercado actual y de esta manera poder mejorar la utilidad de la microempresa.

4.1.2 Capacidad Óptima

La capacidad óptima es la determinación del espacio físico y tiempos reales que son indispensables para la determinación de la producción de un bien o un servicio de acuerdo la naturaleza de la microempresa o al nivel de producción de la misma.

Para la consecución del proyecto se realizará una distribución adecuada para cada departamento otorgándole el espacio necesario para un correcto funcionamiento tanto del personal operativo como de la maquinaria, ya que si existe el espacio idóneo y la distribución precisa el desarrollo de las actividades será apropiada y acogedora para el correcto desempeño de la microempresa.

Adicionalmente para una correcta determinación de la producción anual se toma en cuenta los tiempos que no se produce, es decir, las pausas activas que los trabajadores tendrán dentro de su jornada de trabajo, también se reducirá en un 10% la capacidad operativa de las maquinas ya que estas no van a pasar trabajando a su máxima capacidad en todo momento, debido a que la producción dependerá de los pedidos y temporadas de más ventas para los edredones.

Visualizado de esta manera la capacidad optima del proceso productivo y el número de edredones reales que se deberán producir.

Tabla 39
Capacidad Opima

Producción diaria de edredones	6,5
Producción semanal de edredones	32
Producción mensual de edredones	130
Producción anual de edredones	1555

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

4.2 Localización

“Ubicación geográfica de un lugar dentro de un territorio” (Aguirre, 2011, pág. 77).

El estudio de la localización se encuentra generalizado por la ubicación de la planta o industria procesadora del producto.

Para la determinación de la localización del proyecto, se va a realizar un análisis de macro y micro localización a través de métodos cualitativos y cuantitativos, con la finalidad de escoger la opción más conveniente que contribuya a obtener una rentabilidad sobre el capital a invertir y minimización de costos.

Para toda empresa los insumos y materia prima son esenciales e imprescindibles para la producción de bienes y servicios por lo tanto es importante que en la zona de ubicación de la empresa se encuentren varias fuentes de abastecimiento de materia prima e insumos, también se debe considerar la distancia y la disponibilidad de estas fuentes. En lo referente al costo de los insumos y materias primas se debe tener en cuenta que tienen una variación dependiendo de la zona, por ello se tiene que analizar las diferencias entre precios.

4.2.1 Macro Localización

En este factor se selecciona la zona general de la microempresa, estos son la ciudad y región más apropiada para la ubicación de la misma. “NEÓNTEx” se localizará en el sur del Distrito Metropolitano de Quito en el sector de Solanda.

Tabla 40
Macro Localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Cuidad	Quito
Parroquia	Solanda
Sector	Solanda

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

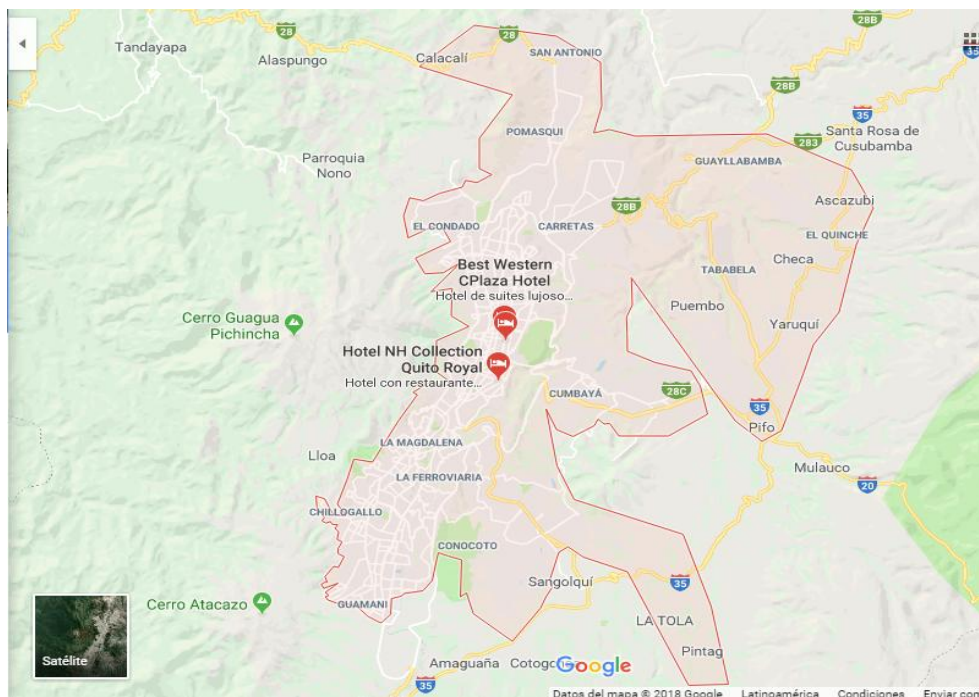


Figura 36 Mapa de la Ciudad de Quito

Fuente: Google Maps
Elaborado por: Elvis Catucuamba

4.2.2 Micro Localización

La microempresa “NEÓNTEX” estará localizada al Sur de Quito en el sector de Solanda. El análisis sobre la micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida

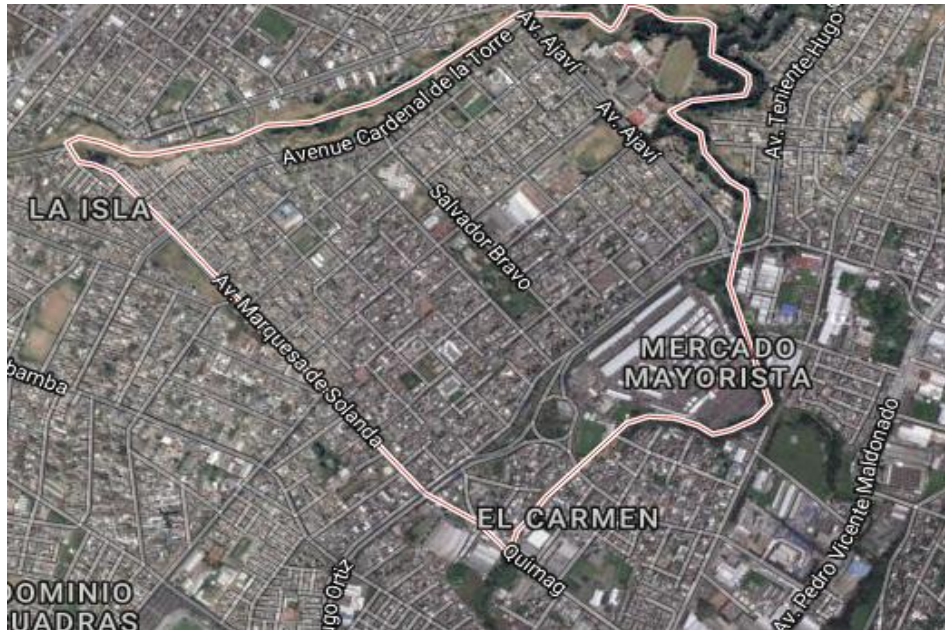


Figura 37 Mapa del Sector de Solanda

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Elvis Catucuamba

4.2.3 Localización Óptima

Se define como Localización Óptima al lugar geográfico donde una microempresa instala sus operaciones para un adecuado funcionamiento operacional y un adecuado proceso productivo, a este factor se debe analizar de manera muy apropiada, ya que el mismo ayudará a que la microempresa tenga los materiales necesarios para la fabricación y prestación de un servicio.

Para determinar la localización óptima del proyecto se va a elaborar la siguiente matriz de ponderaciones la cual cuenta con las siguientes direcciones:

Tabla 41
Matriz de Localización Óptima

Factores	Ponderación	Calificación	Total	Ponderación	Calificación	Total
Lugar Comercial	0,1	9	0,9	0,1	8	0,8
Infraestructura	0,1	9	0,9	0,1	9	0,9
Servicios Básicos	0,1	10	1	0,1	10	1
Mano de Obra	0,1	8	0,8	0,1	8	0,8
Materia Prima	0,1	9	0,9	0,1	8	0,8
Seguridad	0,1	8	0,8	0,1	7	0,7
Transporte	0,1	8	0,8	0,1	7	0,7
Vías de Acceso	0,1	9	0,9	0,1	9	0,9
Aluencia de Gente	0,1	9	0,9	0,1	7	0,7
Costo de Renta	0,1	8	0,8	0,1	9	0,9
Total	1	87	8,7	1	82	8,2

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

Una vez elaborada la matriz de Localización Óptima se determinó que la mejor opción para la microempresa se la número 1, ya que la misma cuenta con las herramientas y parámetros necesarios para llevar un correcto funcionamiento operativo y un adecuado proceso productivo de los edredones, el cual contará con un área de 136 mt² los cuales serán distribuidos de manera adecuada y tomando en cuenta la importancia de cada departamento.

El local de producción y comercialización se localizará en las calles **Av. Juan Alemán y Pasaje C S23-33**. El lugar escogido es uno de los lugares más concurridos del sector sur de Quito y muy conocido dentro de la sociedad la calle Juan Alemán es más conocida por las personas del sur, ayudando al proyecto ya que este sector es estratégico tanto para la comercialización y para producción del producto ya estudiado.

Tabla 42
Rutas Alternas de Llegada

Calle principal	Calle secundaria	Referencia
Av. Teniente Hugo Ortiz	Av. Marquesa de solanda	Parada del trole “QUIMIAG”
Av. Mariscal Sucre	Ajavi	Colegio Consejo Provincial de Pichincha
Av. Cardenal de la torre	Av. Marquesa de solanda	Parque lineal

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

4.3 Ingeniería del Producto

Ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva. (Tallados, 2015, pág. 01).

4.3.1 Definición del Bien o Servicio

Es muy importante la descripción y características del bien o servicio a ofertar, los cuales se los puede analizar a través de planos, investigaciones de mercado y nuevas necesidades creadas por las personas con el objetivo principal de poder satisfacer una necesidad y a través de esta tener una ganancia o beneficio.

“NEÓNTEX” presentará y comercializará al mercado local edredones para niños, los cuales tendrán diseños personalizados de diferentes tipos de personajes infantiles, cada edredón en sus terminados y apliques finales tendrán hilos de neón.

Este material tiene la capacidad de poder iluminarse de manera natural en lugares con poca cantidad de luz, dicho material no afecta con la salud ni con el sueño de cada uno de los infantes, manteniendo por un largo periodo de tiempo sus

características y calidad, buscando el confort para cada uno de los futuros clientes, con la finalidad de poder ayudar y complementar el desarrollo de los infantes los cuales en su gran mayoría presentan un cierto temor a la oscuridad y al poder dormir solos en las noches.

4.3.2 Distribución de la Planta

Se define como la determinación adecuada de los elementos y el área o espacio que estos ocuparán dentro de una microempresa, cada uno de estos espacios físicos deberán tener relación entre sí y se los ubica dependiendo el nivel de importancia que cada uno tendrá dentro el proceso productivo de un bien o la prestación de un servicio.

El espacio físico que se utilizará para el proyecto será de 136 metros, los cuales se los distribuirá de manera apropiada en donde cada departamento cumpla con sus funciones de manera adecuada manteniendo la ergonomía y comodidad por parte de los trabajadores, equipos y maquinaria a ocupar.

Una vez determinada el área donde se ubicará la microempresa se procede a realizar la matriz SLP, la cual ayudará a tener una distribución adecuada e idónea para el proceso productivo de los edredones.

