



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**

**ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y**

**AUDITORÍA; CPA.**

**PLAN DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACABADOS A BASE DE YESO PARA LA DECORACIÓN DE INTERIORES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD**

**Y AUDITORÍA; CPA.**

**AUTORA:**

**ORTIZ TERÁN ANDREA MARGARITA**

**DIRECTOR:**

**ING. COM. MSC. VÁSQUEZ REINA LUIS ARTURO**

**IBARRA, FEBRERO 2016**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como objetivo principal determinar la creación de una microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Nosotros utilizamos en este proyecto los siguientes métodos: inductivo, deductivo, analítico, sintético y científico para su correcto y ordenado desarrollo. En este proyecto nosotros realizamos un diagnóstico situacional, determinando aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del entorno en el que se desarrollará la microempresa. Además, nosotros desarrollamos un marco teórico que respalde todo el trabajo científico. El proyecto se elaboró a través de técnicas como la encuesta, entrevista y observación; de esta manera se logró identificar con efectividad el lugar donde se encuentra nuestro mercado potencial. Este estudio técnico nos ayudó a responder las interrogantes: ¿Cuánto, dónde, cómo y con qué producirá la microempresa? Cuando nosotros ejecutamos el estudio financiero se determinó la factibilidad del proyecto, mediante el análisis de los indicadores financieros. En la estructura organizacional, nosotros planteamos elegir el nombre de la microempresa, su misión, su visión, su organigrama estructural y funcional, manuales y los requisitos necesarios para su constitución. Nosotros finalizamos con los principales impactos que se generarán con la ejecución de este proyecto, así como, sus debidas conclusiones y recomendaciones. Por las razones que nosotros hemos dado a conocer anteriormente concluimos y recomendamos ejecutar un Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa que será dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso en la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

## EXECUTIVE SUMMARY

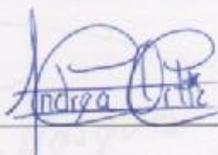
This study's main objective is to determine the creation of a small business, it is dedicated to the production and marketing of decorative gypsum-based finishes. This company will be used in interior decoration of the house in the city of Ibarra, Imbabura province. We use this project the following methods: inductive, deductive, analytical, synthetic, and scientist for proper and orderly development. In this project we perform a situational analysis, determining allies, opportunities, and risks opponents environment in which microenterprises will develop. In addition, we develop a theoretical framework that supports all scientific work. The project was developed through techniques such as survey, interviews and observation, so it was possible to effectively identify where is our market potential. This technical study helped us answer the questions: How, where, how and with what result microenterprise? When we execute the financial study the feasibility of the project is determined by analyzing financial indicators. In the organizational structure we propose choose the name of microenterprise, its mission, its vision, its structural and functional organization, manuals and the requirements for its constitution. We end with the main impacts that are generated by the implementation of this project as well as its appropriate conclusions and recommendations. For the reasons that we have previously disclosed, we conclude and recommend running a feasibility study for the creation of a micro-enterprise that will be dedicated to the production and marketing of finished gypsum based in interior decoration in the city of Ibarra, province Imbabura.

## AUTORÍA

Yo, ORTIZ TERÁN ANDREA MARGARITA, portadora de la cédula de ciudadanía número 100347633-8, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACABADOS A BASE DE YESO PARA LA DECORACIÓN DE INTERIORES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 30 días del mes de febrero de 2016.



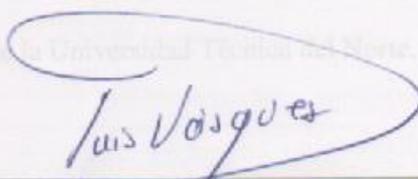
ORTIZ TERÁN ANDREA MARGARITA

Ing. Com. MSC. VÁSQUEZ BEINA LUIS ARTURO  
C.I. 100347633-8

## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Andrea Margarita Ortiz Terán, con cédula de identidad N° 100347633-8, para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA. Cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACABADOS A BASE DE YESO PARA LA DECORACIÓN DE INTERIORES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA", considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 20 días del mes de febrero de 2016.



Ing. Com. MSC. VÁSQUEZ REINA LUIS ARTURO

C.I. 100145410-5

ORTIZ TERÁN ANDREA MARGARITA  
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

#### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Ortiz Terán Andrea Margarita, con cédula de identidad Nro. 100347633-8, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACABADOS A BASE DE YESO PARA LA DECORACIÓN DE INTERIORES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

EMAIL:

andrea\_psmot@hotmail.com

TELÉFONO FIJO:

2-811-953

TELÉFONO  
MÓVIL:

0963425883

ORTIZ TERÁN ANDREA MARGARITA

C.I. 100347633-8

Ibarra, a los 20 días del mes de febrero de 2016.



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

#### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

#### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100347633-8		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	ORTIZ TERÁN ANDREA MARGARITA		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Velasco 8-69 y Sánchez y Cifuentes		
<b>EMAIL:</b>	andre_amot@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2-611-956	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0968425888

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACABADOS A BASE DE YESO PARA LA DECORACIÓN DE INTERIORES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”
<b>AUTORA:</b>	ORTIZ TERÁN ANDREA MARGARITA
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2015/04/06
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría. CPA
<b>ASESOR / DIRECTOR:</b>	Ing. Com. MSC. VÁSQUEZ REINA LUIS ARTURO

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

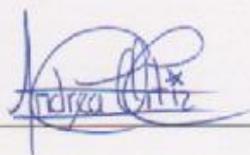
Yo, Ortiz Terán Andrea Margarita, con cédula de identidad Nro. 100347633-8, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIAS

El autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes de febrero de 2016.

**LA AUTORA:**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Andrea Ortiz", is written over a horizontal line.

ORTIZ TERÁN ANDREA MARGARITA

C.I. 100347633-8

Facultado por resolución de Consejo Universitario

Andrea Ortiz

## DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios, por darme la oportunidad de vivir y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante en mi formación profesional, el que me ha dado fortaleza para continuar en momentos difíciles y haberme regalado una madre maravillosa.

Con mucho cariño y amor principalmente a mi madre Lidia Ortiz, que me dio la vida y ha estado conmigo en todo momento, siempre apoyándome y brindándome todo su amor, cariño, apoyo, confianza y comprensión, me ha dado todo lo que soy como persona. Gracias por ayudarme a cumplir mis objetivos como persona y estudiante, por creer en mí y sacarme adelante, le quiero con todo mi corazón.

Por su amor incondicional, paciencia y comprensión, quien me ha ayudado a continuar, por demostrarme que en todo momento cuento con él, gracias por estar siempre a mi lado, Ronnie Erazo.

Andrea Ortiz.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente agradezco a la Universidad Técnica del Norte por la oportunidad que me brindó al abrirme sus puertas para que pudiera formarme académica y profesionalmente.

Especial agradecimiento a mi director de tesis, Ing. Com. MSC. Vásquez Reina Luis Arturo por su predisposición y voluntad.

A mis maestros que me brindaron sus conocimientos y experiencias, a quienes les debo gran parte de mis conocimientos.

Infinitas gracias y que Dios les bendiga.

Andrea Ortiz.

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado consiste en un “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”. En los párrafos consecutivos se describirá como se conformará cada capítulo.

El primer capítulo, consiste en el Diagnóstico Situacional. En donde se formulará objetivos, variables diagnósticas e indicadores, fuentes de información y técnicas de recopilación de la información. Estos elementos servirán de base para el respectivo análisis de las variables diagnósticas, dando como resultado un conocimiento amplio sobre varias características sociales, económicas y de la situación de la construcción y sus acabados en la ciudad de Ibarra, establecida por el proyecto como el área de influencia. Además, a través del diagnóstico externo, se podrá establecer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a los que se expone el proyecto.

En la consecución del Capítulo II que hace referencia al Marco Teórico se usará la investigación documental, que nos permitirá hacer una recopilación adecuada de datos y servirá de base para la construcción de conocimientos teóricos para mejorar la idea y no repetirla, logrando así un desarrollo adecuado de estos capítulos en la que se sustentará la investigación.

El desarrollo del Capítulo III Estudio de Mercado, nos proporcionará información vital para la toma de decisiones que permitirá proyectar la oferta y demanda del producto así como también su aceptación dentro del mercado local lo cual es importante para demostrar la factibilidad.

Al elaborar el cuarto capítulo del proyecto referente al “Estudio Técnico” (ingeniería del proyecto). Se determinan varios aspectos como: tamaño, ubicación, infraestructura de acuerdo

al tipo de necesidades, distribución de áreas y espacios que se requieran para la realización de las actividades en los que emprenda el proyecto, como también procesos de generación del producto, costos, inversiones y requerimiento de personal.

Continuando con el desarrollo de la investigación, el siguiente paso es realizar el Capítulo V un análisis Económico Financiero. En esta parte, se detallarán las inversiones, costos, gastos, ventas e ingresos. Además se establecerán estados financieros. El Flujo de Caja, servirá de base para la evaluación financiera correspondiente, ayudando a determinar la rentabilidad del Proyecto (TIR), valor actual neto de flujos de efectivo durante la vida útil del proyecto, la relación costo/beneficio, tiempo de recuperación de la inversión y la viabilidad financiera.

Como parte de la investigación también se va a elaborar la estructura organizacional que comprende el Capítulo VI del proyecto. Esto servirá para conocer la normativa que tendrá la microempresa y a la vez el establecimiento de sus objetivos, importancia, beneficiarios y sobre todo la misión, visión, principios, valores con los cuales permitirá el normal funcionamiento de la microempresa así como también el organigrama funcional a través del cual se trabajará de forma eficiente y eficaz.

Es importante destacar en el Capítulo VII los principales impactos que ocurrirán con la ejecución del proyecto, los mismos expresarán una aportación de tipo cualitativo y cuantitativo que se expresarán en la solución de problemas de carácter social, económico y empresarial en la población de Ibarra.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
EXECUTIVE SUMMARY .....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO .....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO .....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN .....	vii
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE GENERAL .....	xiv
ÍNDICE DE TABLAS .....	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxii
INTRODUCCIÓN .....	xxiii
OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	xxv
JUSTIFICACIÓN .....	xxvi
CAPÍTULO I .....	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	27
Antecedentes .....	27
Objetivos del Diagnóstico.....	28
Variables Diagnósticas.....	28
Indicadores del Diagnóstico.....	28
Matriz de Relación Diagnóstica.....	30
Análisis de Variables Diagnósticas.....	32
Diseño de Instrumentos de Investigación .....	43
Diagnóstico Externo.....	45
Diagnóstico Externo (Matriz A.O.O.R).....	50
Identificación del problema diagnóstico / oportunidad de inversión.....	50
CAPÍTULO II.....	52
MARCO TEÓRICO.....	52
Proyecto .....	52
Estudio de Factibilidad .....	52
Microempresa .....	53

Acabados de la Construcción.....	54
Yeso .....	54
Decoración de interiores .....	57
Molde .....	58
Estudio de Mercado .....	58
Mercado Meta .....	59
Segmento de Mercado.....	60
Oferta .....	60
Competencia .....	61
Demanda .....	61
Demanda Insatisfecha .....	62
Mezcla o mix de Marketing .....	62
Comercialización .....	64
Canales de Distribución .....	64
Publicidad .....	65
Estudio Técnico .....	65
Localización del Proyecto.....	66
Tamaño del Proyecto .....	67
Ingeniería del Proyecto .....	68
Distribución de la Planta.....	68
Proceso de Producción.....	69
Diagrama de Flujo del Proceso .....	69
Inversión .....	70
Estudio Económico .....	73
Estudio Financiero .....	73
Ingresos .....	74
Egresos.....	74
Costos.....	75
Gastos.....	75
Materia Prima.....	75
Mano de Obra .....	76
Costos Indirectos de Fabricación .....	76
Gastos de Administración .....	77

Gastos de Distribución y Venta .....	77
Gastos Financieros .....	78
Amortización.....	78
Depreciación .....	78
Valor Residual .....	79
Activo.....	79
Pasivo.....	80
Patrimonio.....	80
Estado de Situación Financiera.....	81
Estado de Resultados Integral.....	81
Estado de Evolución del Patrimonio.....	82
Estado de Flujo de Efectivo .....	82
Notas aclaratorias a los Estados Financieros .....	83
Valor Actual Neto (VAN).....	83
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	84
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	84
Relación Costo-Beneficio (CB) .....	85
Punto de Equilibrio .....	85
Estructura Organizativa .....	86
Misión .....	86
Visión.....	87
Impacto Social .....	87
Impacto Ambiental.....	87
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>89</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>89</b>
Presentación .....	89
Objetivos del Estudio de Mercado .....	90
Variables .....	90
Indicadores.....	90
Matriz de Relación de Estudio de Mercado .....	93
Mecánica Operativa .....	94
Diseño de Instrumentos de Investigación .....	98
Tabulación y Análisis de la Información .....	98