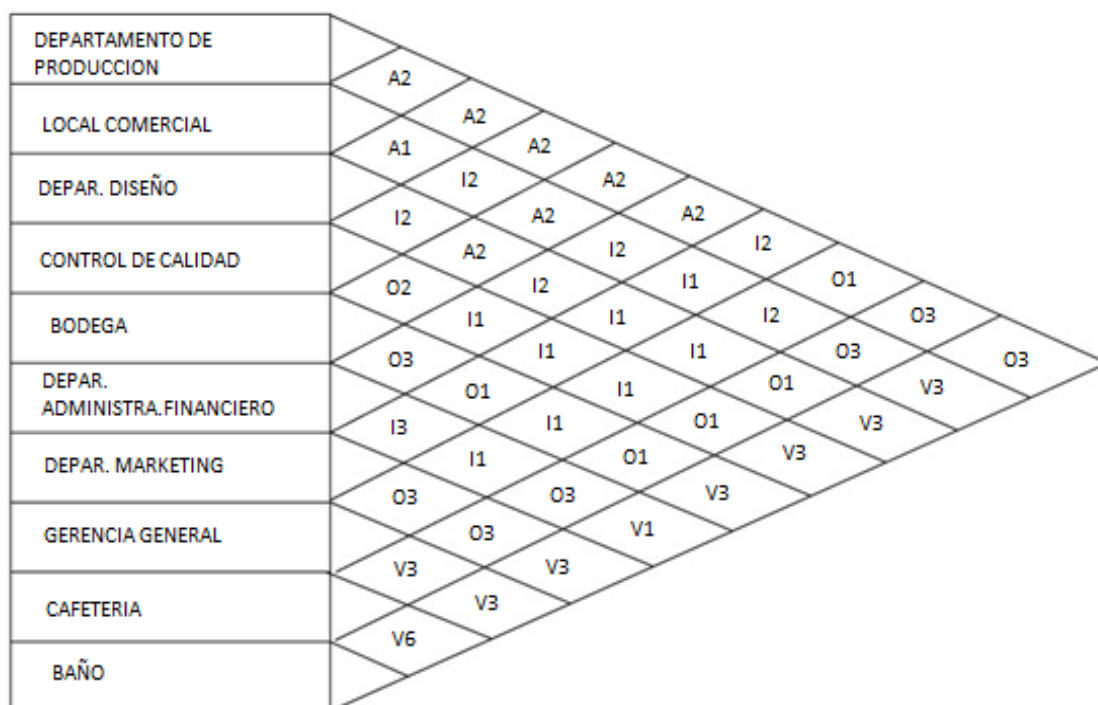


Figura 38 Matriz SLP de la planta
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Tabla 43
Simbología 1

Letra	Grado de Cercanía
A	Absolutamente necesaria
I	Importante
O	Ordinario
V	Sin importancia
X	Indesable
XX	Muy indeseable

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Tabla 44
Simbología 2

Número	Posición de Cercanía
1	Por flujo/Información
2	Secuencia de proceso
3	Por conveniencia
4	Seguridad
5	Ruido
6	Higiene

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Con la matriz construida se presenta entonces el plano general de la planta:

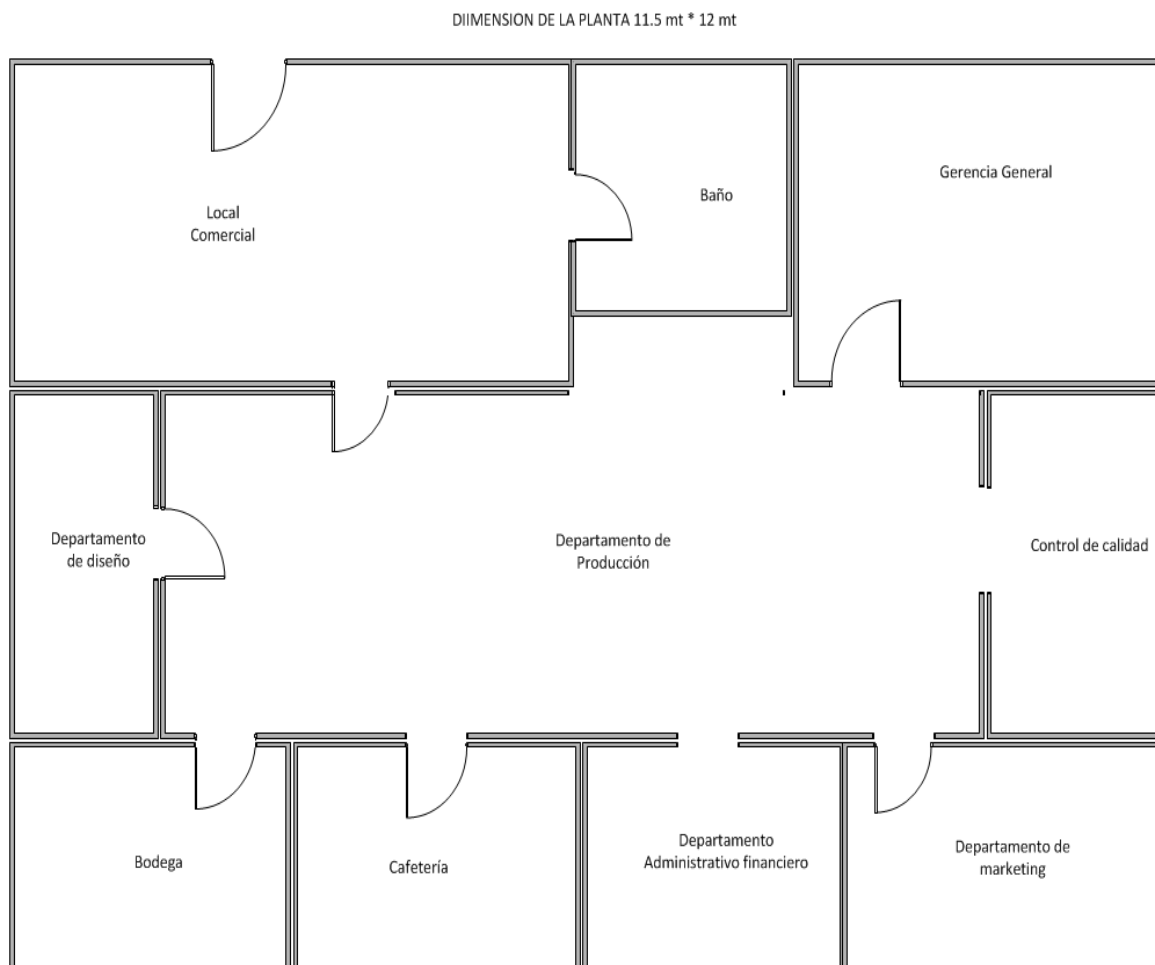


Figura 39 Planos del Proyecto
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Elvis Catucuamba

En la figura N° 40 se puede visualizar la distribución y constitución de la planta, cada departamento está distribuido de manera que se pueda complementar con todo el proceso de producción y comercialización de los edredones, buscando el máximo aprovechamiento tanto de tiempo, mano de obra, materiales y de espacio disponible.

Tabla 45
Dimensiones de la Microempresa

Departamentos	Dimensiones	Total
Producción	6 mt * 5 mt	30 mt ²
Diseño	3 mt * 2 mt	6 mt ²
Bodega	3 mt * 3 mt	9 mt ²
Control de Calidad	2 mt * 2 mt	4 mt ²
Administrativo Financiero	5 mt * 5 mt	25 mt ²
Gerencia General	3 mt * 2 mt	6 mt ²
Marketing	2 mt * 2 mt	4 mt ²
Local Comercial	7 mt * 6 mt	42 mt ²
Comedor	3 mt * 2 mt	6 mt ²
Baño	2 mt * 2 mt	4 mt ²
Total		136 mt²

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

4.3.2.01 Descripción Operativa y Distribución de cada Departamento

4.3.2.01.01 Departamento de producción: Departamento con una dimensión total de 30 *metros*², en este departamento se realizará el proceso de bordado y entrega de cada uno de los edredones hacia el departamento de control de calidad, buscando una adecuada distribución de los equipos, materiales, mano de obra y maquinaria a ocupar en este proceso.

4.3.2.01.02 Departamento de diseño: Departamento con una dimensión de 6 *metros*², en este espacio físico se elaborarán los diseños de cada uno de los edredones, a través de programas y equipos electrónicos que complementen este proceso, aquí se tomará a consideración las últimas tendencias y pedidos de cada cliente.

4.3.2.01.03 Bodega: Este lugar ocupará un espacio de 9 *metros*² en donde se almacenarán todo lo que respecta a materiales para el proceso productivo, insumos para los demás departamentos, edredones y materias primas, adicionalmente en este

departamento se realizará el contacto con los proveedores, revisión y recepción de los materiales solicitados y devolución de los mismos.

4.3.2.01.04 Departamento de Control de Calidad: Superficie a utilizar dentro de la microempresa 4 *metros*², en esta sección se elaborará el proceso de control de calidad con lo que respecta a bordado, terminados, diseño, calidad, estado del edredón, calidad e inspección si este posee las características de iluminarse en la oscuridad, adicionalmente una vez aprobado cada uno de los edredones se los etiquetará y empacará para pasarlos al departamento de ventas.

4.3.2.01.04 Departamento Administrativo Financiero: Departamento con una superficie aproximada de 25 *metros*², en este lugar se elaborarán lo que son presupuestos, proyección de ventas, contabilidad de la microempresa, reclutamiento de nuevo personal, recursos humanos y cualquier otra actividad administrativa que se necesite.

4.3.2.01.05 Gerencia General: En este lugar cuya dimensión será de 6 *metros*² en donde se ubicará al Gerente General de la microempresa el cual se encargará de cumplir con sus funciones de manera oportuna y transparente buscando el bienestar de la microempresa y de los colaboradores fomentando el trabajo en equipo y fidelidad por parte de los trabajadores

4.3.2.01.06 Departamento de Marketing: En este departamento con una dimensión de 4 *metros*² se elaborarán las propuestas publicitarias y comerciales que ayudarán a una mejor comercialización de los edredones.

4.3.2.01.07 Local Comercial: en este espacio físico cuya dimensión será de 42 *metros*² se conformará el lugar en donde se pondrá a la venta los edredones con

hilos de neón, se colocaran vitrinas, material Punto de venta (P.O.P), vendedores, exhibiciones del producto, catálogos, muebles y otros bienes que ayuden a que el mismo sea agradable y llamativo para los clientes.

4.3.2.01.08 Comedor: Lugar con una dimensión total de 6 *metros*², en donde todos los trabajadores podrán tomar su tiempo de almuerzo, descansar y convivir entre ellos, se colocará un comedor, un microondas sillas y un mueble para poder poner los recipientes de comida.

4.3.2.01.09 Baño: Se contará con un solo baño cuya dimensión será de 4 *metros*² el cual está ubicado entre el departamento administrativo y el local comercial el cual será utilizado tanto como para clientes como para los trabajadores el mismo contará con una adecuada limpieza que se la elaborará de manera periódica y constante.

4.3.3 Proceso Productivo

El Proceso Productivo hace referencia a la utilización y transformación de materias primas para la elaboración de un producto terminado y posteriormente ponerlo a la venta, dicho proceso debe de contar con un desarrollo ordenado y temporizado, el cual ayudará a que el producto final sea el más apropiado y competitivo para el mercado al cual se lo pretende incursionar.