Identificación del Producto .....	113
Mercado Meta .....	113
Segmento de Mercado.....	114
Análisis de la Demanda .....	114
Análisis de la Oferta.....	116
Demanda Potencial a Satisfacer .....	119
Análisis de Precios .....	119
Comercialización del producto. ....	120
Marketing Mix .....	120
Conclusiones del Estudio .....	122
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>124</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>124</b>
Presentación .....	124
Localización del Proyecto.....	124
Tamaño del Proyecto .....	128
Ingeniería del Proyecto .....	132
Proceso de Producción.....	135
Presupuesto Técnico .....	143
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>153</b>
<b>ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....</b>	<b>153</b>
Estado de Situación Financiera. ....	153
Presupuesto de Ingresos.....	154
Presupuesto de Costos y Gastos.....	156
Estados Financieros Proyectados.....	170
Evaluación Financiera.....	173
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>184</b>
<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA .....</b>	<b>184</b>
Denominación de la microempresa.....	184
Filosofía Institucional .....	185
Organigrama Estructural.....	190
Organigrama Funcional. ....	190
Aspectos legales de funcionamiento.....	195
<b>CAPÍTULO VII .....</b>	<b>200</b>

IMPACTOS DEL PROYECTO .....	200
Análisis de Impactos .....	200
Impacto Social .....	202
Impacto Ambiental.....	203
Impacto Empresarial .....	204
Impacto Económico .....	205
Impacto Educativo .....	206
Resumen de Impactos .....	207
CONCLUSIONES .....	208
RECOMENDACIONES.....	210
BIBLIOGRAFÍA .....	212
LINKOGRAFÍA .....	216
WEBGRAFÍA.....	217
REFERENCIAS LEGALES.....	218

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Matriz de Relación Diagnóstica .....	30
Tabla N° 2. Parroquias urbanas y barrios en los que se halla dividida Ibarra .....	35
Tabla N° 3. Población del cantón Ibarra .....	36
Tabla N° 4. Niveles etarios de la población del cantón de Ibarra.....	37
Tabla N° 5. Sectores y actividades de ocupación de la población del cantón Ibarra.....	39
Tabla N° 6. Competencia de los acabados a base de yeso.....	49
Tabla N° 7. Matriz A.O.O.R.....	50
Tabla N° 8. Matriz de Relación de Estudio de Mercado .....	93
Tabla N° 9. Dueños de casa del sector urbano de la ciudad de Ibarra.....	94
Tabla N° 10. Distribución de Nivel Socio Económico del Cantón Ibarra.....	95
Tabla N° 11. Población Investigada .....	95
Tabla N° 12. Número de encuestas a realizar en cada parroquia.....	97
Tabla N° 13. Residencia .....	99
Tabla N° 14. Necesidad de adquirir acabados .....	100
Tabla N° 15. Compra acabados para construcción .....	101
Tabla N° 16. Forma de Adquisición .....	102
Tabla N° 17. Preferencia de compra.....	103
Tabla N° 18. Frecuencia de compra.....	104
Tabla N° 19. Acabado tipo rosetón - valor dispuesto a invertir.....	105
Tabla N° 20. Cornisas (metro lineal) - valor dispuesto a invertir.....	106
Tabla N° 21. Marcos para espejos - valor dispuesto a invertir .....	107
Tabla N° 22. Medios para conocer la microempresa.....	108
Tabla N° 23. Ficha de Observación (Cielos Rasos).....	109
Tabla N° 24. Ficha de Observación (DecorArte's).....	110
Tabla N° 25. Ficha de Observación (Decoraciones Narváez) .....	111
Tabla N° 26. Ficha de Observación (El Mundo del Yeso) .....	112
Tabla N° 27. División del Mercado Meta.....	113
Tabla N° 28. Comportamiento de la Demanda Actual de Acabados a base de Yeso.....	115
Tabla N° 29. Demanda futura de acabados a base de yeso.....	116
Tabla N° 30. Oferta actual de acabados a base de yeso.....	117
Tabla N° 31. Proyección de la oferta .....	118
Tabla N° 32. Balance entre Oferta y Demanda.....	119

Tabla N° 33. Proyección de precios.....	120
Tabla N° 34. Escala de evaluación .....	127
Tabla N° 35. Análisis de factores de Micro localización .....	128
Tabla N° 36. Capacidad de Producción .....	129
Tabla N° 37. Cobertura del proyecto .....	130
Tabla N° 38. Distribución física de la microempresa.....	133
Tabla N° 39. Muebles y enseres .....	143
Tabla N° 40. Equipo de computación .....	144
Tabla N° 41. Resumen de Inversión Fija.....	144
Tabla N° 42. Gastos de Constitución.....	145
Tabla N° 43. Capital de Trabajo .....	145
Tabla N° 44. Resumen de la Inversión .....	146
Tabla N° 45. Materia Prima Directa .....	146
Tabla N° 46. Mano de Obra Directa .....	147
Tabla N° 47. Costos Indirectos de Fabricación .....	147
Tabla N° 48. Remuneración al Personal Administrativo.....	148
Tabla N° 49. Suministros de Oficina .....	148
Tabla N° 50. Materiales de Aseo .....	149
Tabla N° 51. Servicios Básicos.....	149
Tabla N° 52. Mantenimiento Equipo de Computación.....	150
Tabla N° 53. Remuneración al Personal de Ventas .....	150
Tabla N° 54. Otros Gastos de Ventas .....	151
Tabla N° 55. Arriendo del Local.....	151
Tabla N° 56. Financiamiento del Proyecto .....	152
Tabla N° 57. Presupuesto de Ingresos .....	155
Tabla N° 58. Materia Prima Directa .....	157
Tabla N° 59. Histórico de sueldos y tasa de crecimiento .....	158
Tabla N° 60. Mano de Obra Directa .....	158
Tabla N° 61. Costos Indirectos de Fabricación .....	159
Tabla N° 62. Resumen de los Costos de Producción.....	161
Tabla N° 63. Remuneración al Personal Administrativo.....	161
Tabla N° 64. Suministros de Oficina .....	162
Tabla N° 65. Materiales de Aseo .....	163

Tabla N° 66. Servicios Básicos.....	164
Tabla N° 67. Proyección de Mantenimiento Equipo de Computación.....	165
Tabla N° 68. Gastos de Constitución.....	165
Tabla N° 69. Gastos de Constitución.....	166
Tabla N° 70. Remuneración al Personal de Ventas.....	166
Tabla N° 71. Otros Gastos de Ventas.....	167
Tabla N° 72. Arriendo del Local.....	167
Tabla N° 73. Tabla de Amortización.....	168
Tabla N° 74. Proyección Gastos Financieros.....	168
Tabla N° 75. Porcentajes de Depreciaciones.....	169
Tabla N° 76. Proyección de Depreciaciones.....	169
Tabla N° 77. Capital de Trabajo.....	170
Tabla N° 78. Costo de Oportunidad.....	173
Tabla N° 79. Valor Actual Neto.....	175
Tabla N° 80. Periodo de Recuperación de la Inversión.....	176
Tabla N° 81. Relación Ingresos – Egresos.....	178
Tabla N° 82. Punto de Equilibrio.....	179
Tabla N° 83. Punto de Equilibrio.....	180
Tabla N° 84. Resumen de la Evaluación Financiera.....	181
Tabla N° 85. Análisis de sensibilidad cuando el precio baja en un 5%.....	181
Tabla N° 86. Análisis de sensibilidad cuando el precio sube en un 5%.....	182
Tabla N° 87. Análisis de sensibilidad cuando el costo baja en un 5%.....	182
Tabla N° 88. Tipo de microempresa - Sector Actividad.....	185
Tabla N° 89. Matriz de Valoración de Impactos.....	200
Tabla N° 90. Matriz de Impacto Social.....	202
Tabla N° 91. Matriz de Impacto Ambiental.....	203
Tabla N° 92. Matriz de Impacto Empresarial.....	204
Tabla N° 93. Matriz de Impacto Económico.....	205
Tabla N° 94. Matriz de Impacto Educativo.....	206
Tabla N° 95. Matriz General de Impactos.....	207

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Ubicación Geográfica del cantón Ibarra.....	33
Gráfico N° 2. Distribución de la Población Económicamente Inactiva (PEI).....	41
Gráfico N° 3. Costo del Yeso .....	47
Gráfico N° 4. Cambios climáticos en Ibarra.....	48
Gráfico N° 5. Residencia .....	99
Gráfico N° 6. Necesidad de adquirir acabados .....	100
Gráfico N° 7. Compra acabados para construcción .....	101
Gráfico N° 8. Forma de Adquisición .....	102
Gráfico N° 9. Preferencia de compra .....	103
Gráfico N° 10. Frecuencia de compra .....	104
Gráfico N° 11. Acabado tipo rosetón - valor dispuesto a invertir .....	105
Gráfico N° 12. Cornisas (metro lineal) - valor dispuesto a invertir.....	106
Gráfico N° 13. Diseños varios - valor dispuesto a invertir .....	107
Gráfico N° 14. Medios para conocer la microempresa.....	108
Gráfico N° 15. Macro localización del proyecto, ciudad de Ibarra .....	125
Gráfico N° 16. Croquis de Micro localización .....	126
Gráfico N° 17. Disponibilidad de Capital.....	132
Gráfico N° 18. Diseño de instalaciones .....	134
Gráfico N° 19. Flujograma de proceso de producción (Cornisas).....	139
Gráfico N° 20. Flujograma de proceso de producción (Rosetón).....	140
Gráfico N° 21. Flujograma de proceso de producción (Marco para espejos).....	141
Gráfico N° 22. Flujograma de proceso de comercialización .....	142
Gráfico N° 23. Flujograma Administrativo de Compras .....	199

## INTRODUCCIÓN

Ibarra la Ciudad Blanca del Ecuador de tradición española, fue fundada el 28 de Septiembre de 1606 por el Capitán Cristóbal de Troya por mandato de Don Miguel de Ibarra, Presidente de la entonces Real Audiencia de Quito.

Según la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2013), en una amplia y verde planicie a los pies del Volcán Imbabura, se encuentra Ibarra, localizada en la Provincia de Imbabura a 2.228 metros sobre el nivel del mar (s.n.m.). El cantón Ibarra tiene la particularidad de ser la sede administrativa de la Zona1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura. Los límites Cantonales: Norte: Provincia del Carchi, Noroeste: Provincia de Esmeraldas, Oeste: Cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, Este: Cantón Pimampiro, Sur: Provincia de Pichincha. Está conformada administrativamente por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; y siete Parroquias rurales, en la actualidad, Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio. La población a nivel cantonal, conforme el censo de población y vivienda 2010 realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010) asciende a 181.175 habitantes.

Ibarra rodeada de joyas naturales como la Laguna de Yahuarcocha que posee además uno de los 10 mejores autódromos del mundo, una infraestructura hotelera de primera calidad, es la segunda en Latinoamérica en la que sus habitantes respiran el aire más puro, ha sido admirada por el turismo nacional y extranjero que la visita. Ibarra es la ciudad donde el turista encuentra belleza en su paisaje y naturaleza que le rodea.

Ibarra aún conserva su sabor de antaño, cada rincón guarda recuerdos del pasado que se proyectan al presente y donde armoniosamente se combina lo colonial con lo moderno. La parte más antigua de la ciudad tiene una línea de casas blancas, en desnivel, edificadas alrededor de parques ornamentales y bien conservados, tales como los parques Pedro Moncayo y La Merced. En la actualidad la ciudad de Ibarra ha incrementado su desarrollo a través de varias actividades, entre ellas se halla el sector de la construcción, que cada vez presenta mayor demanda de edificaciones, locales comerciales, viviendas, oficinas, entre otros. Esto ha ocasionado un mayor grado de exigencia de los usuarios de este sector con respecto a los acabados, diseños y precios de las construcciones.

Después de haber realizado una breve investigación al entorno de la ciudad de Ibarra, según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) la provincia cuenta con 103.009 hogares establecidos de los cuales un alto porcentaje de 47,5% cuenta con vivienda propia. Muchos de ellos necesitan remodelar el interior de sus casas ya sea porque se encuentran en malas condiciones o porque desean hacer un cambio total o parcial debido a la antigüedad de las mismas para mejorar su aspecto físico con diseños decorativos, acogedores e innovadores que hagan sentir a gusto la estancia en sus hogares, también existen personas que están en etapa de construcción de viviendas multifamiliares para dar cabida a las nuevas generaciones; es aquí donde surge la necesidad de adquirir un producto que les ayude a satisfacer dichas expectativas en cuanto a los acabados en el interior de sus viviendas.