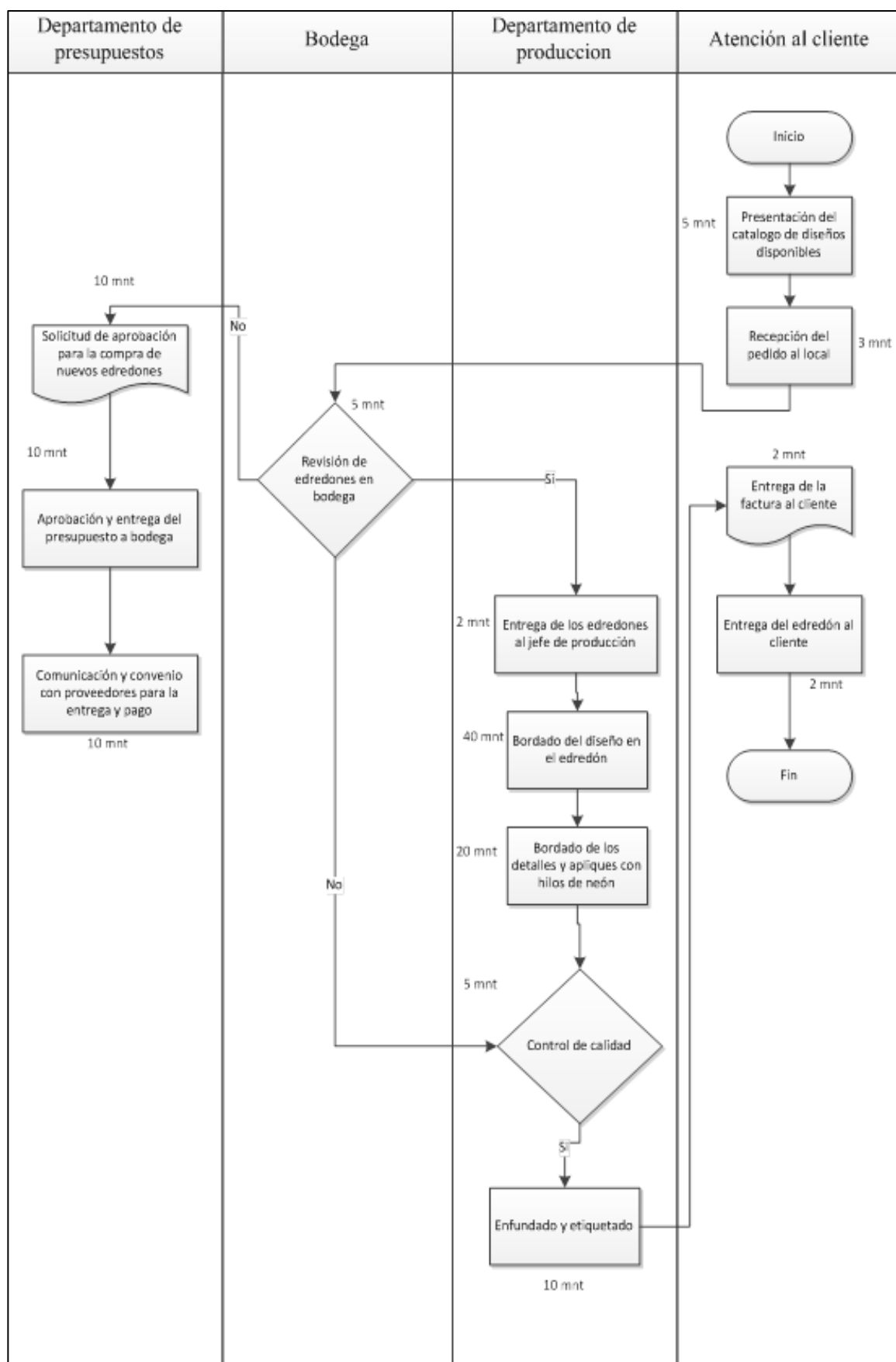


Figura 40 Proceso Productivo Temporizado

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Elvis Catucuamba

Para asegurar un proceso productivo adecuado y de calidad se diseñará herramientas y formatos que ayuden a llevar un óptimo manejo de la mercadería dentro de la microempresa, y los mismos se los indicará en el ANEXO 2 del proyecto.

4.3.4 Maquinaria

Este factor es vital para la consecución de un proyecto, ya que la maquinaria ayuda a que el Proceso Productivo sea más rápido, eficiente y con un menor costo, aumentando el margen de utilidad en cada producto producido y vendido. La maquinaria es considera a todos los equipos electrónicos que ayudan a la industrialización y transformación de materias primas en productos terminados.

Tabla 46
Maquinaria

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Bordadora	1	\$ 11.730,00	\$ 11.730,00
Maquina de coser recta	1	\$ 490,00	\$ 490,00
Maquina de coser overlock	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Cortadora de tela	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Etiquetadora	1	\$ 135,00	\$ 135,00
Total	5	\$ 13.455,00	\$ 13.455,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Elvis Catucuamba

4.3.5 Equipo

Herramientas que ayudan a la terminación, venta, diseño y presentación un producto, servicio o trabajo dichos aparatos ayudan a que este proceso se lo realice de manera más estética buscando tener una mayor vistosidad ante los potenciales clientes.

Tabla 47
Equipos de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Telefono de escritorio	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Perforadora	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Grapadora	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Calculadora	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Total	8	\$ 45,00	\$ 90,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Tabla 48
Equipos de Computación

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora portatil HP	1	\$ 950,00	\$ 950,00
Computadora de escritorio	1	\$ 890,00	\$ 890,00
Impresora EPSON multifunción	1	\$ 210,00	\$ 210,00
Datafast	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Tarjeta PCMCIA	1	\$ 190,00	\$ 190,00
Total	5	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Tabla 49
Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	4	\$ 80,00	\$ 320,00
Archivador metalico	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Sillones ejecutivos	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Sillas giratorias	4	\$ 30,00	\$ 120,00
Mesa plastica	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Vitrinas	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Camas de 1 plaza y media para exhibición	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Estanteria	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Sillas plasticas	6	\$ 10,00	\$ 60,00
Muebles de cocina	1	\$ 85,00	\$ 85,00
Total	25	\$ 765,00	\$ 1.625,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

“El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.” (Anzil, 2012, pág. 01)

El estudio financiero es vital en la ejecución de un proyecto de inversión. “El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.” (Anzil, 2012, pág. 01)

Para poder elaborar un Estudio Financiero adecuado y confiable es necesario buscar fuentes de información que ayuden a que este pueda tener datos adecuados estos deben ser estimaciones o datos históricos sobre costos de producción, inversión inicial, margen de utilidad, ventas futuras, estudio de mercado, demanda actual del producto, gastos operativos, capital de trabajo, entre otros.

A través del Estudio Financiero de un proyecto se busca conocer si el mismo es rentable en un futuro, es decir, si con el transcurso del tiempo y con el desenvolvimiento de la microempresa y si a través de las inversiones necesarias se

tiene una rentabilidad, ya que la misma ayudará a que las actividades de la microempresa se desarrollen de la mejor manera posible, es decir, que la microempresa pueda mantenerse dentro del mercado en el cual se va a desenvolver.

5.1 Ingresos

Son todos los rubros económicos que un emprendimiento genera a través de la constitución de la misma, estos ingresos pueden ser formados por la venta de un producto o prestación de un servicio y este a su vez puede o no formar parte del giro de negocios de la misma.

5.1.1 Ingresos Operacionales

Son aquellos rubros económicos que se genera por la venta de su producto principal o prestación de un servicio determinado, en esta caso los ingresos operacionales serán las ventas que se obtendrán por los edredones.

5.1.2 Ingresos no Operacionales

Son ganancias o ingresos monetarios que son obtenidos de manera ocasional por la realización de otras actividades que no tienen que ver con el giro de negocios de la empresa, en este proyecto no existen ingresos no operacionales ya que el principal objetivo de la microempresa es la venta de edredones.

5.2 Costos

Los costos son todos aquellos rubros económicos que ayudan a la producción de un bien o prestación de un servicio.

Es decir, lo que a un proyecto le cuesta la elaboración de un producto o servicio determinado. Este rubro tiene la característica de ser recuperable debido a que la adquisición de materia primas, mano de obra e insumos que se los incorpora al

producto final el cual tendrá un Precio de Venta al Público (P.V.P) que engloba los costos y un margen de utilidad.

5.2.1 Costos Directos

Hace referencia a los rubros monetarios que son empleados para la elaboración o fabricación de un producto y estos son mano de obra directa y materia prima directa.

5.2.1.01 Materia prima Directa (M.P.D)

Son los materiales principales que forman parte principal del producto, es decir, las telas, la pintura de neón, son los que se identifican claramente con el producto, estos materiales se pueden medir en forma unitaria o por volumen de producción, para la confección de los edredones de dormitorios se tendrá como materias primas a los siguientes materiales.

Tabla 50
Costos de Materia Prima Directa

Ítem	Cantidad	Costo unitario	Costo unitario
Edredones sin diseño	1	\$ 21,00	\$ 21,00
Hilo	1,5	\$ 0,95	\$ 1,43
Hilo de neón	2	\$ 1,50	\$ 3,00
TOTAL MATERIA PRIMA PRODUCTO			\$ 25,43

Fuente: Investigación de Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

5.2.1.2 Mano de Obra Directa

La Mano de Obra Directa es aquella en la que interviene personal directamente relacionado con el proceso productivo de un bien, a través de un esfuerzo físico – intelectual, con el objetivo de transformar la materia prima en partes específicas o productos terminados.

Tabla 51
Costos de Mano de Obra Directa

Producto	Tiempo (minutos)	Minutos por hora	Proporción	Costo unitario
A	180	60	3	\$ 6,46

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

5.2.2 Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F)

Son aquellos costos que están relacionados con la elaboración de un producto terminado, pero estos no intervienen en la transformación del mismo es decir son materiales y rubros complementarios.

Tabla 52
Costos Indirectos de Fabricación

Item	Unidad de medida	Costo unitario
Fundas para edredones	Unidades	\$ 0,10
Etiquetas	Rollo	\$ 0,05
Luz	Kilovatios	\$ 0,27
Lubricantes	Paquete	\$ 0,15
Suministros de limpieza	paquete	\$ 0,19
		\$ 0,08
CIF TOTAL		\$ 0,84

Fuente: Investigación de Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Una vez determinados los costos y materia prima se muestra de forma resumida el costo unitario de cada edredón

Tabla 53
Resumen de Costos

Elemento	Valor
Materia prima	\$ 25,43
Mano de obra directa	\$ 12,16
CIF	\$ 0,84
TOTAL	\$ 38,43

Fuente: Investigación de Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Una vez determinado los costos de producción de los edredones se describe a continuación el porcentaje de utilidad estimado y el precio de venta al público que tendrá dichos edredones.

Tabla 54
Precio y Utilidad Bruta de los Edredones

Descripción	Valores	Porcentaje
Precio unitario	\$ 56,00	100%
Costo unitario	\$ 38,43	69%
Utilidad bruta unitaria	\$ 17,57	31%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

5.2.3 Gastos Administrativos

Son todos los rubros económicos que no forman parte del proceso de fabricación de un producto pero que ayudan a su comercialización dentro del mercado.

Tabla 55
Proyección de los Gastos Administrativos

Periodo	Gasto administrativo anual
2019	\$ 15.559,20
2020	\$ 16.224,19
2021	\$ 16.444,67
2022	\$ 17.270,62
2023	\$ 17.502,16

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Para elaborar y determinar la proyección de los Gastos Administrativos que se emplearán en el proyecto se tomó en cuenta los siguientes rubros que se describen a continuación:

- Sueldo del personal administrativo más beneficios sociales
- Sueldo del contador
- Arriendo
- Servicios básicos

- Suministros de oficina

5.2.4 Gastos de Venta

Los gastos de ventas representan todos los rubros económicos y monetarios que son empleados en la venta y comercialización de un producto hasta llegar a su consumidor final.

Tabla 56
Gastos de Ventas Anuales

Periodo	Total gasto de ventas anual	
2019	\$	6.423,11
2020	\$	7.011,31
2021	\$	7.201,58
2022	\$	7.391,84
2023	\$	7.582,11

Fuente: Investigación de Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Para la proyección y elaboración de los gastos de ventas del proyecto se tomaron en cuenta los siguientes rubros mencionados a continuación:

- Sueldo del vendedor/cobrador más beneficios sociales
- Publicidad (Gigantografía, Volantes, Trípticos, Flyer, Tarjetas de presentación)

5.2.5 Gastos Financieros

Son rubros monetarios que se deben pagar a Instituciones Financieras en el caso de haber solicitado un préstamo para el desarrollo de las actividades de un proyecto, dicho préstamo ayudará al funcionamiento operacional del mismo.

Mediante investigaciones previas se logró recopilar información sobre las diferentes entidades financieras y la Tasa Activa que estas cobran por entregar un

préstamo, estas entidades se muestran a continuación en el siguiente cuadro comparativo:

Tabla 57
Comparación de Entidades Financieras

Entidad financiera	Tasa activa por préstamo
Banco Pichincha	26,91%
Banco de la Producción	25,34%
Banco de Guayaquil	26,75%
Cooperativa Cooprogreso	21,95%
Cooperativa Jep	22,00%
Cooperativa Alianza del valle	21,00%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Una vez elaborada la tabla comparativa de las diferentes Instituciones Financieras se pudo visualizar, que la mejor opción para el financiamiento del proyecto es la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Alianza del Valle” ya que esta al momento de otorgar un préstamo tiene una tasa de interés del 21%, siendo esta la más baja y por consiguiente ayudará a que la futura obligación financiera que se tendrá no afecte a los objetivos esperados por la microempresa.

5.2.6 Costos Fijos y Variables

- **Costos fijos:** Son inversiones económicas que no dependen del nivel de bienes y servicios producidos por la microempresa. Esto quiere decir que estos siempre estarán presentes dentro de una empresa ya sea que esta produzca o no algún producto o preste algún servicio, dichos costos ayudan a que la microempresa tenga un adecuado funcionamiento de sus instalaciones.

Tabla 58
Costos Fijos

Costo Fijo	Valores
Gasto Administrativo	\$ 15.559,20
Gasto de Ventas	\$ 6.423,11
Total Costo Fijo	\$ 21.982,31

Fuente: Investigación de Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

- **Costos Variables:** son aquellos desembolsos de dinero que aumentan o disminuyen dependiendo del nivel de producción de una empresa, es decir a mayor producción mayor cantidad de materiales y mano de obra por tal motivo mayor cantidad de dinero a invertir y a menos producción menor cantidad de materiales y mano de obra y por tal motivo no requiere mayor cantidad de dinero.

Tabla 59
Costo variable

Costo variable	Valores
Costo de producción	\$ 59.764,45
Gasto de ventas	\$ 118,00
Costo variable total	\$ 59.882,45
Costo de producción 1er año	\$ 1.555,00
Costo variable unitario	\$ 38,51

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

5.3 Inversiones

Se refiere a los desembolsos ya sean económicos y materiales que una persona realiza hacia una microempresa con la finalidad de que dichos bienes o dinero realicen un trabajo determinado, y a través de este poder obtener una rentabilidad o ganancia después de un periodo de tiempo, el cual se lo pactara con la empresa o persona que vaya a utilizar dicha inversión para el desarrollo de una actividad comercial.

“La inversión recoge los incrementos anuales de esos bienes que se hayan llevado a cabo a lo largo del año. La inversión mide, pues, la variación producida en el stock de bienes de capital de una empresa.” (INE Panorámica de la industria, 2012, pág. 01)

5.3.1 Inversión Fija

Hacen referencia a todas las inversiones monetarias y de bienes que realiza una persona para la ejecución de un proyecto y dichas inversiones funcionarán hasta que las mismas cumplan con su vida útil para la elaboración de un producto o prestación de un servicio.

5.3.1.01 Activos Fijos

Son los bienes que una microempresa posee y utiliza para la ejecución de sus actividades de producción de manera continua, ayudando con la comercialización de un bien o de un producto, dichos bienes intervienen de manera favorable para el crecimiento económico y productivo de la misma ayudando a obtener el fin deseado por sus propietarios.

Tabla 60
Activos Fijos

Activos	Costo total	2019	2020	2021	2022	2023
Maquinaria	\$ 13.455,00	\$ 1.345,50	\$ 1.345,50	\$ 1.345,50	\$ 1.345,50	\$ 1.345,50
Equipos de Oficina/Muebles y Enseres	\$ 1.715,00	\$ 171,50	\$ 171,50	\$ 171,50	\$ 171,50	\$ 171,50
Equipos de Computación	\$ 2.420,00	\$ 806,67	\$ 806,67	\$ 806,67	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 17.590,00	\$ 2.323,67	\$ 2.323,67	\$ 2.323,67	\$ 1.517,00	\$ 1.517,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

Los activos fijos a utilizar tienen un valor total de \$17.590 dólares americanos, estos al ser bienes que se emplean para la producción y transformación de la materia prima tienden a perder su costo con el pasar del tiempo, debido a que sufren un

desgaste ya sea del tiempo como de uso dentro de la microempresa, a estos bienes para poder llevar un correcto proceso de desgaste se les aplica una depreciación la cual varía dependiendo del tipo de bien que sea.

5.3.1.02 Activos Nominales

Son aquellos activos intangibles que la empresa usa para la operación, pueden ser gastos de constitución y posibles gastos de estudio.

Tabla 61
Activos Nominales

Activo	Valor
Gasto de Constitución	\$ 250,00
Total Gasto de Constitución	\$ 250,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Los activos nominales utilizados para el presente proyecto tiene un valor de \$250 dólares, los cuales son gastos que son necesarios para iniciar las actividades jurídicas de la microempresa (tramites, notarios y registros), dicho rubro se lo amortizará a 5 años, para evitar que afecten a un solo periodo y de esta manera poder aligerar las cargas financieras para la microempresa.

5.3.2 Capital de trabajo

Son los rubros o recursos básicos que un proyecto necesita para el inicio de sus actividades económicas dentro de un mercado, los mismos ayudarán a corto plazo a poder cubrir los requerimientos iniciales para la comercialización de un bien o servicio estos pueden ser los Gastos Administrativos y de Ventas, costos de la primera producción de un bien, arriendo de los primeros meses del local, sueldos del personal operativo, entre otros que ayuden a posicionar a la empresa durante sus primeros meses de funcionamiento.

Tabla 62
Capital de Trabajo

Detalle	Valor
Costo de Producción	\$ 59.764,45
Gasto Administrativo	\$ 15.559,20
Gasto de Ventas	\$ 6.423,11
Capital de Trabajo	\$ 81.746,76
Días del año	360
Capital de Trabajo Diario	\$ 227,07
Días de Desfase	30
Capital de Trabajo Real	\$ 6.812,23

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Para tener un valor real del Capital de Trabajo a invertirse en el proyecto se utilizó el método de días de desfase, el cual ayuda asimilar todas las obligaciones monetarias de manera propia, es decir, que por los primeros 30 días la micro empresa se sustentará de sus propios fondos, y después de ese periodo de tiempo se produzcan las ventas necesarias para que la micro empresa empiece a generar sus ganancias esperadas y de esta manera pueda continuar con su funcionamiento.

5.3.3 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Hacen referencia a los recursos monetarios que se obtendrán a través de capital propio de préstamos realizados hacia Instituciones Financieras o familiares para la ejecución de un proyecto, dicha inversión será analizada y valorada según el riesgo que tendrá tanto para el inversor externo como interno en este caso los bancos y el ejecutor del proyecto.

Tabla 63
Fuentes de Financiamiento y Uso

Fuentes	Aporte	Participación
Recursos Propios	\$ 16.652,23	68%
Deuda	\$ 8.000,00	32%
Total	\$ 24.652,23	100 %

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

5.3.4 Amortización del Financiamiento (Tabla de Amortización)

Hace referencia al valor mensual que se debe pagar por la adquisición de un préstamo con una Institución Financiera, este puede ser de cuota fija o de cuota variable dependiendo del requerimiento de cada persona.

Tabla 64
Condiciones de Endeudamiento

Detalle	Valor
Capital	\$ 8.000,00
Plazo	60
Tasa	21%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Una vez establecido las condiciones de endeudamiento se selecciona el método de amortización alemán.

El cual se basa en tener cuotas variables las cuales son decrecientes con respecto al monto total de deuda este método ayuda a tener una situación financiera adecuada y saludable para la consecución del proyecto ya que el otro método de amortización (Método francés) tiene mayor cantidad de interés a pagar.

Tabla 65
Tabla de Amortización Método Alemán

PERIODO	SLDO INICIAL	INTERES	CUOTA	AMORTIZACION	SLDO FINAL
0					8000,00
1	8000,00	140,00	273,33	133,33	7866,67
2	7866,67	137,67	271,00	133,33	7733,33
3	7733,33	135,33	268,67	133,33	7600,00
4	7600,00	133,00	266,33	133,33	7466,67
5	7466,67	130,67	264,00	133,33	7333,33
6	7333,33	128,33	261,67	133,33	7200,00
7	7200,00	126,00	259,33	133,33	7066,67
8	7066,67	123,67	257,00	133,33	6933,33
9	6933,33	121,33	254,67	133,33	6800,00
10	6800,00	119,00	252,33	133,33	6666,67
11	6666,67	116,67	250,00	133,33	6533,33
12	6533,33	114,33	247,67	133,33	6400,00
13	6400,00	112,00	245,33	133,33	6266,67
14	6266,67	109,67	243,00	133,33	6133,33
15	6133,33	107,33	240,67	133,33	6000,00
16	6000,00	105,00	238,33	133,33	5866,67
17	5866,67	102,67	236,00	133,33	5733,33
18	5733,33	100,33	233,67	133,33	5600,00
19	5600,00	98,00	231,33	133,33	5466,67
20	5466,67	95,67	229,00	133,33	5333,33
21	5333,33	93,33	226,67	133,33	5200,00
22	5200,00	91,00	224,33	133,33	5066,67
23	5066,67	88,67	222,00	133,33	4933,33
24	4933,33	86,33	219,67	133,33	4800,00
25	4800,00	84,00	217,33	133,33	4666,67
26	4666,67	81,67	215,00	133,33	4533,33
27	4533,33	79,33	212,67	133,33	4400,00
28	4400,00	77,00	210,33	133,33	4266,67
29	4266,67	74,67	208,00	133,33	4133,33
30	4133,33	72,33	205,67	133,33	4000,00
31	4000,00	70,00	203,33	133,33	3866,67
32	3866,67	67,67	201,00	133,33	3733,33
33	3733,33	65,33	198,67	133,33	3600,00
34	3600,00	63,00	196,33	133,33	3466,67
35	3466,67	60,67	194,00	133,33	3333,33
36	3333,33	58,33	191,67	133,33	3200,00
37	3200,00	56,00	189,33	133,33	3066,67
38	3066,67	53,67	187,00	133,33	2933,33
39	2933,33	51,33	184,67	133,33	2800,00
40	2800,00	49,00	182,33	133,33	2666,67
41	2666,67	46,67	180,00	133,33	2533,33
42	2533,33	44,33	177,67	133,33	2400,00
43	2400,00	42,00	175,33	133,33	2266,67
44	2266,67	39,67	173,00	133,33	2133,33
45	2133,33	37,33	170,67	133,33	2000,00
46	2000,00	35,00	168,33	133,33	1866,67
47	1866,67	32,67	166,00	133,33	1733,33
48	1733,33	30,33	163,67	133,33	1600,00
49	1600,00	28,00	161,33	133,33	1466,67
50	1466,67	25,67	159,00	133,33	1333,33
51	1333,33	23,33	156,67	133,33	1200,00
52	1200,00	21,00	154,33	133,33	1066,67
53	1066,67	18,67	152,00	133,33	933,33
54	933,33	16,33	149,67	133,33	800,00
55	800,00	14,00	147,33	133,33	666,67
56	666,67	11,67	145,00	133,33	533,33
57	533,33	9,33	142,67	133,33	400,00
58	400,00	7,00	140,33	133,33	266,67
59	266,67	4,67	138,00	133,33	133,33
60	133,33	2,33	135,67	133,33	0,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Para realizar una comparación entre métodos de amortización que más favorecen al desarrollo del proyecto se presenta el método Francés en el ANEXO 3.

3.5.3 Depreciaciones

Hace referencia a la pérdida nominal o uso de un equipo y maquinaria que ayuda a la comercialización de un producto y que con el pasar del tiempo pierde su valor original, el cual se lo calcula en un lapsus de tiempo determinado.