El yeso blanco es el nombre tradicional de un producto artesanal, o industrial, que se obtiene del aljez, o yeso natural. Es un material muy utilizado en construcción, contiene pocas impurezas, y con él se da la última capa de enlucido, o capa de "acabado", en las paredes de las edificaciones. En base a estos antecedentes, surge la necesidad de la creación de una

microempresa productora y comercializadora de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo General.**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### **Objetivos Específicos.**

- 1.- Realizar el diagnóstico situacional que permita la identificación de aliados, oportunidades, oponentes y riesgos, que servirán de referente para el estudio del proyecto.
- 2.- Estructurar las bases teóricas-científicas que sirvan como soporte de los temas a investigar y puedan ser tomados en cuenta dentro del proyecto.
- 3.- Realizar un estudio de mercado para la identificación de los potenciales clientes y su nivel de aceptación, los porcentajes de oferta y demanda, precio, publicidad y comercialización del proyecto.
- 4.- Efectuar un estudio técnico para determinar el tamaño del proyecto su localización y el proceso de ingeniería del mismo.
- 5.- Hacer la evaluación económica de la propuesta para determinar la rentabilidad del proyecto.
- 6.- Diseñar la Estructura Organizacional y Funcional que permita la ejecución del proyecto.
- 7.- Determinar los principales impactos que se generarán en la realización del proyecto.

## JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se justifica porque contribuye a nivel nacional según la guía política de Gobierno Plan Nacional Buen Vivir (2013) en el numeral 10.3. e. dice: “Promover espacios de desarrollo de las actividades de servicios de construcción, bajo esquemas de competitividad y productividad en su prestación, para la generación de mayor valor agregado”.

En la provincia de Imbabura los acabados decorativos lograrán que un determinado ambiente sea estéticamente más agradable a la vista, de esta manera satisfacer las necesidades de los potenciales clientes así como también generar fuentes de trabajo a personas que tengan actitud emprendedora durante todo el proceso de producción y comercialización del producto final, también ayudará a especialistas en la instalación de acabados, generando empleo de manera indirecta a los mismos y de esta manera fomentar el desarrollo económico de la ciudad de Ibarra.

En la ciudad de Ibarra ha existido un crecimiento habitacional de un 4,85% según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010) seguido de la gran demanda de todo tipo de edificaciones y su exigencia por parte del mercado en los acabados para la decoración de interiores, las cuales no están al alcance de todas las personas debido a los costos elevados de comercialización. El presente proyecto ofrecerá acabados a base de yeso de óptima calidad e innovadores proporcionando la misma función de decoración y a precios asequibles.

Se considera viable este proyecto porque los acabados para interiores son un interesante implemento que cada vez es más demandado en el mercado, generando beneficios tanto a los propietarios como a la comunidad en general, ofreciendo mejores opciones de compra a los clientes.

# **CAPÍTULO I**

## **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **1.1. Antecedentes**

Según Ecostravel, (2015) Ibarra es cuna de varios hombres forjadores de la historia de la nacionalidad ecuatoriana y en la que se ha desarrollado importantes hechos que la historia recoge con letras de oro. En el casco urbano de la ciudad existen plazas, iglesias, monumentos de singular característica como el parque principal de la ciudad que lleva el nombre del ilustre ibarreño Don Pedro Moncayo y Esparza, escritor, político, historiados y periodista. Junto al parque se encuentra ubicada la Catedral cuya construcción se inicia en 1872.

Ibarra se caracteriza no sólo por su centro urbano rico en arquitectura colonial, sino también por las 5 parroquias que componen el cantón en las que se pueden realizar diversas actividades: San Francisco, El Sagrario, Alpachaca, Caranqui y Priorato, de cuyo territorio 62.136 predios pertenecen al área urbana, y 26.046 es área rural dando un total de 88.182 predios en el cantón de Ibarra, esto según datos proporcionados por el Departamento de Rentas Comerciales del Ilustre Municipio de Ibarra (IMI, 2015).

Después de haber realizado una breve investigación al entorno de la ciudad de Ibarra, según datos del Ilustre Municipio de Ibarra (IMI, 2015) en el cantón existen 46.409 personas con vivienda propia en el sector urbano y 17.040 en el sector rural, dando un total 63.449 viviendas propias. Muchas de ellas necesitan ser decoradas para que sus dueños se sientan en un ambiente de confort y estéticamente más agradable a la vista; es aquí donde surge la necesidad de crear una microempresa que ayude a satisfacer las expectativas en cuando a acabados decorativos en el interior de sus viviendas.

## **1.2. Objetivos del Diagnóstico**

### **1.2.1. Objetivo General.**

Realizar un diagnóstico situacional para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.

### **1.2.2. Objetivos Específicos.**

1. Conocer los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.
2. Determinar la ubicación geográfica del área de influencia del proyecto a implantarse.
3. Establecer los aspectos socio-demográficos del lugar de estudio.
4. Identificar las características socio-económicas que realiza el cantón de Ibarra.

## **1.3. Variables Diagnósticas**

1. Antecedentes Históricos
2. Ubicación Geográfica
3. Aspectos socio-demográficos
4. Actividades económicas

## **1.4. Indicadores del Diagnóstico**

**Variable 1:** Antecedentes Históricos

### **Indicadores:**

Reseña Histórica

Fundación de Ibarra

**Variable 2:** Ubicación Geográfica**Indicadores:**

Ubicación

Altura

Límites

Clima

Estructura Administrativa - Política

**Variable 3:** Aspectos socio-demográficos**Indicadores:**

Población

Grupos etarios

Migración

Diversidad cultural

**Variable 4:** Actividades económicas**Indicadores:**

PEA por sectores productivos

PEI distribución

Situación de pobreza en el cantón

### 1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

**Tabla N° 1. Matriz de Relación Diagnóstica**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>INFORMACIÓN</b>
Conocer los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.	Antecedentes Históricos	Reseña Histórica Fundación de Ibarra	-Investigación bibliográfica	-GAD municipal de Ibarra
Determinar la ubicación geográfica del área de influencia del proyecto a implantarse.	Ubicación Geográfica	Ubicación Altura Límites Clima Estructura Administrativa-Política	-Investigación bibliográfica	-Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón de Ibarra  - SENPLADES

---

Establecer los aspectos socio-demográficos del lugar de estudio.	Aspectos socio-demográficos	Población Grupos etarios Migración Diversidad cultural	-Investigación bibliográfica	-Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón de Ibarra
Identificar las características socio-económicas que realiza el cantón de Ibarra.	Actividades económicas	PEA por sectores productivos PEI distribución Situación de pobreza en el cantón.	-Investigación bibliográfica	-Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón de Ibarra  - Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

## **1.6. Análisis de Variables Diagnósticas**

### **1.6.1. Antecedentes Históricos.**

Según la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME, 2015) La Villa de San Miguel de Ibarra fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el capitán Cristóbal de Troya, bajo la orden del entonces presidente de la Real Audiencia de Quito, Miguel de Ibarra y bajo mandato del Rey Felipe de España. Los motivos para la construcción de la ciudad fue que se necesitaba una ciudad de paso en el camino Quito-Pasto y la construcción de una ciudad con acceso rápido al mar. Es así como el asentamiento y la villa de San Miguel de Ibarra fue construida en el valle de Caranqui, en los terrenos donados por Juana Atabalipa, nieta del Inca Atahualpa.

La Junta Soberana de Quito, el 16 de noviembre de 1811, dio a la villa de San Miguel de Ibarra el título de ciudad. Posteriormente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia. En la madrugada del 16 de agosto de 1868, la erupción del volcán Imbabura y el consiguiente terremoto devastaron la ciudad y la provincia. Ibarra quedó prácticamente destruida y fallecieron cerca de 20.000 personas.

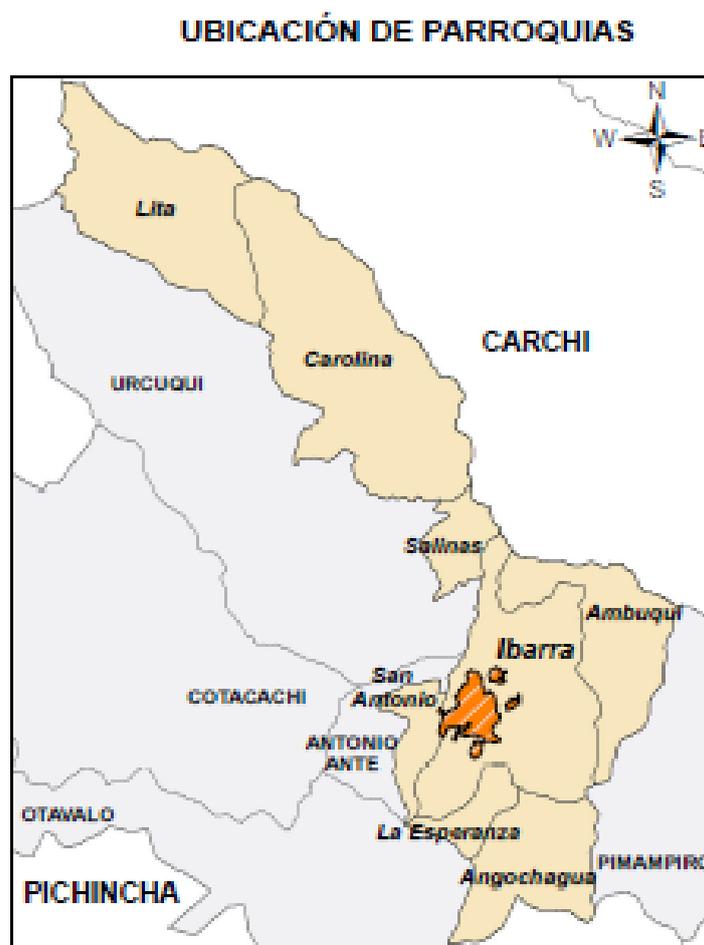
Los sobrevivientes de este suceso se trasladaron a los llanos de Santa María de la Esperanza, donde se reubicaron y vivieron por cuatros años. Gabriel García Moreno, fue comisionado por el Presidente de la República, para reconstruir la ciudad. Finalmente el 28 de abril de 1872, los ibarreños regresaron a la rehecha ciudad. Esta fecha se considera la segunda más importante después de la fundación de Ibarra.

### 1.6.2. Ubicación Geográfica.

#### *Ubicación.*

Las características geográficas del cantón Ibarra se analizan en base a su ubicación geográfica, división política administrativa, y sus características biofísicas en relación a su clima, orografía e hidrología. Geográficamente como se detalla en el gráfico N° 1, el cantón Ibarra se encuentra en la región norte del Ecuador, pertenece a la provincia de Imbabura, está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, capital de la república a 126 Km, a 135 Km. de la frontera con Colombia, y a 185 Km. de San Lorenzo, en el Océano Pacífico.

**Gráfico N° 1. Ubicación Geográfica del cantón Ibarra**



Fuente: Secretaría Nacional de Planificación, SENPLADES  
Elaborado por: La autora  
Año: 2015

**Altura:** La ciudad tiene una altitud de 2.225 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m).

### ***Límites.***

Los límites del cantón Ibarra son: **Norte:** provincia del Carchi; **Oeste:** cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo; **Este:** cantón Pimampiro; **Sur:** provincia de Pichincha

### ***Clima.***

Según el Equipo Técnico UTN (2013). El clima anual se divide en 3 partes: la etapa seca que va desde junio hasta principios de septiembre, la época estival de principios de septiembre a mediados de febrero y la fría de finales de febrero a finales de mayo. El cantón Ibarra presenta una temperatura promedio de 18.4 °C, con una máxima de 26.2°C y una mínima de 5.9 °C. (Boletín INAHMI Clima Ecuador). Ibarra es la ciudad con el aire más puro en Ecuador y segunda de Latinoamérica. Según un estudio de la Organización Mundial de la Salud, la ciudad de Ibarra es la segunda en Latinoamérica en la que sus habitantes respiran el aire más puro. La primera ciudad es Salvador de Bahía de Brasil.

### ***Estructura Administrativa.***

La estructura administrativa se encuentra formada por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; y siete Parroquias rurales, en la actualidad, Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio.

### ***Barrios de las Parroquias Urbanas.***

Para su manejo más equilibrado se halla dividida en más de 400 barrios que agrupan 5 parroquias urbanas.

Los barrios son agrupaciones que conforman las parroquias urbanas de la ciudad, estas al contrario de la parroquia no tienen autonomía, tan sólo un rango legislativo y poder de administración de recursos.