Tabla 66
Cuadro de Depreciaciones

Maquinaria	\$	13.455,00	\$	1.345,50	\$	1.345,50	\$	1.345,50	\$	1.345,50	\$	1.345,50
Equipos de Oficina/Muebles y Enseres	\$	1.715,00	\$	171,50	\$	171,50	\$	171,50	\$	171,50	\$	171,50
Equipos de Computación	\$	2.420,00	\$	806,67	\$	806,67	\$	806,67	\$	-	\$	-
TOTAL	\$	17.590,00	\$	2.323,67	\$	2.323,67	\$	2.323,67	\$	1.517,00	\$	1.517,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

Para el presente proyecto el método de depreciación que se va a emplear es el de línea recta, el cual se utiliza más en las empresas y consiste en dividir el valor total el activo entre la vida útil del mismo, gracias a este método se puede llevar un adecuado manejo contable sobre los activos que la microempresa va adquirir.

5.3.6 Estado de Situación Inicial

Es un Estado Financiero que ayuda a visualizar de manera detallada el patrimonio que posee una empresa actualmente, también se lo llama como Balance General o Balance de Situación.

Tabla 67
Estado de Situación Inicial

Cuenta	Año 2018
Caja	\$ 6.812,23
Total Activos Corrientes	\$ 6.812,23
Maquinaria	\$ 13.455,00
Depreciación Acumulada Maquina	\$ -
Equipos de Oficina	\$ 1.715,00
Depreciación Acumulada Equipos Oficina	\$ -
Equipos de Cómputo	\$ 2.420,00
Depreciación Acumulada Equipos Computación	\$ -
Total Activos Fijos	\$ 17.590,00
Activos Diferidos	\$ 250,00
Total Activos Diferidos	\$ 250,00
Total Activos	\$ 24.652,23
Deuda Bancaria	\$ 8.000,00
Total Pasivo	\$ 8.000,00
Capital	\$ 16.652,23
Utilidad Retenida	\$ -
Total Patrimonio	\$ 16.652,23
Total Pasivo + Total Patrimonio	\$ 24.652,23

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

Como se puede visualizar en la tabla 66, el Estado de Situación Inicial es un estado financiero que proporciona información de cada uno de las cuentas con sus respectivos rubros al momento de iniciar las actividades productivas y contables de una microempresa.

5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (5 años)

Es un Estado Financiero que ayuda a visualizar las pérdidas o ganancias monetarias que un proyecto obtuvo dentro de un periodo de tiempo determinado en este caso de un año contable, el mismo presenta las ventas, los costos y los gastos que un producto o servicio obtuvo durante este tiempo, con la finalidad de analizar y realizar las respectivas acciones que ayuden a que la empresa obtenga rentabilidad con el desempeño de sus actividades.

Tabla 68 .
Estado de Resultados Proyectado

DETALLE	PERIODO				
	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	\$ 87.082,10	\$ 90.891,85	\$ 94.868,27	\$ 99.018,66	\$ 103.350,62
Costo de Producción	\$ 59.764,45	\$ 62.379,08	\$ 65.108,10	\$ 67.956,50	\$ 70.929,53
Utilidad Bruta	\$ 27.317,66	\$ 28.512,77	\$ 29.760,18	\$ 31.062,15	\$ 32.421,09
Gasto Administrativo	\$ 15.559,20	\$ 16.224,19	\$ 16.444,67	\$ 17.270,62	\$ 17.502,16
Gasto de Ventas	\$ 6.423,11	\$ 7.011,31	\$ 7.201,58	\$ 7.391,84	\$ 7.582,11
Depreciaciones	\$ 2.323,67	\$ 2.323,67	\$ 2.323,67	\$ 1.517,00	\$ 1.517,00
Amortización	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Utilidad Operativa	\$ 2.961,68	\$ 2.903,61	\$ 3.740,26	\$ 4.832,69	\$ 5.769,82
Gasto Interes	\$ 1.526,00	\$ 1.190,00	\$ 854,00	\$ 518,00	\$ 182,00
Utilidad Antes de Impuesto	\$ 1.435,68	\$ 1.713,61	\$ 2.886,26	\$ 4.314,69	\$ 5.587,82
Impuesto 15%	\$ 215,35	\$ 257,04	\$ 432,94	\$ 647,20	\$ 838,17
Utilidad Antes del Impuesto a la Renta	\$ 1.220,33	\$ 1.456,57	\$ 2.453,32	\$ 3.667,49	\$ 4.749,64
Impuesto a la Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Neta	\$ 1.220,33	\$ 1.456,57	\$ 2.453,32	\$ 3.667,49	\$ 4.749,64

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

Una vez ya elaborado el Estado de Resultados Proyectado se visualiza los ingresos que tendrá la microempresa en los próximos 5 años de operaciones, otorgando información complementaria para el desarrollo del proyecto y brindando datos que ayudará a la respectiva evaluación financiera y continuidad del proyecto

5.3.8 Flujo de Caja Proyectado

“Estado financiero que ayuda a visualizar la liquides que una empresa posee, en este se detalla los movimientos en efectivo, es decir, del dinero que dispone para poder ejecutar sus actividades de manera adecuada” (Kloter, 2006, pág. 89)

Este está constituido por los ingresos en efectivo y los egresos en efectivo que la microempresa realiza en un periodo de tiempo determinado.

Tabla 69
Flujo de Efectivo Proyectado

Detalle	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad Operativa	\$ -	\$ 2.961,68	\$ 2.903,61	\$ 3.740,26	\$ 4.832,69	\$ 5.769,82
+ Depreciaciones	\$ -	\$ 2.323,67	\$ 2.323,67	\$ 2.323,67	\$ 1.517,00	\$ 1.517,00
+ Amortizaciones	\$ -	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
- Impuestos	\$ -	\$ 215,35	\$ 257,04	\$ 432,94	\$ 647,20	\$ 838,17
= Flujo de Efectivo Operacional	\$ -	\$ 5.120,00	\$ 5.020,23	\$ 5.680,99	\$ 5.752,49	\$ 6.498,64
- Inversion Activos Fijos	\$ (17.590,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Recuperacion Activos Fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.487,75
= Total Gasto de Capital	\$ (17.590,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.487,75
- Capital de Trabajo	\$ (6.812,23)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Recuperacion del Capital de Trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.812,23
= Total Capital de Trabajo	\$ (6.812,23)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.812,23
= Flujo de Caja del Proyecto	\$ (24.652,23)	\$ 5.120,00	\$ 5.020,23	\$ 5.680,99	\$ 5.752,49	\$ 23.798,62
+ Prestamo	\$ 8.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Gasto Interés	\$ -	\$ 1.526,00	\$ 1.190,00	\$ 854,00	\$ 518,00	\$ 182,00
- Devolución de Capital	\$ -	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
= Flujo de Caja del Inversionista	\$ (16.652,23)	\$ 1.994,00	\$ 2.230,23	\$ 3.226,99	\$ 3.634,49	\$ 22.016,62

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

En la tabla 68 se puede visualizar el Flujo de Efectivo o Flujo de Caja con el que la microempresa trabajará en los próximos 5 años, la cual muestra que el proyecto a desarrollarse tendrá liquidez en los años siguientes a su funcionamiento, ya que las fluctuaciones de efectivo dentro de la empresa serán favorables para poder obtener mayor utilidad una vez cubiertas las obligaciones financieras que se pretende adquirir para la consolidación de la micro empresa.

5.4 Evaluación Financiera

Herramienta de inversión que está conformada por varios indicadores financieros que ayudan a determinar el grado de riesgo que posee un proyecto en el cual un

inversionista analiza la información y posterior a esta ejecuta y toma una decisión para la inversión de su capital en dicho proyecto, buscando en la gran mayoría de casos una utilidad o beneficio económico o personal.

Una vez elaborados los Estados Financieros básicos que ayuden con la evaluación económica de la microempresa, se procede a aplicar los diferentes indicadores financieros los cuales ayudarán a verificar si el proyecto es rentable con el transcurso del tiempo.

5.4.1 Tasa Mínima de Rentabilidad (TMAR)

“Es un indicador financiero que ayuda a visualizar la tasa de referencia sobre el cual basarse para realizar una inversión.” (Férre, 2010, pág. 78)

Dicho porcentaje debe de ser superior a la inflación de cada país ya que si este es inferior o igual significa que el proyecto no es rentable para considerar un desembolso de dinero y esperar una utilidad con el tiempo. Es decir, es la tasa mínima de ganancia que espera un inversionista.

Tabla 70
TMAR

Indicador	Valor
Inflación Promedio	2,61%
Tasa de Riesgo País	5,52%
Prima de Riesgo	7%
Total	15,13%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Para dar continuidad a la determinación de los Indicadores Financieros del proyecto se da a conocer el Flujo de Efectivo que se va a evaluar.

Tabla 71
Resumen de Flujos

Periodo	Flujo	Flujo Descontado	Flujo Acumulado
2018	5120,00	4447,14	-20205,09
2019	5020,23	3787,45	-16417,64
2020	5680,99	3722,70	-12694,93
2021	5752,49	3274,17	-9420,76
2022	23798,62	11765,47	2344,71

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

5.4.2 Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador ayuda a determinar de manera más real los valores proyectados a futuro en valores actuales, es decir, trae el precio real del dinero proyectado al su valor actual.

Este indicador financiero permite medir los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá el proyecto, así se determinará, si luego de descontar la inversión inicial, queda alguna ganancia.

Si el resultado es positivo el resultado es rentable y en el caso de que este muestre un valor negativo o de cero se deben realizar las correcciones y analices pertinentes.

$$VAN = \sum \frac{\text{flujo de efectivo}}{(1 + TMAR)^n} + (\text{Inversión})$$

$$VAN = \frac{5120,00}{(1 + 0,1513)^1} + \frac{5020,23}{(1 + 0,1513)^2} + \frac{5680,99}{(1 + 0,1513)^3} + \frac{5752,49}{(1 + 0,1513)^4} + \frac{23798,62}{(1 + 0,1513)^5} + (-24652,23)$$

$$VAN = \frac{5120,00}{1,15} + \frac{5020,23}{1,33} + \frac{5680,99}{1,53} + \frac{5752,49}{1,76} + \frac{23798,62}{2,02} + (-24652,23)$$

$$VAN = 4447,14 + 3787,45 + 3722,70 + 3274,47 + 11765,47 + (-24652,23)$$

$$VAN = 26997,26 + (-24652,23)$$

$$VAN = 2344,71$$

Como se muestra en el párrafo anterior al aplicar la fórmula para la obtención del VAN los valores finales que se obtuvieron son favorables para el desarrollo del proyecto ya que el mismo refleja un valor final de \$2344,71, el cual es un valor positivo y según la regla que existe en la aplicación de este indicador si el valor final es mayor a 0 el proyecto es aplicable y rentable a mediano plazo para los futuros inversionistas.

5.4.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es un indicador que ayuda a determinar el porcentaje de ganancia que un inversionista tendrá dentro de un proyecto.

Dicho porcentaje debe ser superior a la TMAR debido a que este es el porcentaje de ganancia mínima que se espera y gracias a este análisis se puede determinar si se tiene una ganancia o una pérdida dentro de un proyecto.

$$TIR = VAN = 0$$

$$0 = \frac{5120,00}{(1 + TIR)^1} + \frac{5020,23}{(1 + TIR)^2} + \frac{5680,99}{(1 + TIR)^3} + \frac{5752,49}{(1 + TIR)^4} + \frac{23798,62}{(1 + TIR)^5} + (-24652,23)$$

$$TIR = 18.16\%$$

Aplicando los respectivos cálculos al proyecto se puede visualizar que la TIR refleja un porcentaje del 18,16% siendo superior a la TMAR la cual reflejaba un valor de 15.13% dando un resultado favorable para la ejecución del proyecto ya que el mismo presenta un porcentaje superior a la Tasa Mínima de Rentabilidad esto quiere decir, que se tendrá una ganancia aceptable para los inversionistas.

5.4.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Indicador financiero que ayuda a determinar la fecha en la que un inversionista recupera su inversión realizada dentro de un proyecto este puede ser expresado en años, meses o días dependiendo del monto y desenvolvimiento de la empresa.

$$PRI = \text{AÑO ULTIMO FLUJO ACUMULADO } (-) + \frac{[ULTIMO FLUJO ACUMULADO (-)]}{SIGUIENTE FLUJO DESCONTADO}$$

$$PRI = 4 + \frac{3078,52}{23798,62}$$

$$PRI = 4 + 13$$

$$PRI = 4,13$$

Una vez aplicada la fórmula para el cálculo del Periodo de Recuperación de la Inversión, se determina que la inversión inicial que se empleará en el proyecto se la recuperará en un periodo de tiempo de 4 años y 13 días ya iniciado el proceso productivo y comercial de los edredones. Y al ser la recuperación en un plazo menor a 5 años lo hace aceptable a mediano plazo.