**Tabla N° 2. Parroquias urbanas y barrios en los que se halla dividida Ibarra**

<b>1. Alpachaca</b>	<b>Barrios:</b> Azaya, Las Palmas, Hospital-El Seguro, Martínez de Orbe, Alpachaca (barrio-cabecera), Miravalle, La Soria.
<b>2. San Francisco</b>	<b>Barrios:</b> El Ejido, Condominios-Los Galeanos, La Florida, Las Colinas, El Milagro, Pugacho, Villa Europea-Imbaya, Los Pinos, Jardín de Paz, El Empedrado, Aeropuerto, Parque del Águila, Esquina del Coco, Centro Histórico (Lado este Rocafuerte), Redondel Cabezas Borja-Antigua Hacienda, Pilanquí, 19 de Enero, La Merced, Redondel de La Madre, Hospital-San Vicente de Paúl, Urbanizaciones de Mariano Acosta, Barrio Gomezjurado.
<b>3. El Sagrario</b>	<b>Barrios:</b> Terminal del Reloj, Cuestas de San Francisco, Teodoro Gómez, Cruz Verde, Ajaví, Parque de La Familia, Yacucalle, Bola Amarilla, La Victoria, Ciudadela Sur, Ciudadela Norte, La Curia-Antiguo Cuartel, Rocafuerte, La Católica, Loma de Guayabillas, Centro Histórico (Lado oeste Rocafuerte), La Bolívar, El Obelisco-Moncayo.
<b>4. Priorato y La Laguna</b>	<b>Barrios:</b> El Olivo, Ciudadela Universitaria, La Aduana, Yaguarcocha-Ingreso, Pueblo Viejo, Yaguarcocha-El Arcángel, Catacumbas, Priorato-La Esperanza (barrio-cabecera), Huertos Familiares, Miraflores y Barrio España.
<b>5. Los Ceibos y Ruinas de Caranqui</b>	<b>Barrios:</b> Los Ceibos (barrio-cabecera), El Cedro, Caranqui (cabecera-barrio histórico), Ruinas de Caranqui (protegido por el Municipio de Ibarra), La Esperanza, La Campiña, La Primavera, Cementerio-Necrópolis San Miguel, Cuatro Esquinas, La Portada de La Esperanza, Riveras del Tahuando, La Candelaria, Los Roques-Cementerio San Francisco, Los Reyes.

### 1.6.3. Aspectos socio-demográficos.

#### *Población.*

La población a nivel cantonal, conforme Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010) asciende a 181.175 habitantes, donde el 48,45% son hombres y el 51,55% corresponden a mujeres. El índice de Masculinidad es menor en 3,61 puntos en relación al de feminidad. La población urbana corresponde al 72,78% mientras que a la rural corresponde el 27,32% de la población.

**Tabla N° 3. Población del cantón Ibarra**

<b>Cantón</b>	<b>Indicador</b>	<b>Total</b>	<b>Urbano</b>	<b>Rural</b>
	Población Total	181.175,00	131.856,00	49.319,00
	Población masculina	87.786,00	63.349,00	24.437,00
	Población femenina	93.389,00	68.507,00	24.882,00
<b>IBARRA</b>	% de población masculina	48,45	48,04	49,55
	% de población femenina	51,55	51,96	50,45
	Índice de masculinidad	94,00	92,47	98,21
	Índice de feminidad	106,38	108,14	101,82

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2010

### ***Grupos etarios.***

A nivel de grupos etarios, el 29,67% de población corresponde a población joven que se encuentra entre 0 y 14 años. La población joven y en edad de trabajar corresponde al 62,54% en un rango de 15 a 64 años. La población adulta mayor del cantón corresponde a 7,80%, es decir mayores de 65 años.

**Tabla N° 4. Niveles etarios de la población del cantón de Ibarra**

<b>Indicador</b>	<b>Sexo</b>		<b>Total (Personas)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>		
De 0 a 14 años	27328	26419	53747	29,67
De 15 a 64 años	54007	59298	113305	62,54
De 65 años y más	6451	7672	14123	7,80
Total	87786	93389	181175	100
Porcentaje (%)	48,45	51,55	100	

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2010

### ***Migración.***

Los movimientos migratorios en el cantón están motivados principalmente por temas de trabajo y residencia en todas las parroquias rurales, relacionado con la tasa de crecimiento es muy palpable que las oportunidades de crecimiento o de bienestar social son limitadas a pesar de contar con un gran potencial en recursos.

### ***Diversidad Cultural.***

Las etnias y culturas a nivel cantonal son muy diversas, en ella se encuentran indígena con un 8,84%; negra-afroecuatoriana 6,63%; mestiza con un 78,2 %; mulata con un 2,06%; Blanca con un 3,78%; Montubia con un 0,33% otros como la población AWA 0,16% a nivel cantonal.

### **1.6.4. Actividades Económicas.**

#### ***PEA por sectores productivos.***

Según el Equipo Técnico UTN (2013) La estructura económica esencial del cantón Ibarra la marca la Población Económicamente Activa (PEA) que para el 2010 la tasa de crecimiento es del 2,99% lo que representa a 20.587 personas, distribuidas en tres sectores productivos: agropecuario, industria y de servicios.

Según los datos analizados del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010) el sector de servicios es el más representativo a nivel cantonal con el 58,02%, con sus principales actividades de “comercio al por mayor y menor”, enseñanza, administración pública y transporte, esto evidencia la tendencia de crecimiento a las zona urbana con el establecimiento de locales, infraestructura educativa y red vial dentro del casco urbano, haciendo que los tipos de ocupación de la población a nivel cantonal sea el de trabajar por cuenta propia o ser empleado público o privado.

El sector de industrias que representa el 19,38%, está relacionado con las principales actividades en la industria manufacturera que está ubicada en el casco urbano y tiene el principal tipo de ocupación que es el de ser empleado privado, y la otra actividad que es en la construcción, esto se concentra en las áreas periféricas urbanas donde están construyéndose conjuntos habitacionales que utilizan la mano de obra de personas que viven en los sectores rurales especialmente de Angochagua, la Rinconada y La Esperanza, esto ha ocasionado que

parte de esta población con vocación netamente agrícola, dejen sus actividades ancestrales y formen los asentamientos urbano marginales de la ciudad de Ibarra.

El sector agropecuario representa el 11, 61 %, que está relacionado con las actividades agrícolas, ganaderas, silvicultura y pesca, actividades que no se realizan en el área urbana y en sus zonas periféricas, en cambio se concentran en las parroquias rurales de Lita, La Carolina y Salinas, esto se debe a que las condiciones ambientales, culturales y productivas de sus terrenos permiten que continúen trabajando en sus localidades.

**Tabla N° 5. Sectores y actividades de ocupación de la población del cantón Ibarra**

<b>Sector Agropecuario</b>		
<b>Actividad</b>	<b>P.E.A</b>	<b>%</b>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	9367	11,6
<b>Subtotal</b>	<b>9.367</b>	<b>11,6</b>
<b>Sector Industrial</b>		
<b>Actividad</b>	<b>P.E.A</b>	<b>%</b>
Industrias manufactureras	9929	12,31
Construcción	4920	6,10
Explotación de minas y canteras	192	0,24
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	319	0,40
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	270	0,33
<b>Subtotal</b>	<b>15.630</b>	<b>19,38</b>
<b>Sector Servicios</b>		
<b>Actividad</b>	<b>P.E.A</b>	<b>%</b>
Comercio al por mayor y menor	16571	20,5420
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	3213	3,9829
Administración pública y defensa	4453	5,5201
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1336	1,6562
Enseñanza	5207	6,4548

Actividades de la atención de la salud humana	2277	2,8226
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1744	2,1619
Actividades de los hogares como empleadores	2889	3,5813
Actividades financieras y de seguros	898	1,1132
Actividades inmobiliarias	95	0,1178
Artes, entretenimiento y recreación	506	0,6273
Información y comunicación	1326	1,6438
Transporte y almacenamiento	4724	5,8560
Otras actividades de servicios	1564	1,9388
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	52	0,0645
<b>Subtotal</b>	<b>46.855</b>	<b>58,02</b>

#### Otros

<b>Actividad</b>	<b>P.E.A</b>	<b>%</b>
No declarado	6086	7,54
Trabajador nuevo	2731	3,39
<b>Subtotal</b>	<b>8817</b>	<b>10,93</b>
<b>Total</b>	<b>80.669</b>	<b>99,9</b>

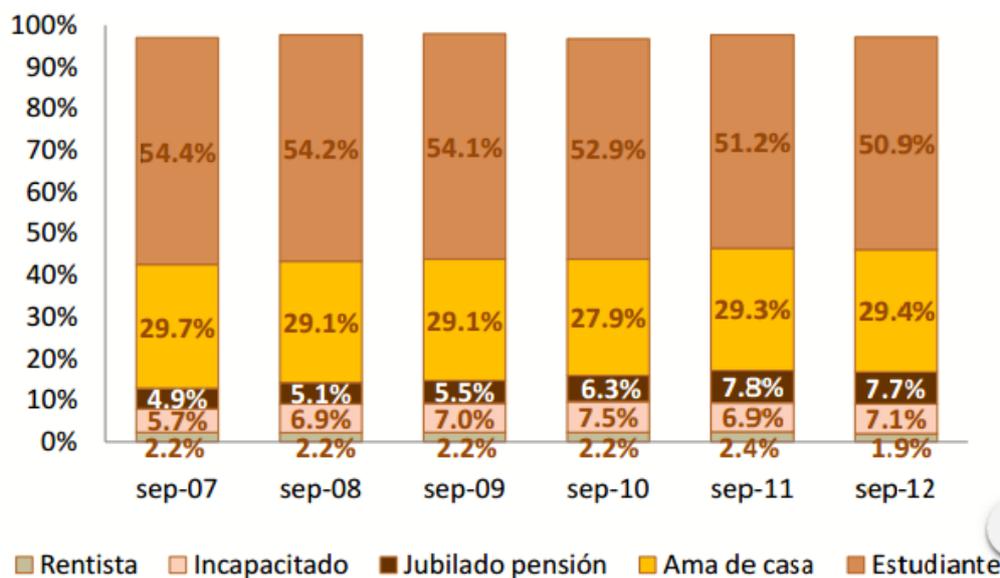
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaborado por: La autora

Año: 2010

#### *Distribución de la Población Económicamente Inactiva (PEI)*

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010) se consideran personas inactivas todas las personas de 10 años y más, no clasificadas como ocupadas durante la semana de referencia, como rentistas, jubilados, pensionistas, estudiantes, amas de casa, entre otros.

**Gráfico N° 2. Distribución de la Población Económicamente Inactiva (PEI)**

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

Elaborado por: La autora

Año: 2015

### ***Situación de pobreza en el cantón.***

Según el Perfil Territorial Cantón San Miguel de Ibarra (2013) El análisis de situación de pobreza en el cantón Ibarra, se lo realiza a través del indicador socioeconómico de Necesidad Básicas Insatisfechas NBI cuyo resultado en porcentaje está relacionado con cuatro áreas de necesidades básicas de las personas (vivienda, servicios sanitarios, educación básica e ingreso mínimo). Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010) en el Censo de Población y Vivienda 2010, el cantón Ibarra que pertenece a la provincia de Imbabura, tiene una población de 181.175 personas, que corresponde al 45.49% de la población de la provincia, la cual tiene 898.244 habitantes.

Del total de la población del cantón Ibarra, la cabecera cantonal acumula el 77.12% de la población, y la parroquia rural con mayor población es San Antonio que acumula el 9,67%. Este resultado determina que existe una masiva concentración en el área urbana, lo que conlleva a que la población tenga mayor demanda de servicios básicos, vivienda, educación y empleo y

que gran mayoría de los proyectos de infraestructura y servicios e instituciones públicas y privadas se concentren en esta área.

El análisis a nivel cantonal se lo divide por pobres por NBI extremos, pobres por NBI no extremos y no pobres por NBI, con datos comparativos a nivel cantonal, cabecera cantonal y la parroquia rural de San Antonio que según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010) es la parroquia con el mayor índice de pobreza del cantón Ibarra.

Los resultados evidencia que la mayor cantidad de pobres extremos y pobres no extremos se localiza en la parroquia rural de San Antonio con el 16,33% y 31,02% respectivamente, esto es el resultado de que la inversión de proyectos que generen empleo, vivienda digna y construcción de establecimientos educativos se concentran en el área de más población que es la cabecera cantonal e influencia que la población económicamente activa (PEA) del área rural ocupe las zonas periféricas urbanas en donde no tiene acceso a servicios básicos, vivienda, educación y siendo la mano de obra en las actividades de la construcción y del comercio al por mayor y menor.

La pobreza por NBI no extrema a nivel cantonal y de la cabecera cantonal son del 24,2 % y 21,24% respectivamente, esto evidencia que si bien el casco urbano ha crecido en población, infraestructura y servicios, todavía existe población que vive con un sueldo básico, que no tiene vivienda propia y que no hay la suficiente reactivación económica que genere empleo.

## **1.7. Diseño de Instrumentos de Investigación**

### **1.7.1. Información Primaria.**

#### *Entrevista*

La entrevista será dirigida a un experto en acabados a base de yeso, con el fin de que los resultados de este instrumento, ayuden a saber si es factible o no la propuesta de este proyecto y la forma de llevarlo a cabo, así como establecer el proceso productivo adecuado para la elaboración de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra.

### **1.7.2. Información Secundaria.**

Dentro de esta información se utilizó datos bibliográficos, tesis de años anteriores, datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón de Ibarra, datos proporcionados por el Departamento de Rentas Comerciales del Ilustre Municipio de Ibarra, Internet.