5.4.5 Relación Costo Beneficio

Indicador financiero que ayuda a determinar la ganancia que un inversionista tiene por cada dólar invertido dentro de un proyecto, es decir, el excedente que se tiene después de a ver cubierto todas las obligaciones de producción y comercialización del bien o servicio.

$$R^{B/C} = \sum \frac{FLUJO DE EFECTIVO}{(1 + TMAR)^n} \div (INVERSIÓN)$$

$$R^{B/C} = \frac{5120,00}{(1 + 0,1513)^1} + \frac{5020,23}{(1 + 0,1513)^2} + \frac{5680,99}{(1 + 0,1513)^3} + \frac{5752,49}{(1 + 0,1513)^4} + \frac{23798,62}{(1 + 0,1513)^5} \div (24652,23)$$

$$R^{B/C} = \frac{5120,00}{1,15} + \frac{5020,23}{1,33} + \frac{5680,99}{1,53} + \frac{5752,49}{1,76} + \frac{23798,62}{2,02} \div (24652,23)$$

$$R^{B/C} = 4447,14 + 3787,45 + 3722,70 + 3274,47 + 11765,47 \div (24652,23)$$

$$R^{B/C} = 26997,26 \div (24652,23)$$

$$R^{B/C} = 1.10$$

El presente proyecto presenta una Relación Costo Beneficio de \$1,10, es decir, que por cada dólar que se invierta dentro del proyecto se obtendrá una ganancia de \$0,10 ctv. Dicho valor es el excedente o ganancia que se obtiene después de a ver invertido un dólar en el producto siendo favorable para la continuidad del proyecto.

5.4.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio muestra un momento determinado de producción en donde los gastos y los costos son iguales a los ingresos generados por una microempresa. En este caso la microempresa no tendrá ni pérdida ni ganancia para lo cual se ejecuta la siguiente formula

Tabla 72
Punto de Equilibrio

Cantidad	Ingreso	Costo variable total	Costo fijo	Costo total	Utilidad
100	\$ 5.600,14	\$ 3.850,96	\$ 21.864,31	\$ 25.715,27	\$ (20.115,13)
300	\$ 16.800,41	\$ 11.552,88	\$ 21.864,31	\$ 33.417,19	\$ (16.616,79)
400	\$ 22.400,54	\$ 15.403,85	\$ 21.864,31	\$ 37.268,15	\$ (14.867,61)
700	\$ 39.200,95	\$ 26.956,73	\$ 21.864,31	\$ 48.821,04	\$ (9.620,09)
900	\$ 50.401,22	\$ 34.658,65	\$ 21.864,31	\$ 56.522,96	\$ (6.121,74)
1250	\$ 70.000,51	\$ 48.136,21	\$ 21.864,31	\$ 70.000,51	\$ -
1260	\$ 70.561,71	\$ 48.522,11	\$ 21.864,31	\$ 70.386,42	\$ 175,29
1260	\$ 70.561,71	\$ 48.522,11	\$ 21.864,31	\$ 70.386,42	\$ 175,29
1300	\$ 72.801,76	\$ 50.062,50	\$ 21.864,31	\$ 71.926,80	\$ 874,95
1400	\$ 78.401,89	\$ 53.913,46	\$ 21.864,31	\$ 75.777,77	\$ 2.624,13
1555	\$ 87.082,10	\$ 59.882,45	\$ 21.864,31	\$ 81.746,76	\$ 5.335,35

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

Como se puede visualizar en la tabla anterior se deben producir y vender 1250 edredones para obtener un punto en donde los costos y gastos sean iguales a los ingresos los cuales en este caso serán de \$70000,51.

En este punto de producción y comercialización no se obtendrá ni pérdida ni ganancia, es decir, que si se producen menos edredones se da una pérdida y a partir del edredón numero 1251 la microempresa ya estaría generando una utilidad

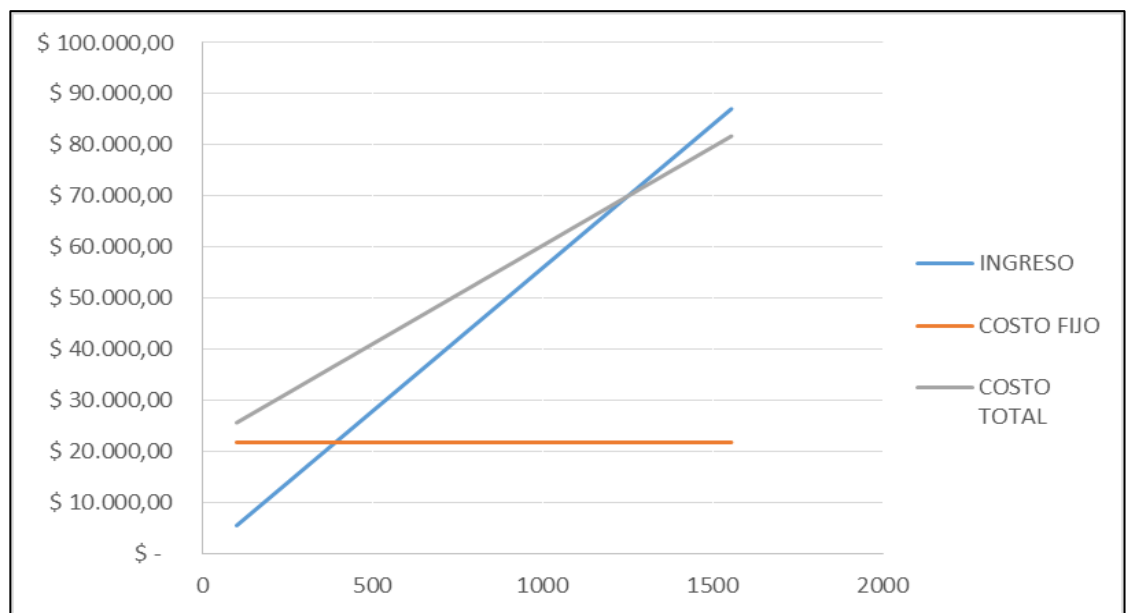


Figura 41 Punto de Equilibrio
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

5.4.7 Análisis de Índices Financieros

Son indicadores que apoyan a la toma de decisiones por parte de sus inversionistas o dueños de un proyecto, dichos indicadores ayudan verificar de manera más detallada el estado actual y futuro de la microempresa con lo que respecta a endeudamiento, lo comprometidos que están sus activos en el proceso productivo, la capacidad de poder cubrir sus obligaciones económicas de manera adecuada, para poder elaborarlos es necesario obtener información clara y confiable de los principales Estados Financieros tales como el Estado de Situación Inicial, el

Estado de Resultados, el Flujo de Caja y otros que convengan necesarios para la microempresa ya que gracias a estos se podrán realizar los cálculos necesarios para la toma de futuras decisiones que ayuden al crecimiento de la misma.

5.4.7.01 Margen Neto

Este indicador ayuda a visualizar cual será la utilidad que se obtendrá en las ventas por cada dólar que se invierta en el proyecto.

Tabla 73
Margen Neto

Margen Neto	=	$\frac{\text{Utilidad Neta del Ejercicio}}{\text{Total Ventas}}$	
Margen Neto	=	$\frac{\$ 1.220,33}{\$ 87.082,10}$	= 0,01

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

A través de este cálculo se pudo determinar que la microempresa “NEÓNTEx” por cada dólar vendido obtendrá una utilidad de \$0.01 ctv.

5.4.7.02 R.O.E

Indicador de Rentabilidad que determina la utilidad que tendrán los accionistas de su capital invertido en un proyecto. Este indicador mide la capacidad que tiene la microempresa para poder cancelar a los accionistas sus ganancias esperadas.

Tabla 74
R.O.E

R.O.E	=	$\frac{\text{Utilidad Neta del Ejercicio}}{\text{Patrimonio}}$	
R.O.E	=	$\frac{\$ 1.220,33}{\$ 16.652,23}$	= 7,33%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

A través de este indicador se puede visualizar que la microempresa “NEÓNTEX” presentará un rendimiento del 7,33% para el pago a sus accionistas.

A este indicador para que sea aceptable dentro de un proyecto se lo compara con el porcentaje que da el costo de oportunidad, el cual se representa a través de la Tasa Pasiva que un Banco presenta a las personas (7,05%).

Si el R.O.E es superior a este porcentaje el proyecto se considera aceptable ya que los accionistas obtendrán mayor ganancia invirtiendo en el proyecto que invirtiendo en una institución financiera.

5.4.7.03 Rentabilidad del Activo (R.O.A)

Indicador Financiero que otorga información sobre la rentabilidad que un proyecto tiene con respecto a los activos con los que cuenta.

Tabla 75
R.O.A

R.O.A	=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$	
R.O.A	=	$\frac{\$ 1.220,33}{\$ 17.590,00}$	= \$ 0,07

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Este indicar ayuda a determinar que por cada dólar que se invierte en los activos de la microempresa se obtiene un rendimiento aproximado de \$0,07 centavos.

5.4.7.04 Relación pasivo activo

A través de este indicador se conoce el porcentaje de endeudamiento que un emprendimiento posee. Es decir, que porcentaje no se puede comprometer para poder adquirir nuevas obligaciones financieras o futuros prestamos con inversionistas.

Tabla 76
Relación Pasivo Activo

Relación Pasivo Activo	=	$\frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}}$	
Relación Pasivo Activo	=	$\frac{\$ 8.000,00}{\$ 17.590,00}$	= 45,48%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Elvis Catucuamba

A través de este indicador se visualiza que la microempresa puede estar en la capacidad de poder adquirir nuevas obligaciones financieras ya que el 45,48% de sus activos están comprometidos con alguna obligación financiera, pero el otro 54,52% están libres para utilizarlos en futuros prestamos, ayudando a la búsqueda de nuevas formas de financiamiento pretendiendo incrementar el volumen de producción y por ende sus ingresos en un futuro.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

6.1 Impacto Ambiental

Hace referencia a las medidas adoptadas por una empresa para poder tener una armonía adecuada con el medio ambiente que lo rodea. Buscando procedimientos que ayuden al reciclaje de sus residuos o intentando tener el menor impacto ecológico con el desarrollo de sus actividades.

La microempresa “NEÓNTEx” es un emprendimiento que realizara sus actividades productivas y comerciales de manera responsable con el medio ambiente buscando tener un impacto mínimo sobre el entorno en el que encontrará. Para lo cual se presenta la siguiente matriz que ayuda a visualizar el impacto ambiental que “NEÓNTEx” tendrá.

De manera adicional se indica que el resultado final que cada indicador tendrá, se lo maneja con números enteros, es decir, que no se manejaran decimales para de esta manera tener una interpretación más sencilla y comprensible de los valores que se dan en cada matriz.

Tabla 77
Matriz de Impacto Ambiental

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Contaminación por Ruido			X					-1
Contaminación de Agua				X				0
Contaminación por mal uso del lugar			X					-1
Contaminación por Emisión de Gases							X	3
Contaminación del Ecosistema				X				0
Manejo de Residuos							X	3
Contaminación en la Flora del lugar		X						-2
Calentamiento Global					X			1
Contaminación de la Fauna del lugar		X						-2
Generación de Residuos			X					-1
Problemas de Salud				X				0
Contaminación Visual			X					-1
TOTAL	0	-4	-4	0	1	0	6	-1

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Tabla 78
Fórmula Aplicada en el Impacto Ambiental

Promedio	=	$\frac{\text{Total General}}{\text{Número de Indicadores}}$
Promedio	=	$\frac{-1}{12}$
Promedio	=	-0,08 = -1

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Una vez elaborada la respectiva matriz de Impacto Ambiental se pudo determinar, que este tendrá un impacto nulo dentro del proyecto debido a que el resultado final que otorga es de -1, esta calificación se da ya que si bien se genera una contaminación por ruido debido a la maquinaria con la que cuenta el proyecto.