### **1.8.2. Resultado de la entrevista dirigida al maestro Ángel Bayas Pérez experto en acabados de yeso.**

La presente entrevista es para realizar el diagnóstico situacional el cual permitirá determinar la situación actual de la microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

#### **Datos Técnicos:**

**Edad:** 33 años

**Ocupación:** Maestro

**Sexo:** Masculino

**Razón Social:** El Mundo del Yeso

**1. ¿Usted considera que el diseño y la planificación son elementos fundamentales para realizar un acabado? ¿Por qué?**

Sí, porque esto es un arte y si se quiere obtener el resultado deseado se debe planificar como se lo va a realizar. Se debe determinar los recursos necesarios, los detalles y las características especiales que tendrá cada acabado

**2. ¿Cuáles son las herramientas e insumos que se utiliza para realizar acabados?**

Yeso, taladro, tornillos para la estructura, cinta maya, romeral chileno, pintura

**3. ¿Cómo se logra obtener los conocimientos, capacitaciones y experiencia necesaria para desarrollar este tipo de acabados?**

Para lograr adquirir los conocimientos necesarios y garantizar el servicio, se debe seguir un proceso de aprendizaje ya que se trata de una actividad artesanal; se empieza por ser ayudante de un maestro especialista en acabados, su avance lo realizará poco a poco dependiendo de su capacidad de aprendizaje en base a la guía del maestro que esté al frente de la obra, con el transcurso del tiempo se puede determinar la experiencia ya que los años que le dedica a esta actividad hacen que tenga un dominio en el desarrollo del proceso de la misma, en mi caso necesité de 1 año y medio para aprender todo acerca de acabados.

**4. ¿Qué tiempo se demora elaborar acabados a base de yeso?**

Depende de cuantos metros se realizará, por ejemplo 35 metros dura un día, si se elabora 8 rosetones se necesita medio día.

**5. ¿Qué variedad existe en cuanto a diseños de acabados a base de yeso y cuáles son los diseños que más le solicitan?**

Los acabados a base de yeso por lo general se realizan para tumbados y paredes, existen una gran variedad en cuanto a diseños ya que todo depende de los gustos, necesidades y preferencias de los clientes.

- ✓ Diseños en forma de óvalos, círculos, cuadrados
- ✓ Cornisas en diferentes diseños
- ✓ Paredes con rosetones o medallones
- ✓ Tumbados especiales con luz indirecta
- ✓ Cúpulas en las alturas de las gradas

**6. ¿En base a que parámetros usted determina los precios?**

- ✓ Por metro cuadrado o lineal.
- ✓ De acuerdo al diseño.
- ✓ Por mano de obra
- ✓ Dependiendo de la competencia para no exagerar precios.

**1.9. Diagnóstico Externo**

**1.9.1. Aliados.**

*Plan Nacional del Buen Vivir.*

**Objetivo 10:** Impulsar la transformación de la matriz productiva.

**10.3.** Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios.

e. Promover espacios de desarrollo de las actividades de servicios de construcción, bajo esquemas de competitividad y productividad en su prestación, para la generación de mayor valor agregado.

***Disponibilidad inmediata de la materia prima.***

La compra de la materia prima principal se la realizará en Pintulac por lo que tendremos disponibilidad inmediata debido a la cercanía de nuestro proveedor.

***Fácil elaboración de acabados a base de yeso.***

Según investigación directa y mediante observación el producto que ofrecerá la microempresa muestra que la composición de la masa de yeso es simple, consiste en vaciar agua en un recipiente plástico e ir espolvoreando el yeso sobre el agua hasta cubrir la misma, dejamos reposar uno o dos minutos y vaciamos la mezcla en el interior del molde del acabado.

***Consumo mínimo de agua para realizar acabados.***

Para fabricar un acabado de yeso se ocupa de 3 a 5 litros de agua, haciendo el cálculo: total acabados en el mes  $432 * 5$  litros (máximo) da un total de 2.160 litros en el mes. Según la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra (EMAPA-I) por los 10m<sup>3</sup> que contiene 10.000 litros la tarifa base es de \$3,08, entonces los 2.160 litros no sobrepasa la base que es 10.000 litros y el consumo de agua de los departamentos administrativo y de ventas no es excesivo, se establece que se debe pagar la tarifa base que es \$3,08 en el mes.

**1.9.2. Oportunidades.**

***Tasa de crecimiento habitacional.***

Según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) el crecimiento habitacional en el sector urbano de la ciudad de Ibarra ha sido de 4.85%, lo que

favorece al proyecto debido a que el segmento de mercado al que se dirigen los acabados son los dueños de casa de las parroquias Caranqui, El Sagrario y San Francisco.

### ***Bajo costo del yeso.***

El Yeso Andino de 37kg tiene un bajo costo, además se contará con un descuento del 5% por la compra del mismo. A continuación se muestra la proforma. (Ver anexo 4)

**Gráfico N° 3. Costo del Yeso**

Código	Cant.	Producto	P.U.	%	%	%
YA-37K	2	YESO ANDINO 37KG.	12.48		5	
W12-6L	26	DURATEX TURQUESA 4LT WESCO	12.66	6	5	
CS-1K	20	CAUCHO SILICONA C/CATAL 50GR ALEMAN	30.29		5	
RPSE-1K	32	RESINA TRNSP ENV 1KG SINTAPOL	3.01		5	

Fuente: Pintulac  
Elaborado por: La autora  
Año: 2015

### ***Acceso a créditos.***

Para la creación de la microempresa no se necesita de sumas elevadas de dinero, se realizará un crédito en el Banco Nacional de Fomento, siendo esta una institución financiera que brinda apoyo a emprendimientos productivos, la misma que financia el 44% del total de la inversión, y el 56% restante será cubierto con inversión propia. (Ver anexo 6)

### ***Aceptación del segmento de mercado.***

Es indispensable para el proyecto saber el nivel de aceptación del producto en la ciudad de Ibarra, se ha logrado obtener un resultado positivo ya que al 74% de las personas si les gustaría

adquirir acabados a base de yeso por ser un producto para decoraciones. (Ver pregunta N° 3 encuesta)

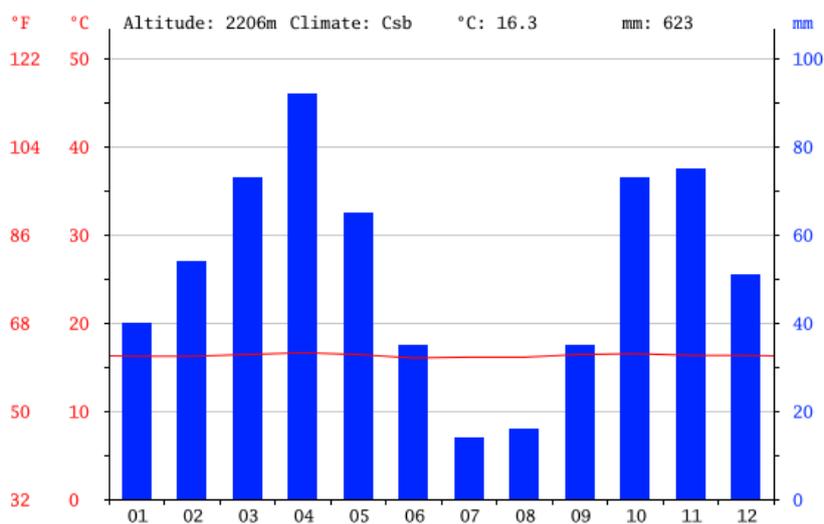
#### 1.9.4. Riesgos.

##### *Cambios climáticos.*

Según estadísticas de Climate (2015) el clima en Ibarra es cálido y templado. En invierno hay en Ibarra mucha más lluvia que en verano. La temperatura media anual en Ibarra se encuentra a 16.3° C. Hay alrededor de precipitaciones de 623 mm.

El mes más seco es julio, con 14 mm. 92 mm, mientras que la caída media en abril. El mes en el que tiene las mayores precipitaciones del año. La detección del cambio climático en Ibarra es la siguiente:

**Gráfico N° 4. Cambios climáticos en Ibarra**



Fuente: Climate-Data  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2015

**Competencia.**

En la ciudad de Ibarra existen 5 organizaciones legalmente registradas que se dedican a la producción de acabados a base yeso, datos proporcionados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra (GAD) del Registro de actividades económicas 2014, a continuación se muestra la conformación de las microempresas dedicadas a la “fabricación de artículos de hormigón, cemento o yeso, usados con fines decorativos por ejemplo: estatuas, muebles, bajorrelieves, jarrones, macetas, entre otros”.

**Tabla N° 6. Competencia de los acabados a base de yeso**

<b>Nombre del Local</b>	<b>Personería</b>	<b>Fecha de Registro</b>	<b>Calle Principal</b>
Cielos Rasos	Natural	11/10/2004	Juan de Salinas y Liborio Madera
DecorArte´s	Natural	03/07/2012	Colón y Rocafuerte
Decoraciones NARVÁEZ	Natural	14/06/2013	Bartolomé García y Teodoro Gómez
El Mundo del Yeso	Natural	11/07/2011	Av. Cristóbal de Troya
Decoración de Interiores	Natural	31/05/2011	Calle S/N Romerillo Alto S/N

**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

## 1.10. Diagnóstico Externo (Matriz A.O.O.R)

**Tabla N° 7. Matriz A.O.O.R**

<b>Factores Positivos</b>	
<b>Aliados</b>	<b>Oportunidades</b>
✓ La guía política de Gobierno Plan Nacional del Buen Vivir en el numeral 10.3.e. busca promover espacios de desarrollo de las actividades de servicios de construcción.	✓ El segmento de mercado al que están enfocados los acabados se encuentra en aumento debido al crecimiento habitacional.
✓ Disponibilidad inmediata de la materia prima principal (yeso).	✓ Bajo costo de la materia prima.
✓ Fácil elaboración del producto final.	✓ Acceso a créditos.
✓ Bajo consumo de agua, lo cual reduce gastos de servicios básicos.	✓ Aceptación del segmento de mercado al cuál están dirigidos los acabados.
<b>Factores Negativos</b>	
<b>Oponentes</b>	<b>Riesgos</b>
✓ Falta de conocimiento en el mercado por ser una microempresa en creación.	✓ Cambios en las estaciones climáticas que puede retrasar el secado de los acabados.
✓ Los acabados no cubren el total de la demanda insatisfecha existente.	✓ Productos sustitutos.
	✓ Competencia desleal.

**Fuente:** Diagnóstico Situacional, INEC y sitios web.

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

## 1.11. Identificación del problema diagnóstico / oportunidad de inversión

Una vez realizado el diagnóstico situacional, utilizando métodos directos como la entrevista dirigida al maestro Ángel Bayas Pérez experto en acabados de yeso, y efectuada la Matriz A.O.O.R, se pudo determinar los siguientes aspectos:

Sustento que es pertinente realizar este Estudio de Factibilidad puesto a que el segmento en el cuál están enfocados los acabados se encuentra en aumento debido al crecimiento habitacional de un 4.85% en el sector de la construcción según el Instituto Nacional de Estadística y censos (INEC, 2010) y que cada vez hay más aceptación del segmento de mercado al cuál están dirigidos los acabados.

El presente proyecto ofrecerá acabados a base de yeso de óptima calidad, fácil elaboración y proporcionando la misma función de decoración que otros productos y a precios asequibles. Gracias al bajo costo de la materia prima principal (Ver anexo 4)

Además mediante el desarrollo del presente proyecto se cumplirá con los objetivos del Plan Nacional Buen Vivir (2013) que menciona en el numeral 10.3. e.: “Promover espacios de desarrollo de las actividades de servicios de construcción, bajo esquemas de competitividad y productividad en su prestación, para la generación de mayor valor agregado”.

También se debe mencionar que los acabados que se ofrecerán no perjudican el medio ambiente con el consumo excesivo de servicios básicos, al contrario, para su elaboración según la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra (EMAPA-I) por los 10m<sup>3</sup> que contiene 10.000 litros la tarifa base es de \$3,08, entonces los 2.160 litros que se necesita para la producción de acabados no sobrepasa ni la base de consumo.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Proyecto**

Córdoba Padilla (2011) dice: *“La definición de proyecto nos permite conocer aspectos de la alternativa de solución al problema planteado, como la organización que lo ejecutará, los aportes que traerá y el tipo de bienes o servicios que se ofrecerá entre otros”* (p. 34).

Se define a un proyecto como el conjunto de actividades que realiza una persona para alcanzar un objetivo en un tiempo determinado y respetando un presupuesto establecido. Estas actividades se encuentran asociadas y son elaboradas de una manera ordenada y sincronizada para de esta manera cumplirlo. Hay diferentes clases de proyectos en este caso el que realizan los estudiantes al finalizar ciertas carreras universitarias demostrando que se obtuvo la capacidad y las competencias necesarias para el desempeño de su profesión.

#### **2.2. Estudio de Factibilidad**

Lira Briceño (2014) menciona:

*“El estudio de factibilidad, por su parte, se realiza cuando el proyecto presenta montos de inversión considerables, o se está empleando una tecnología todavía no probada en la industria. Esto no quita que si el analista se sienta más tranquilo haciendo un análisis más concienzudo de las variables de su proyecto no lo pueda hacer; pero debe tener presente que, inevitablemente, el grado de precisión buscado irá de la mano con mayores costos de estudio.”* (p.15)

Es el estudio para comprobar la viabilidad de una inversión o de un proyecto mediante el análisis de aspectos relevantes como el financiamiento económico, el ámbito social, los

impactos que este ocasionará, entre otros y en base a ello tomar las mejores decisiones para ver si se continúa o no con el desarrollo del proyecto y así cumplir los objetivos propuestos con los recursos actuales.