Adicionalmente se va a generar una contaminación de la flora y fauna del lugar debido a que el local está al lado de un parque afectando de alguna manera en el ecosistema que lo rodea, dichos factores se los equilibran a través de un control adecuado de los residuos que se puedan generar (tela, algodón, hilos) ya que los

mismos serán reciclados y procesados para poder convertirlos en guaiques los cuales se los utilizará en la limpieza del local, maquinarias y equipos con los que cuenta la microempresa, al tener maquinaria pequeña en el proceso productivo de los edredones no tiene mayor incidencia en el Calentamiento Global que afecta en la actualidad, buscando un equilibrio adecuado entre el medio ambiente y la empresa.

6.2 Impacto Económico

Hace referencia a la medición y repercusión que un proyecto tendrá dentro del sector económico de una sociedad, el cual puede ser beneficioso o perjudicial dependiendo de las medidas que la microempresa adopte para con la sociedad

“NEÓNTEx” busca tener un Impacto Económico favorable para la sociedad y el sector productivo del país, para lo cual se ha elaborado la siguiente matriz en donde se puede visualizar qué efecto tendrá la microempresa:

Tabla 79
Matriz de Impacto Económico

Indicadores	Calificación							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Beneficios para el Inversionista					X			1
Beneficios para Otros Involucrados					X			1
Incremento en la Recaudación de Impuestos				X				0
Potencial de Crecimiento						X		2
Potencial de Reinversión			X					-1
Reducción en los Índices de Desempleo					X			1
Potencialización del Comercio en el Sector						X		2
Incidencia en el PIB sectorial					X			1
Exportaciones				X				0
Importaciones				X				0
Incidencia en los Ingresos Económicos de la Ciudad					X			1
TOTAL	0	0	-1	0	5	4	0	8

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Tabla 80
Fórmula Aplicada en el Impacto Económico

Promedio	=	$\frac{\text{Total General}}{\text{Número de Indicadores}}$	
Promedio	=	$\frac{8}{11}$	
Promedio	=	0,73	= 1

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Con la matriz ya elaborada se pudo determinar que el impacto que generará el presente proyecto en el ámbito económico es de 1, es decir, un impacto bajo positivo, esto se debe a que si bien no se generará un efecto positivo en la reinversión de capital, se equilibra con la generación de ganancias para los inversionistas, también se aportará favorablemente a los proveedores que tiene el proyecto, debido a que estos generarán mayor cantidad de producción para cubrir con los pedidos que la microempresa necesite, se potencializará el crecimiento en el sector de la mano factura, se tendrá incidencia en la reducción de los índices de desempleo de la ciudad, se ayudará al crecimiento comercial dentro del sector, tendrá incidencia en los índices económicos de la ciudad y adicionalmente se tendrá un efecto en los ingresos del país es decir en el PIB nacional.

6.3 Impacto Productivo

Efecto que un emprendimiento o gobierno tiene sobre el sector productivo de una sociedad o sector, este se puede afectar o modificar dependiendo de las medidas o intenciones que se tengan para con la sociedad.

“NEÓNTEx” al ser una microempresa nacional fomenta el desarrollo y encaminamiento del sector productivo que tiene el país, el cual se basa en poder elaborar productos o servicios de calidad y con un alto estándar de confiabilidad por parte de los cliente, para que dichos bienes puedan competir a nivel nacional y para

medir este factor se presenta la siguiente matriz en donde se detalla cada uno de los factores que afectan a este sector del país:

Tabla 81
Impacto Productivo

Indicadores	Calificación							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Uso de Materia Prima Local						X		2
Uso de Mano de Obra Ecuatoriana							X	3
Uso de Materia Prima Extranjera				X				0
Aporte al PIB Sectorial					X			1
Tecnificación en Procesos Textiles					X			1
Innovación en el Producto Ecuatoriano						X		2
Mejora de Procesos Manufactureros						X		2
Incidencia en Productividad Sectorial				X				0
Potencialización en la Innovación sobre los Competidores				X				0
Aporte a la Matriz Productiva					X			1
Dinamización de la Economía					X			1
TOTAL	0	0	0	0	4	6	3	13

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

Tabla 82
Fórmula Aplicada en el Impacto Productivo

Promedio	=	$\frac{\text{Total General}}{\text{Número de Indicadores}}$
Promedio	=	$\frac{13}{11}$
Promedio	=	1,18
	=	1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Elvis Catucuamba

Con la matriz de Impacto Productivo se puede constatar que este tiene una calificación de 1.

Convirtiéndose en un impacto bajo positivo, esto se debe a que no se tiene mayor incidencia en el uso de materia prima extranjera, tampoco se afecta en ningún sentido a los niveles de productividad dentro del país y por ultimo no se potencializa o no se tiene ningún efecto sobre nuestros competidores ya que estos no consideran a la empresa como una amenaza dentro del sector en el cual se desenvuelven.

Estos factores son contrarrestados con un impacto positivo sobre el uso de Materia Prima ecuatoriana, Mano de Obra procedente del país, también se podrá tener de manera mínima un impacto en el PIB sectorial, se va a tecnificar los procesos reduciendo costos y tiempos de producción, se innovará con nuevos productos, en este caso con los edredones se busca dar un valor extra o un uso distinto al convencional, se va a mejorar los procesos productivos a través de técnicas más eficaces en lo que refiere a manufactura, se busca mejorar el nivel productivo del mercado realizando productos de calidad dentro del país y por último se potenciará la dinamización de la economía dentro del sector y de la ciudad.

6.7 Impacto Social

Factor primordial que ayuda a determinar el nivel social y la calidad de vida que las personas tendrán dentro de los alcances de un proyecto.

Gracias a la presentación y continuidad de este proyecto se mejorará la calidad de vida de la sociedad debido a que el mismo busca generar nuevas de fuentes de empleo para la ciudadanía a continuación se elaboró la matriz de Impacto Social para poder tener una visión más amplia de los alcances del proyecto sobre la sociedad

Tabla 83
Matriz de Impacto Ambiental

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejora de la Calidad de Vida en los Empleados							X	3
Superación Profesional en los Empleados					X			1
Responsabilidad Social					X			1
Convivencia Urbana					X			1
Relación con los demás Comerciantes					X			1
Integración Personal con la Sociedad				X				0
Indicencia en la Delincuencia del Sector					X			1
Cambio en Hábitos de Consumo					X			1
Desarrollo Familiar de los Colaboradores						X		2
TOTAL	0	0	0	0	6	2	3	11

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Tabla 84
Fórmula Aplicada en el Impacto Social

Promedio	=	$\frac{\text{Total General}}{\text{Número de Indicadores}}$
Promedio	=	$\frac{11}{9}$
Promedio	=	1,22
	=	1

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

La calificación final que arroja esta matriz es de 1. Siendo este un impacto bajo positivo para el proyecto, ya que si bien no se tiene indecencia dentro de la sociedad, es decir, que la microempresa no afecta al estilo de vida de los ciudadanos, este presenta aspectos que ayudan a mejorar de la calidad de vida de los trabajadores al otorgarles empleos que ayuden a mejorar su estilo de vida, dando apertura a que los empleados busquen nuevas formas de superación profesional y personal, se tendrá una convivencia sana y amigable con las personas aledañas a la microempresa, adicionalmente al momento de generar fuentes de empleo vinculara a los trabajadores de manera positiva con la sociedad.

6.8 Matriz Resumen

Herramienta administrativa que ayuda a visualizar de manera macro el resumen de una actividad estudiada o analizada.

Tabla 85
Matriz Resumen

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Ambiental				0				0
Impacto Económico					X			1
Impacto Productivo					X			1
Impacto Social					X			1
TOTAL	0	0	0	0	3	0	0	3

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

Tabla 86
Fórmula Aplicada a la Matriz Resumen

Promedio	=	$\frac{\text{Total General}}{\text{Número de Indicadores}}$
Promedio	=	$\frac{3}{4}$
Promedio	=	0,75 = 1

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Elvis Catucuamba

A manera global el presente proyecto obtuvo una calificación fina de 1, es decir, un impacto bajo positivo.

Esto permite evidenciar que desde un punto de vista no financiero el proyecto debe llevarse a cabo, siendo al mismo tiempo un complemento de selección del Estudio Financiero realizado en el Capítulo V, otorgando más razones favorables para que los inversionistas o inversionista lleve a cabo el proyecto.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones

Una vez finalizado el proyecto se puede dar las siguientes conclusiones:

- El sector textil en el Ecuador actualmente no está presentando innovación dentro de sus productos, es debido a esta razón que se pretende fomentar el emprendimiento e innovación dentro de este mercado gracias a la ejecución del proyecto.
- Realizando los adecuados estudios en el mercado local se pudo visualizar que los clientes con el pasar del tiempo buscan productos nuevos, de calidad e innovadores que se adopten a sus necesidades y gracias a estos cálculos se pudo determinar que el proyecto tendrá un 83,57% de aceptación en los futuros consumidores.
- El análisis situacional ayudó a visualizar los competidores que actualmente se encuentran en el mercado local, también se pudo conocer sus productos (Edredones), esto gracias a investigaciones propias realizadas a cada uno de

ellos, el rango de precio que manejan dentro de cada edredón para niño, otorgando pautas para acoplarnos a sus precios y de esta manera poder generar una competencia saludable en el mercado.

- El estudio de mercado aportó como guía para conocer de manera más detallada las ofertas de la competencia, el nivel de satisfacción que los clientes encuentran con los edredones que adquieren, y mediante las encuestas realizadas se pudo conocer el nivel de acogida y el medio de comunicación por donde los edredones tendrán mayor difusión.
- El estudio técnico ayudó a reconocer los equipos y maquinarias necesarias para la elaboración de los edredones, adicionalmente aportó con la dimensión que la microempresa tendrá dentro del local en el cual se realizarán las actividades, y su apropiada distribución para un óptimo funcionamiento de los recursos empleados.
- El Estudio Financiero ayudó a determinar la inversión inicial que tendrá el proyecto, el financiamiento que se realizará y sus obligaciones financieras para la constitución y funcionamiento de sus actividades comerciales, y por medio de los criterios de selección del proyecto es decir TMAR, VAN, TIR, PRI, RCB se pudo visualizar la rentabilidad y viabilidad del proyecto

7.2 Recomendaciones

Una vez finalizado el proyecto se presentan las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda la inversión en este proyecto, debido a los resultados positivos y favorables que se presentan en el análisis financiero, los mismos fueron el VAN, TMAR, TIR, PRI, RCB, ya que gracias a estos indicadores se conoció

el nivel de rentabilidad y el margen de utilidad que tendrá la microempresa a mediano plazo.

- La microempresa deberá ser constituida de manera legal respetando y adoptando todos los trámites legales que las autoridades de control exigen, para de esta manera evitar multas o el cierre de las operaciones en el futuro.
- Buscar una expansión del local comercial incursionando en centros comerciales, ferias o demás lugares en donde los edredones tenga mayor volumen de ventas.
- Realizar alianzas estratégicas con proveedores y competidores a través de convenios de venta o marca, para de esta manera tener mayor cobertura del mercado (mejorar ventas) y menor costo productivo en cada edredón.
- Incrementar el volumen de ventas diarias mediante una mayor cantidad publicidad abarcando mayor cantidad de mercado y de esta manera aumentar el nivel de demanda de los edredones.
- Tener un seguimiento periódico del proceso productivo para mejorarlo de manera constante.
- Realizar un control de inventarios de manera periódica de los materiales, insumos, bienes y demás activos que se encuentren en posesión de la microempresa, para evitar posibles faltantes o pérdidas, los cuales afectarían a las ganancias de la microempresa y por tal motivo obstruirían con los planes de expansión que la misma tiene planificado.
- Tener un constante seguimiento y evaluación de los indicadores financieros para la toma de futuras decisiones
- Mantener una relación idónea con las principales instituciones de control gubernamentales SRI, IESS, MRL.