### 2.3. Microempresa

Lizarazo Beltrán (2010) afirma:

*“La unidad productiva más pequeña de la estructura empresarial, en términos de la escala de activos fijos, ventas y número de empleados, que realiza actividades de producción, comercio o servicios en áreas rurales o urbanas.*

*(...) En general, una microempresa es una unidad productiva de autoempleo, con no más de 10 empleados; (...).” (p. 15)*

Se define como una empresa pequeña que generalmente no supera los 10 empleados donde el propio emprendedor es el propietario y el administrador de la misma, siendo este el primer paso de los emprendedores para dirigir su propio proyecto y llevarlo a cabo, estos negocios venden productos en cantidades pequeñas y su inversión no es muy alta pero tienen la capacidad de crecer a un nivel muy competitivo en el mercado.

#### 2.3.1. Características de la microempresa.

Brnich (2013) menciona:

- ✓ *“Son de propiedad de pocas personas.*
- ✓ *Se concentran en determinadas ramas de la actividad, generalmente está centrada en la producción o comercialización de productos.*
- ✓ *No tienen más de dos niveles jerárquicos en sus estructuras organizacionales.*
- ✓ *Tienden a crecer y pasar de ser una microempresa a ser una empresa pequeña.*
- ✓ *No poseen más de 10 empleados.*
- ✓ *Sus ventas anuales son limitadas en cuanto a monto y volumen.*
- ✓ *Fuerte adaptabilidad de las unidades productivas.*
- ✓ *Su capital está destinado a la satisfacción de necesidades de supervivencia.*

- ✓ *La superficie afectada a la actividad no supera los 200m2.*”

## **2.4. Acabados de la Construcción**

Fernandez Ortega (2010) explica:

*“Es la última etapa de la construcción del edificio y por lo tanto la obra debe mostrar ya terminado todo lo que en el proyecto se ha especificado. Los acabados consisten en tareas y obras de finalización de aquellos elementos que se fueron realizando en el periodo de construcción y que necesitan una terminación apropiada para que la obra pueda ser habilitada en los términos que se habían dispuesto en los planos y la documentación técnica. Fundamentalmente los acabados consisten en revestir las partes que así lo requieran y se han dejado para el final para que, por su delicadez, no fueran dañados éstos durante el proceso de construcción de la obra. El revestimiento consiste en la colocación de una cara de material adecuado, ya previsto en el proyecto, para proteger o adornar una superficie.” (p.288)*

Los acabados de construcción son todos aquellos trabajos que se realizan en una obra o construcción para concluir con los últimos detalles de la misma dándole un mejor diseño, mejorando el aspecto e imagen de la construcción y brindando un mejor lugar donde habitar. Existen un sin número de tipos de acabados partiendo de lo más sencillo a lo más lujoso todo depende del tipo de acabado que necesitemos o deseemos.

## **2.5. Yeso**

García Segura (2013) dice: *“El yeso es un mineral de sulfato de calcio hidratado, compacto o terroso, generalmente blanco, tenaz y tan blanco que se puede rayar con la uña. Este mineral es conocido como yeso natural, piedra de yeso o aljez” (p. 27).*

Se refiere al sulfato de calcio hidratado que normalmente suele ser blanco y se endurece rápidamente al mezclarse con agua, este material es muy utilizado en las construcciones, en la medicina (para fijar un hueso roto), y para realizar obras artísticas, entre otros usos, también el

yeso se utiliza para la prefabricación de paneles para techos y elaboración de cornisas en la decoración de interiores.

### **2.5.1. Fabricación del yeso.**

Crespo Escobar (2010) afirma que:

- ✓ *“Extracción de la piedra de yeso y desbastado o eliminación de materiales inutilizables.*
- ✓ *Trituración del material.*
- ✓ *Cocción.*
- ✓ *Molienda para reducir el material a polvo y eliminar los tamaños inadecuados.*
- ✓ *Tamizado.*
- ✓ *Segunda molienda.” (p. 114)*

### **2.5.2. Aplicaciones del yeso.**

Crespo Escobar (2010) afirma que:

- ✓ *“Revestimientos interiores como tendidos, guarnecidos y enlucidos.*
- ✓ *Como elementos de revestimientos y elementos decorativos, se emplean bloques de yeso.*
- ✓ *Falsos techos de escayola.*
- ✓ *Elementos prefabricados para tabiques, empleando paneles de yeso y paneles de yeso laminado o cartón-yeso.*
- ✓ *Mármol artificial, mediante yeso de imitación al mármol, empleado como elemento decorativo.*
- ✓ *Aislamiento térmico y acústico y protección contra el fuego.”(p. 115)*

### **2.5.3. Propiedades del yeso.**

Crespo Escobar (2010) afirma que:

- ✓ *“Tiene un fraguado y un endurecimiento muy rápidos, retrasándose con retardadores.*
- ✓ *Poca adherencia con piedra y madera.*
- ✓ *Oxida al hierro y al acero, sobre todo con humedad.*

- ✓ *Buen aislante del sonido y del fuego.*
- ✓ *Admite coloración.*
- ✓ *Solo debe emplearse en interiores o en locales con humedad relativa <70% debido a que se disgrega al absorber agua (es muy higroscópico), aunque puede aparecer mezclado con otros productos.*
- ✓ *No tiene capacidad resistente.*
- ✓ *Al principio sufre una ligera contracción, luego una expansión, y finalmente se estabiliza con la contracción o retracción (es mayor la expansión que la contracción final).” (p. 97)*

#### **2.5.4. Tipos de yeso.**

García Segura (2013) explica:

*“Al igual que hay distintas aplicaciones para el yeso, también hay distintos tipos de este material:*

##### ***Yesos artesanales, tradicionales o multi-fases.***

- ✓ ***Yeso blanco.*** *Se trata de un yeso con pocas impurezas, grano fino, color blanco, y usado principalmente para acabados (para la capa más exterior).*
- ✓ ***Yeso negro.*** *Es el que contiene más impurezas, de grano grueso, color gris, y con el que se da una primera capa de enlucido.*
- ✓ ***Yeso rojo.*** *Su color rojizo se debe a la existencia de impurezas de minerales ferrosos. Muy apreciado en restauración, se utiliza para dar la última capa de enlucido, o “capa de acabado”, en los paramentos de las edificaciones.*
- ✓ ***Yeso mate.*** *Yeso blanco muy duro, que matado, molido y amasado con agua de cola, sirve como aparejo para pintar y dorar y para otros usos.*
- ✓ ***Yeso espejuelo.*** *Yeso cristalizado en láminas brillantes.*

##### ***Yesos industriales o de horno mecánico.***

- ✓ ***Yeso de construcción (bifase):*** *grueso o fino.*
- ✓ ***Escayola:*** *yeso blanco con escasas impurezas (más del 90% puro), de alta calidad y grano muy fino.” (p. 28)*

### **2.5.5. Composición y amasado del yeso.**

García Segura (2013) manifiesta:

*“En primer lugar, comentar que para que el trabajo le salga bien al yesista hay que tener en cuenta la importancia de la preparación del yeso, destacando el tiempo de fraguado, es decir, el tiempo que la masa tarda en endurecer.*

*La composición de la masa de yeso es simple: agua y yeso en polvo. Con estos dos componentes, más la paleta para amasar y un recipiente adecuado (gaveta), podemos empezar a realizar la pasta, siempre asegurándonos de que el recipiente esté limpio, sin impurezas de amasados anteriores, ya que este hecho puede echar a perder la pasta.*

*A continuación, se vierte el agua necesaria en la gaveta, espolvoreamos el yeso y lo dejamos reposar uno o dos minutos. La proporción de agua y yeso será la conveniente según el trabajo. Mientras estamos espolvoreando el yeso, hay que evitar que se formen grumos, si fuera necesaria, la paleta.*

*Tras el tiempo de reposo, se amasa la mezcla con la paleta limpia hasta que se consiga una pasta homogénea y sin grumos. Una vez amasado, el yeso adquiere la suficiente consistencia para poder trabajar con él.*

*La proporción de agua y yeso suele ser de unos 16 a 19 litros de agua por cada 25 de yeso, teniendo en cuenta que, cuanto más proporción de agua, menos resistencia tendrá el producto final.” (p.30)*

### **2.6. Decoración de interiores**

Mata (2012) explica:

*“Los decoradores de interiores se ocupan de la estética de un espacio, este como este. Ellos trabajan con los clientes o dueños para escoger un estilo, colores, textiles, iluminación, pisos, y muebles. En general, los decoradores trabajan con un espacio que ya está terminado, y no se tienen que preocuparse en construcciones o regulaciones. Estos profesionales no trabajan con contratistas o arquitectos, en lugar trabajan con el cliente o dueño del espacio directamente. La mayoría de los decoradores trabajan en proyectos residenciales, ya que un espacio comercial puede necesitar el*

*conocimiento de un diseñador. Muchos decoradores se especializan en ciertos estilos de decoración o en espacios, como habitaciones o cocinas.”*

Es la manera de adornar los espacios internos y darle los toques finales a cualquier edificación, con el objetivo de crear un ambiente estéticamente agradable a la vista y se realiza para obtener la mejor forma posible del entorno en el cual se habita. Dicha decoración se logra con la colocación de distintos acabados con juicio personal, cada persona puede conseguir su ambiente deseado.

## **2.7. Molde**

Machuca Sánchez & Hervás Torres (2014) revelan:

*“Un molde es un componente de un proceso de moldeado, es una pieza o conjunto de varias piezas, que tiene una cavidad totalmente hueca. Esta se llena con algún tipo de material polimérico, con el fin de obtener una pieza con una forma deseada. Dentro de la industria existe una enorme cantidad de moldes, uno por cada tipo de producto a formar.” (p.9)*

Es un instrumento internamente hueco, en su interior se vierte la sustancia que se desea seriar y una vez que quede sólida muestra la forma del molde que la contiene. Cuando la sustancia ya está seca, se la extrae del molde con mucho cuidado y se procede a corregir las imperfecciones del acabado y a quitar los restos sobrantes del molde.

## **2.8. Estudio de Mercado**

Araujo Arévalo (2012) menciona que:

*“El estudio de mercado tiene como objetivo principal medir y cuantificar el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que potencialmente representan una demanda que justifique la instalación y puesta en marcha de una entidad productora de bienes o servicios debidamente*

*identificados en un periodo determinado, incluida la estimación del precio que estos consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto.” (p.23)*

Se define al estudio de mercado como una investigación en la cual se realiza varias actividades interrelacionadas que tienen como objetivo principal conocer las características del mercado en el cual se va a desempeñar una actividad económica, brindándole al empresario una visión más amplia y clara del mercado al cual va dirigirse, de esta forma tomar decisiones correctas y acertadas para la viabilidad del proyecto.

## **2.9. Mercado Meta**

Kotler & Armstrong (2013) sostienen: *“Mercado meta es el conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes que la empresa decide atender” (p.175).*

Se define al segmento de mercado conformado por un grupo de compradores que presentan características similares a los que la empresa ha decidido vender su producto o servicio con el objetivo de cumplir y satisfacer las necesidades de la empresa puesto que las empresas no pueden cubrir con todo el mercado debido al gran número de compradores, a sus diferentes culturas y necesidades de compra.

### **2.9.1. Cliente**

Córdoba Padilla (2011) define: *“El cliente es el componente fundamental del mercado. Se le denomina “Mercado meta”, ya que será el consumidor del producto o servicio que se ofrecerá con el proyecto, constituyéndose en su razón de ser” (p.59).*

Se puede referir a la persona que accede a un servicio o bien a partir de una cancelación debido a una necesidad. Esta definición es manejada a manera de consumidor determinándose distintas clases de clientes, como los activos que realizan las adquisiciones de una manera usual

y los inactivos aquellos que han dejado de frecuentar o consumir el producto porque pueden estar adquiriendo sus productos en otras empresas.

## **2.10. Segmento de Mercado**

Araujo Arévalo (2012) expresa:

*“El análisis detallado del mercado para un proyecto de inversión, además de plantear su caracterización general, deberá consignar las particularidades que los oferentes y demandantes presenten, segmentando cada elemento en atención a las principales variables vigentes. Debe recordarse que es el punto inicial de los estudios que permitirán posteriormente concretar la idea de inversión.*

*La segmentación permite conocer con mayor detalle y certeza el mercado en su conjunto. Algunas de las variables usuales para establecer la segmentación son: distribución geográfica, potencial económico, niveles culturales y otras interrelaciones observables.” (p.26)*

Es un proceso que consiste en la identificación de un grupo de compradores dispuestos, capaces e interesados en la adquisición de un producto o servicio, generalmente este grupo de compradores tienen necesidad de compra, poder adquisitivo, ubicación geográfica y un deseo de compra que se relacionan con los intereses de la empresa. Para que una empresa tenga éxito depende en gran importancia de su capacidad para segmentar correctamente el mercado.

## **2.11. Oferta**

Baca Urbina (2013) define: *“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (p.54).*

Es una propuesta que hace referente a la cantidad de bienes o servicios que una persona, empresa u organización están dispuestos a ofrecer a los futuros clientes o consumidores con el objetivo de obtener a cambio cierto valor monetario o lo que esta empresa establezca por la

adquisición de su producto o servicio, de esta forma tanto comprador como vendedor obtiene su respectivo beneficio.

## **2.12. Competencia**

Casado Díaz & Sellers Rubio (2010) explican:

*“Dentro del micro entorno, merece especial atención el estudio de la competencia, es decir, aquellas organizaciones que se dirigen al mismo mercado objetivo que la empresa, obligándola a adoptar estrategias de marketing que garanticen un mejor posicionamiento de su oferta y, por tanto, una mayor probabilidad de éxito en términos de la satisfacción de las necesidades de dicho mercado.”*  
(p.46)

Se refiere a la rivalidad entre personas o empresas que tienen la intención de luchar por adquirir el mismo bien o servicio, esto hace que las empresas tengan la necesidad de sobresaltar entre las demás y tratar de perjudicar a sus competidores para obtener el mayor beneficio posible y acaparar con toda la demanda, además de liderar en su mercado meta.

## **2.13. Demanda**

Pontón (2013) dice:

*“La demanda, son las distintas cantidades de un bien o servicio que los consumidores, o quienes requieran, están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo constantes, durante el período de análisis, los demás determinantes, que influyen en su función.”* (p.229)

Se define como la cantidad de bienes o servicios que el cliente está dispuesto a adquirir a un determinado precio y en un determinado lugar, con el fin de satisfacer sus deseos y necesidades, generalmente el bien o servicio cumple con las expectativas del cliente, sus características en general y el precio al que se oferta son del alcance y preferencia del mismo.

## **2.14. Demanda Insatisfecha**

Escudero Serrano (2014) dice: *“La demanda insatisfecha se produce cuando el cliente no ha podido adquirir el producto o servicio o, si lo ha comprado, no se encuentra satisfecho con él” (p.31)*

Se refiere cuando una demanda no puede ser cubierta por un producto o servicio ofertado en el mercado, es decir que el consumidor no ha tenido la oportunidad de conocer o adquirir dicho producto, o a la vez adquiere el producto pero no quedo satisfecho, esto normalmente sucede cuando la demanda es mayor a la oferta en estos casos se suele implementar un nuevo producto o mejorar el ya existente para lograr la satisfacción total del cliente.

## **2.15. Mezcla o mix de Marketing**

### **2.15.1. Producto.**

Prieto Herera (2013) señala que: *“El producto es cualquier cosa que se ofrece en un mercado para su adquisición, uso o consumo que pueda satisfacer una necesidad o deseo” (p.40).*

Es un objeto que a través de un conjunto de procesos ha sido producido o fabricado y que presenta diferentes atributos y beneficios que será ofrecido al mercado para satisfacer las necesidades y expectativas del futuro consumidor, también existen los productos que no son fabricados, es decir, no son tangibles a estos se los denomina servicios.

### **2.15.2. Precio.**

Kotler & Armstrong (2012) mencionan que:

*“En el sentido más estricto, un precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.” (p.290)*

Es el valor monetario que se le asigna a algún bien o servicio dependiendo de las características que esté presente o de acuerdo a los costos de todo el proceso de elaboración que la empresa ha invertido para la fabricación del mismo si hablamos de un bien, este valor deberán cancelar los consumidores para adquirir el bien o para recibir un servicio.

### **2.15.3. Plaza (distribución).**

Prieto Herera (2013) señala:

*“Aunque en el marketing mix “la plaza” sería el sitio donde se encuentra el producto o servicio disponible para su consumo o uso, no representa lo mismo para la connotación de esta P, que hace énfasis en el sistema logístico de la mercadotecnia.*

*(...) La logística es fundamental para el comercio porque es el puente entre la producción y los centros de venta y consumo, que se encuentran separados por el tiempo y la distancia.” (p.50)*

Se define como el lugar donde una empresa comercializará un bien o un servicio a sus potenciales clientes, la selección de este sitio deberá ser muy cautelosa y precisa para que los productos ofrecidos sean accesibles hacia los consumidores, tomando en cuenta el correcto empleo de los canales de distribución para que el producto ofrecido llegue a las manos del consumidor el lugar adecuado, en el momento acordado y en óptimas condiciones.

### **2.15.4. Promoción (comunicación).**

Bastos Boubeta (2010)

*“(…) En sentido estricto, la promoción se puede definir como un conjunto de actividades de corta duración dirigidas a los distribuidores, prescriptores, vendedores y consumidores, orientadas al*

*incremento de la eficiencia de la cifra de ventas, a través de incentivos económicos y propuestas afines.” (p.6)*

Es el conjunto de actividades para comunicar e informar a todo el público sobre las características de una empresa, su función, a que se dedica, los productos o servicios que ofrece, sus beneficios y ventajas, con el objetivo de atraer el interés de los consumidores e incentivarlos para que los compren, de esta forma cumplir las metas propuestas por las empresas.

## **2.16. Comercialización**

Araujo Arévalo (2012) establece que:

*“La comercialización es el conjunto de actividades que los oferentes realizan para lograr la venta de sus productos; por tanto, el análisis de la oferta y la demanda deberá ser complementado con el estudio de los diversos elementos de la comercialización.” (pp. 47-48)*

Es la acción de adquirir un producto o servicio a cambio de un valor monetario obteniendo las dos partes su respectivo beneficio como en el caso del vendedor recibe el dinero a cambio de la venta de sus productos de la misma forma el comprador recibe los productos a cambio de gastar su dinero. Este intercambio pasa por algunos procesos necesarios para que el producto llegue en el lugar y en el tiempo deseado hacia el consumidor final.

## **2.17. Canales de Distribución**

Escribano Ruiz, Alcaraz Criado, & Fuentes Merino (2014) afirman que:

*“Una de las variables clave para poder triunfar en un nuevo mercado es llegar a los consumidores que forman nuestro público objetivo, para lo que es preciso tener una buena red de distribución. Si los canales habituales están saturados, los distribuidores serán reacios a la hora de incluirnos en sus estanterías, por lo que el esfuerzo proporcional que les dirigiremos para que nos hagan un hueco deberá ser importante.” (p.21)*

Es un instrumento de la Mercadotecnia que contiene un conjunto de procesos y estrategias que una empresa realiza para poder entregar cierto producto o servicio a su destino final, en este caso a los consumidores o clientes, para que esta distribución cumpla su objetivo los bienes o servicios deben ser entregados a su cliente en el punto acordado, en el tiempo y en las cantidades que el cliente los necesite.

## **2.18. Publicidad**

Bastos Boubeta (2010) afirma que:

*“La publicidad puede definirse como un tipo particular de comunicación, caracterizada por su intencionalidad comercial. (...) es una forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover la contratación de bienes, servicios, derechos y obligaciones.” (p.38)*

Es considerada como una de las herramientas más importantes e indispensables de la mercadotecnia y es utilizada por empresas para transmitir o informar a los futuros clientes un mensaje relacionado con su producto ya sea bien o servicio, sus beneficios y características a través de diferentes medios de comunicación, con el objetivo de incentivar al público a su posible consumo.

## **2.19. Estudio Técnico**

Meza Orozco (2013) afirma que:

*“Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, etc. (...).” (p.23)*

Es un estudio que se lo realiza una vez terminado el estudio de mercado y nos permite analizar los diferentes factores para la fabricación de los bienes o servicios, dándonos la posibilidad de verificar la factibilidad técnica de cada uno de ellos. Una vez determinado el proceso en el que se lo realizará, se determinará maquinaria, materias primas, mano de obra, localización, los proveedores y todo lo necesario para la realización del producto. En conclusión el estudio técnico consiste en el análisis de cómo, cuándo y dónde se realizará un bien o servicio de un proyecto.

## **2.20. Localización del Proyecto**

Córdoba Padilla (2011) expresa: *“Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo” (p.112).*

Es el lugar o ubicación que ha seleccionado el proyecto para dirigir sus productos, de una buena selección de localización dependerá que el proyecto obtenga la mayor tasa de rentabilidad. Para una óptima selección se deberá analizar algunos factores que generen menores gastos para el proyecto y para los consumidores como transporte, equipo, recursos, entre otros dependiendo del proyecto.

### **2.20.1. Macrolocalización**

Araujo Arévalo (2012) define: *“La selección del área o ciudad donde se ubicará el proyecto se conoce como estudio de macrolocalización” (p.65)*

Se define como la localización global de un proyecto, esta ubicación puede ser a nivel nacional, internacional o regional, teniendo en cuenta las características y exigencias que el proyecto necesita para cumplir sus expectativas, analizando diferentes lugares posibles donde se ubicará el proyecto, sus ventajas y desventajas con el fin de minimizar costos y gastos de

producción durante el proceso productivo y así seleccionar la mejor localización para el proyecto.

### **2.20.1. Microlocalización**

Araujo Arévalo (2012) dice:

*“Una vez definida la zona de localización se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. Lo anterior deberá plantearse una vez que el estudio de ingeniería del proyecto se encuentre en una etapa de desarrollo avanzado.” (p.71)*

Es el estudio que se realiza con el objetivo de ubicar el punto exacto dentro de la macro zona donde se ubicará el proyecto, para determinar el punto exacto se realizarán varios análisis del lugar, como la facilidad de acceso de vehículos, la existencia de medios de transporte y servicios básicos como agua, luz, y redes telefónicas, sus avances tecnológicos, entre otros aspectos que servirán para determinar el lugar con las condiciones necesarias para que el proyecto genere la mayor rentabilidad posible.

### **2.21. Tamaño del Proyecto**

Sapag Chain (2011) define:

*“El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de los insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, etcétera.” (p134)*

Se define como la capacidad de producción que tiene un proyecto a realizar en un periodo de tiempo determinado, esta producción dependerá de la maquinaria con la que se trabaje, la mano de obra, la disponibilidad de materia prima y su costo, además la localización es decir al

mercado al que se dirigirá el proyecto, todas estos puntos son variables dependientes en el tamaño del proyecto.

## **2.22. Ingeniería del Proyecto**

Córdoba Padilla (2011) revela:

*“La ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos.” (p.122)*

Comprende el estudio de todos los aspectos necesarios para cumplir con la cantidad de productos establecidos en el proyecto, principalmente solucionar todo lo referente a la instalación y el funcionamiento correcto de la planta, se deben determinar los procesos, la maquinaria, equipo, recursos humanos, entre otro. Necesarios que permitan llevar a cabo el proceso de producción establecido.

## **2.23. Distribución de la Planta**

Baca Urbina (2013) explica: *“La distribución de la planta proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad o bienestar para los trabajadores” (p.116)*

Es la organización y su correcta distribución de los elementos de una microempresa propuesta o ya existente como son: maquinaria y equipos, departamentos, pasillos, bodegas y almacenamientos, entre otros elementos, de tal manera que brinden facilidad y espacio para realizar las diferentes operaciones en el transcurso de las actividades de una organización.

## 2.24. Proceso de Producción

Fernández Luna, Mayagoitia Barragan, & Quintero Miranda (2010) definen:

*“Se entiende por proceso las transformaciones que realiza el aparato productivo creado por el proyecto para convertir una adecuada combinación de insumos en cierta cantidad de productos.*

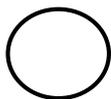
*El campo de los procesos de producción abarca desde la tarea completamente manual hasta los sistemas hombre – máquina, e incluye los procesos automáticos donde la mano de obra es indirecta o de supervisión. Las tareas manuales en combinación con instrumentos mecánicos, constituyen todavía una gran porción de la actividad productiva.” (p.55)*

Se refiere al método planificado de procedimientos técnicos consecutivos de transformación de materias primas, pueden ser mano de obra, maquinaria o tecnología para la obtención del producto constando de operaciones interrelacionadas. En este sentido el proceso productivo se desarrolla por etapas sucesivas que constituyen una serie de operaciones vinculadas involucrando desde el boceto, la elaboración misma, hasta la utilización del producto final.

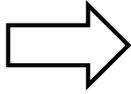
## 2.25. Diagrama de Flujo del Proceso

Baca Urbina (2013) dice:

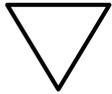
*“Aunque el diagrama de bloques también es un diagrama de flujo, no posee tantos detalles e información como el diagrama de flujo del proceso, donde se usa una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas. Dicha simbología es la siguiente:*



**Operación.** Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.



**Transporte.** Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.



**Almacenamiento.** Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.



**Demora.** Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno y efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones, el propio proceso exige una demora.



**Inspección.** Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.



**Operación combinada.** Ocurre cuando se efectúa simultáneamente dos de las acciones mencionadas.” (pp. 90-91)

Es una manera de representar un gráfico de proceso, cada movimiento que se realiza es simbolizado por un gráfico distinto, mismo que contiene una descripción de cada movimiento. Los símbolos están relacionados entre sí por medio de flechas que mencionan la dirección del flujo del proceso, proporcionando la adecuada comprensión de cada una de las actividades y sus relaciones.