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA

Encuesta

Buenos días, el propósito de la siguiente encuesta es para ayudarnos a recopilar información sobre el lanzamiento de un nuevo producto dentro del mercado actual, el cual a través de esta herramienta se lograra determinar si tendrá acogida por parte de nuestra sociedad

Lea de manera muy paciente cada una de las preguntas y coloque una X en su respuesta escogida

Sexo:

Masculino ☐

Femenino ☐

Edad:

De 19 a 35 años

☐

De 36 a 45 años

☐

De 46 a 65 años

☐

Sector domiciliario:

1) ¿En su entorno familiar usted tiene niños de entre 1 a 8 años de edad?

Sí ☐

No ☐

“Si su respuesta fue **SI** continúe la encuesta”

“Si su respuesta fue **NO** gracias por su tiempo y atención prestada”

2) ¿Usted posee la costumbre de regalar o comprar edredones o cubrecamas para los niños de su entorno familiar?

Sí ☐

No ☐

“Si su respuesta fue **SI** continúe la encuesta”

“Si su respuesta fue **NO** pase a la pregunta 6 y continúe con la encuesta”

3) ¿Cada que tiempo usted adquiere edredones o cubrecamas para el dormitorio de su niño?

Cada 12 meses

☐

Cada 18 meses

☐

Cada 24 meses

☐

4) ¿Se encuentra satisfecho con los edredones o cubrecamas para niños que actualmente compra?

Sí ☐

No ☐

5) ¿Cuánto gasta en promedio en la adquisición de un edredón o cubrecama para niño de 1 plaza $\frac{1}{2}$?

\$40 a \$60

\$60 a \$ 80

\$80 a 90

6) ¿Tiene algún tipo de conocimiento o ha escuchado sobre la pintura de neón?

Sí

No

7) ¿Le gustaría adquirir edredones o cubrecamas para niños cuyos detalles y terminados se realizaran en base a hilos de neón?

Sí

No

8) ¿Bajo qué medio de comunicación le gustaría conocer sobre los edredones o cubrecamas con hilos de neón?

Televisión

Radio

Anuncios en el periódico

Redes sociales

Publicidad en la calle

*****GRACIAS POR SU COLABORACION*****

“ΝΕΟΝΤΕΧ”



NOMBRE DEL ENCARGADO DEL ÁREA:

ARTÍCULO:

EXISTENCIA MÍNIMA:

MÉTODO:

EXISTENCIA MAXIMA

[illegible]

"NEÓNTEX"				
REQUISICIÓN DE MATERIALES Nº: 000001				
ORDEN DE FABRICACIÓN Nº:		FECHA DEL PEDIDO:		
		FECHA DE DESPACHO:		
CODIGO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
		FIRMAS		
ENTREGADO POR:				
RECIBIDO POR:				

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EDREDONES PARA NIÑOS CON DETALLES Y ACABADOS A BASE DE HILOS DE NEÓN EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA SOLANDA, AÑO 2018

ANEXO 3. TABLA DE AMORTIZACIÓN MÉTODO FRANCÉS

PERIODO	SLDO INICIAL	INTERES	CUOTA	AMORTIZACION	SLDO FINAL
0					8000,00
1	8000,00	140,00	216,43	76,43	7923,57
2	7923,57	138,66	216,43	77,76	7845,81
3	7845,81	137,30	216,43	79,13	7766,68
4	7766,68	135,92	216,43	80,51	7686,17
5	7686,17	134,51	216,43	81,92	7604,25
6	7604,25	133,07	216,43	83,35	7520,90
7	7520,90	131,62	216,43	84,81	7436,09
8	7436,09	130,13	216,43	86,30	7349,80
9	7349,80	128,62	216,43	87,81	7261,99
10	7261,99	127,08	216,43	89,34	7172,65
11	7172,65	125,52	216,43	90,91	7081,74
12	7081,74	123,93	216,43	92,50	6989,25
13	6989,25	122,31	216,43	94,12	6895,13
14	6895,13	120,66	216,43	95,76	6799,37
15	6799,37	118,99	216,43	97,44	6701,93
16	6701,93	117,28	216,43	99,14	6602,79
17	6602,79	115,55	216,43	100,88	6501,91
18	6501,91	113,78	216,43	102,64	6399,27
19	6399,27	111,99	216,43	104,44	6294,83
20	6294,83	110,16	216,43	106,27	6188,56
21	6188,56	108,30	216,43	108,13	6080,43
22	6080,43	106,41	216,43	110,02	5970,41
23	5970,41	104,48	216,43	111,94	5858,47
24	5858,47	102,52	216,43	113,90	5744,57
25	5744,57	100,53	216,43	115,90	5628,67
26	5628,67	98,50	216,43	117,93	5510,74
27	5510,74	96,44	216,43	119,99	5390,75
28	5390,75	94,34	216,43	122,09	5268,67
29	5268,67	92,20	216,43	124,23	5144,44
30	5144,44	90,03	216,43	126,40	5018,04
31	5018,04	87,82	216,43	128,61	4889,43
32	4889,43	85,57	216,43	130,86	4758,57
33	4758,57	83,27	216,43	133,15	4625,42
34	4625,42	80,94	216,43	135,48	4489,93
35	4489,93	78,57	216,43	137,85	4352,08
36	4352,08	76,16	216,43	140,27	4211,82
37	4211,82	73,71	216,43	142,72	4069,10
38	4069,10	71,21	216,43	145,22	3923,88
39	3923,88	68,67	216,43	147,76	3776,12
40	3776,12	66,08	216,43	150,34	3625,77
41	3625,77	63,45	216,43	152,98	3472,80
42	3472,80	60,77	216,43	155,65	3317,15
43	3317,15	58,05	216,43	158,38	3158,77
44	3158,77	55,28	216,43	161,15	2997,62
45	2997,62	52,46	216,43	163,97	2833,65
46	2833,65	49,59	216,43	166,84	2666,81
47	2666,81	46,67	216,43	169,76	2497,06
48	2497,06	43,70	216,43	172,73	2324,33
49	2324,33	40,68	216,43	175,75	2148,58
50	2148,58	37,60	216,43	178,83	1969,75
51	1969,75	34,47	216,43	181,96	1787,79
52	1787,79	31,29	216,43	185,14	1602,65
53	1602,65	28,05	216,43	188,38	1414,27
54	1414,27	24,75	216,43	191,68	1222,59
55	1222,59	21,40	216,43	195,03	1027,56
56	1027,56	17,98	216,43	198,44	829,12
57	829,12	14,51	216,43	201,92	627,20
58	627,20	10,98	216,43	205,45	421,75
59	421,75	7,38	216,43	209,05	212,70
60	212,70	3,72	216,43	212,70	0,00

Bibliografía

- Aguilar, I. J. (2013). *Tasas de interes*. Recuperado el 05 de enero de 2017, de https://www.ssf.gob.sv/descargas/educacion_financiera/Tasas_interes.pdf
- Aguirre, F. (2011). *El ambiente externo de las organizaciones*. Recuperado el 01 de junio de 2017, de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/gerencia-entornoambiente-externo-organizaciones.pdf>.
- Anzil, F. (2012). *Estudio financiero*. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de <http://www.zonaeconomica.com/>
- Arevalo, A. Y. (2012, pág. 12). *Material P.O.P publicidad en punto de venta*. Bogota: ECOE.
- Ecuador, A. n. (2008). *Derechos y obligaciones*. Recuperado el 30 de Mayo de 2017, de http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Férre, J. (2010, pág. 16). *Los Estudios de Mercado*. En Férre. Madrid: Santoss.a.
- Foros Ecuador. (2016). *Factor legal*. Recuperado el 01 de junio de 2017, de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/34066-requisitos-para-sacar-la-patente-municipal-de-quito>
- Galindo, M. y. (2015). *“Pobreza”*. Recuperado el 30 de Mayo de 2017, de http://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508_mexicopoverty.pdf?m=145351319
- INE Panorámica de la industria. (2012). *Panorámica de la industria*. Recuperado el 21 de Agosto de 2016, de: <file:///D:/trabajos%20finales/INDcap07.pdf>
- Instituto de promoción de exportaciones e inversiones. (2012). *Evolución del sector textil*. Recuperado el 01 de junio de 2017, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf
- Instituto nacional de estadísticas y censos. (2016). *Evolución del empleo en el Ecuador*. Recuperado el 30 de Mayo de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf
- Instituto nacional de estadísticas y censos. (2017). *Canasta familiar básica*. Recuperado el 30 de Mayo de 2017, de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>
- Kloter. (2006, pág. 6). *Dirección de marketing*. Mexico: Person education.

- Krugman, P. (2007, pág. 12). *Introducción a la macroeconomía*. Macroeconomía (págs. 160-163). Bogotá: Reverte S.A.
- López, I. J. (2012). *La inflación*. Recuperado el 16 de mayo de 2017, de http://web.uaemex.mx/feconomia/CICE/Archivos/Catedra_BM/Inflacion.pdf
- Nuñez, P. (2016). *Proveedores*. Recuperado el 01 de junio de 2017, de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/proveedor/>
- Plaza, A. (2005, pág. 10). *Indicadores y desarrollo en la economía*. Quito-Ecuador: abya-yala.
- Porter, H. B. (2006, pág 19). *Administración básica*. México : Pearson educación.
- Portilla, H. G.-J. (2010). *Economía, contabilidad y finanzas*. Recuperado el 16 de Mayo de 2017, de <http://users.alliedmods.net/~faluco/apuntespak/4A/Economia-ApuntesProfesores.pdf>
- Sainz, J. L.-A. (2007, pág. 89). *Claves para gestionar precio, producto y marca*. Madrid: especial directivos orence.
- Sanchez, E. (2012, pág. 123). *La Tecnología (Vol. 2da)*. Madrid: CONLITH.
- Santos, S. D. (1997, pág. 12). *La ventaja competitiva*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Servicio de rentas internas. (2017). *SRI*. Recuperado el 01 de junio de 2017, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Sotelo, M. L. (2010). *Ingeniería del producto*. Recuperado el 19 de Julio de 2016, de <https://proyectosinversion.files.wordpress.com/2009/06/estudio-tecnico-ingenieria-de-proyectos.pdf>
- Tallados. (2015). *Ingeniería del proyecto*. Recuperado el 15 de julio de 2017, de <https://es.scribd.com/doc/82462250/Ingenieria-del-proyecto>

Urkund Analysis Result:

Analysed Document: Elvis Daniel Catucuamba Quilo.pdf (D37133776)
Submitted: 4/2/2018 4:42:00 AM
Submitted By: c_evis.d@hotmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

Pamela Vannessa Cevallos Ramos.pdf (D37116402)
Bayron David Diaz Cacuango.pdf (D37111599)
Proyecto Joffre Perez.pdf (D30286716)
Brayan Timbila-proyecto Vino de mortifio.docx (D30291940)
MAGALI MARIBEL CORAL ALMEIDA.pdf (D30286483)
ERIKA LIZETH NAULA CAISALITIN.pdf (D37021702)
elizabeth gualavisi tutillo.pdf (D37047201)
Tesis Sergio Alexander Tamayo Mena.docx (D37084777)

Instances where selected sources appear:

25



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

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) **CATUCUAMBA QUILO ELVIS DANIEL**, portador de la cédula de identidad N° 1721960530, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 12 de Noviembre del 2018

12 NOV 2018

Sra. Mariela Balseca

CAJA DE FUNDACIÓN

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

"CORDILLERA"

DEPARTAMENTO DE CARRERA

Ing. Francisco Salazar

DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

BIBLIOTECA

Ing. William Parra

BIBLIOTECA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

12 NOV 2018

991 JBS

COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

RECIBIDO

12 NOV 2018

Ing. Maricela Fernanda Burga

DIRECTORA DE CARRERAS

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

Tgla. Cristine Chiqui

SECRETARÍA ACADÉMICA