## 2.26. Inversión

Montoño Hormigo (2014) indica que:

*“La inversión es un término que se puede relacionar con el ahorro. La inversión se define como la renuncia a una satisfacción inmediata, a través de la adquisición de determinados bienes, con el ánimo de obtener en el futuro unos ingresos o rentas.” (p.72)*

Es un término económico en el cual una persona o un grupo de personas coloca cierta cantidad de dinero en un proyecto, con el objetivo de obtener un valor más alto o en lo posible multiplicar el capital inicial, para que este valor genere ganancias el inversionista debe realizar un análisis en el proyecto que invertirá su dinero, caso contrario puede ocasionarle pérdidas ya que su dinero no será devuelto, toda inversión genera riesgos pero también genera muchas oportunidades.

### **2.26.1. Inversión fija.**

Córdoba Padilla (2011) indica:

*“Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.*

*Es conveniente especificar y clasificar los elementos requeridos para la implementación del proyecto (capital fijo), contemplando en esta misma compra de terrenos, construcción de obras físicas, compra de maquinaria, equipos, aparatos, instrumentos, herramientas, muebles, enseres y vehículos. (...)” (p.191)*

Se define activo fijo a todos los bienes y derechos de propiedad que tiene una persona o una empresa, su transformación a efectivo será más difícil y se los adquirió con el fin de usarlos, mas no de comercializarlos, los bienes y derechos que forman parte de los activos fijos son terrenos, edificios, equipos, acciones y valores entre otros y que en presencia de una emergencia podrían ser vendidos.

### **2.26.2. Inversión diferida.**

Córdoba Padilla (2011) señala:

*“Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes de propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, marcas, asistencia técnica, gastos pre-operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.” (p.192)*

A este grupo van todos los gastos que ya han sido cancelados por anticipado por la microempresa, a cambio de la prestación de un servicio, de tal forma que su valor ira disminuyendo conforme se vaya utilizando tal servicio, formando parte de este activo diferido las rentas pagadas por anticipado, la papelería y útiles de oficina, publicidad, gastos de instalación, entre otros.

### **2.26.3. Capital de trabajo**

Lira Briceño (2014) dice: *“La manera más simple de definir el CT es diciendo que es el efectivo que una empresa o proyecto debe mantener para seguir produciendo mientras cobra lo vendido” (p.32).*

El capital de trabajo tiene gran importancia para la estabilidad de las actividades de una empresa y su equilibrio, cabe destacar que las ventas realizadas por una empresa son la principal fuente del capital de trabajo y que la diferencia entre activos y pasivos corrientes son la definición exacta del capital de trabajo del cual se dispondrá para los gastos a corto plazo.

## 2.27. Estudio Económico

Baca Urbina (2013) dice: *“El estudio económico su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”* (p.6).

El estudio económico mediante una serie de investigaciones y análisis trata de verificar si el proyecto de inversión que se va a realizar será factible económicamente o no, de acuerdo a estos resultados se podrá tomar las decisiones mejor acertadas para el desarrollo del proyecto así como también determinar los costos necesarios durante todo el proceso de producción y seleccionar los más convenientes.

## 2.28. Estudio Financiero

Meza Orozco (2013) señala:

*“(...) Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el período de evaluación del proyecto. Con esta información se realiza, a través de indicadores de rentabilidad. La evaluación financiera del proyecto.”* (p.29)

Es el estudio que se realiza para demostrar si una organización podrá y será capaz de seguir funcionando después de un determinado tiempo, este estudio es fundamental para los nuevos proyectos en marcha, nuevas negociaciones e inversiones. Es indispensable obtener información de varios aspectos como estudio de demanda, de mercado, ventas futuras, costos de financiamiento, entre otros. Información que nos ayudará a determinar si la empresa será viable, es decir, si será capaz de mantenerse en el mercado.

## 2.29. Ingresos

Estupiñan Gaitán (2012) señala:

*“Los ingresos son incrementos en los beneficios económicos durante el periodo contable en forma de flujos que entran a la organización, o mejora de los activos o disminución de los activos que resultaría en un incremento del patrimonio, diferente de las contribuciones de los participantes del negocio. Los ingresos incluyen tanto los ingresos propiamente dichos (las ventas) como las ganancias. (NIC 18, NIC 1.34).” (p. 56)*

Los ingresos son todos los elementos tanto monetarios como no monetarios que ingresan al poder de una persona o una entidad, esto puede ser producto de las transacciones o actividades realizadas por la empresa en el ejercicio de sus actividades que generan valores monetarios aumentando el patrimonio neto de una empresa así mismo el aumento de este patrimonio sirve para acelerar el crecimiento de la empresa y tener un soporte para posibles inversiones.

## 2.30. Egresos

Zapata Sánchez (2011) menciona:

*“Son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien de nacimiento o aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio neto, y no están relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios de este patrimonio.” (p.484)*

Se denomina egreso a todo valor monetario que sale del capital de una empresa para la obtención de bienes o servicios para la empresa, los egresos incluyen los gastos y la inversión. Los egresos disminuyen el capital de las empresas pero son estos los que le permiten seguir funcionando a la empresa por medio de la contratación de los servicios básicos así como los costos para la obtención de la materia prima necesaria para los procesos de fabricación.

### **2.31. Costos**

Baca Urbina (2013) dice: *“Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) en forma virtual (costo de oportunidad)” (p.171).*

Es el valor de los recursos económicos que serán utilizados para la producción de un producto o la prestación de un servicio, el costo para todo proceso de producción de un bien o la oferta de un servicio, comprende la compra de insumos, pago de mano de obra, gastos de producción y de venta, entre otros.

### **2.32. Gastos**

Guajardo Cantú & Andrade (2014) sostienen que: *“Los gastos son activos que se han usado o consumido en el negocio para obtener ingresos y que disminuyen el capital de la empresa” (p.43).*

El gasto se define a la salida de dinero de una persona o una organización es decir disminución del capital inicial, para el beneficio de la misma el mismo que puede ser para el pago de agua, luz, teléfono, recargas telefónicas entre otros así como también de bienes como vestimenta, alimentación, en el caso de empresas materia prima, equipos, mercadería, etc. Gastos que en primera instancia disminuyen el capital inicial pero que en su determinado tiempo generaran valores monetarios mayores al valor en que se los adquirió.

### **2.33. Materia Prima**

Escudero Serrano (2014) menciona: *“Materiales que se utilizan para fabricar otros productos; por ejemplo, harina en la fabricación del pan, madera en los muebles, tela en vestidos, pantalones, etcétera” (p. 18).*

Se define como materia prima a la materia que se obtiene de la naturaleza que después de varios procesos de producción realizados por una empresa se transformaran en bienes de consumo que serán comercializados a las personas. Existen varios tipos de materias primas como son la materia prima de origen animal, vegetal, mineral, líquido o gaseoso y fósil, como ejemplo tenemos la lana de origen animal con la cual se realizan innumerables prendas de vestir.

### **2.34. Mano de Obra**

Fernández Luna, Mayagoitia Barragan, & Quintero Miranda (2010) afirman que: *“Se refiere a los trabajadores que están en contacto con el área de fabricación” (p.114).*

Se denomina al esfuerzo que realiza una persona o un grupo de personas en el proceso de fabricación y producción de un producto o para la prestación de un servicio, ya sea este esfuerzo físico como también mental. Este concepto también hace referencia al valor monetario que se le paga al trabajador por sus servicios prestados, por ejemplo los servicios de un pintor, un carpintero, un albañil, un técnico en computación, o un electricista, entre otros.

### **2.35. Costos Indirectos de Fabricación**

Córdoba Padilla (2011) expresa: *“Incluye aquellos elementos que participan en el proceso de producción, pero que no son ni materia prima ni mano de obra directa. Incluyen una gran variedad de conceptos con características heterogéneas y que se clasifican como variables y fijos” (p.201)*

Los CIF son todos los costos que no se involucran directamente en los costos del proceso de fabricación de un producto, es decir, no están directamente relacionados con la mano de obra directa, materiales directos o la materia prima, pero son parte fundamental de los costos

en el proceso de producción como ejemplo podemos referirnos al pago de mano de obra indirecta, servicios básicos, mantenimiento de los equipos, impuestos, renta, entre otros.

### **2.36. Gastos de Administración**

Fernández Luna, Mayagoitia Barragan, & Quintero Miranda (2010) afirman que: *“Comprenden básicamente los sueldos y salarios del personal dedicado a la dirección, organización y administración de la planta industrial, así como diversos gastos, tales como viáticos, servicios telefónicos y telegráficos, papelería y útiles de aseo” (p.121).*

Son todos aquellos gastos que se generan en la administración de una empresa, quiere decir todos los gastos que se producen por fuente del personal administrativo y sus oficinas, es decir sueldos y salarios de gerentes, secretarías, contadores, transporte para los empleados de la empresa, capacitaciones para los mismos, así como también limpieza de las oficinas, papelería y suministros de oficina, mantenimiento de equipos de oficina, pago de luz para las oficinas, entre otros.

### **2.37. Gastos de Distribución y Venta**

Fernández Luna, Mayagoitia Barragan, & Quintero Miranda (2010) mencionan que: *“Este renglón se refiere a las erogaciones por concepto de sueldos del personal encargado a las actividades inherentes a la venta del producto. También incluye los gastos por concepto de viáticos, servicios de teléfonos, de correos y de telégrafos” (p.122).*

En esta rúbrica se apuntan todos los gastos que se incurrieron en el almacenamiento y preparación de un producto para ponerlo a la venta, son gastos que únicamente se presentan por el hecho de comercializar un bien o servicio, también se presentan para promocionar la venta de este producto como son la propaganda, publicidad, promoción, entre otros. Así como también pago de luz y renta del local donde se comercializará el producto.

### **2.38. Gastos Financieros**

Baca Urbina (2013) dice:

*“Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica.” (p.174)*

Son todos los gastos de la empresa originados para la financiación de la misma que no fueron con recursos propios, así como también gastos por comisiones e intereses por descuentos, en esta rúbrica también se contabiliza los gastos por intereses de deudas, pérdidas en la diferencia de cambio de moneda extranjera entre otros rubros.

### **2.39. Amortización**

Baca Urbina (2013) afirma:

*“La amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si ha comprado una marca comercial, ésta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.”*

Se define a la amortización como un proceso económico mediante el cual se termina paulatinamente de pagar una deuda ya sea de un préstamo o de un crédito bancario, mediante cuotas distribuidas en un lapso de tiempo ya sean iguales o no, estos pagos sirven para pagar los intereses y a la vez reducir el monto de la deuda.

### **2.40. Depreciación**

Rincón Soto, Lasso Marmolejo, & Parrado Bolaños (2012) afirman que:

*“Es la reducción sistemática o pérdida de valor de un activo, por su uso, caída en desuso o por obsolescencia por los avances tecnológicos. El valor de la depreciación se restará al valor del bien, y en el momento que llegue a ser cero (0), indicará que el bien ha sido totalmente depreciado, o lo mismo que decir, el bien ha cumplido su vida útil.” (p.116)*

La depreciación es la reducción o pérdida del valor del activo de una empresa, debido al uso y a los años de vida funcional del bien, lo cual evita que el bien pueda seguir generando el mismo volumen de ingresos que al momento de su adquisición, ocasionando así un gasto para la empresa ya que al terminar su vida funcional la empresa deberá adquirir un nuevo bien, el cual le permita cumplir las mismas funciones que el anterior.

#### **2.41. Valor Residual**

Zapata Sánchez (2011) define: *“Valor estimado, de última recuperación, es decir precio en el que se podría vender el bien cuando éste se encuentre obsoleto o fuera de uso. Puede incluso ser cero” (p.58)*

También conocido como valor de desecho. Es el valor monetario de un activo fijo que estima la empresa recuperar al finalizar la vida útil del bien, el mismo que se lo calculara del valor de su depreciación, es decir si el activo fijo al final de su vida útil podrá ser vendido para alguna utilización ya sea completo o en partes y en qué valor se lo venderá.

#### **2.42. Activo**

Rincón Soto, Lasso Marmolejo, & Parrado Bolaños (2012) indican que:

*“Agrupa el conjunto de cuentas que representan los bienes y derechos tangibles e intangibles de propiedad del ente económico de los cuales se espera tener beneficios presentes o futuros, que en la representación de su utilización, son fuentes potenciales de beneficios.” (p.24)*

Un activo es todo aquel bien que una persona o una empresa posee y que en su tiempo podrá convertirse en efectivo o producir una renta, estos a la vez se clasifican según su grado de disponibilidad es decir la facilidad con el que el activo puede convertirse en efectivo de acuerdo a su disponibilidad se clasifican en activos circulantes, fijos y diferidos.

#### **2.43. Pasivo**

Mantilla Blanco (2013) afirma: *“Es la obligación presente de la entidad, que surge de eventos pasados, cuya liquidación se espera que resulte en la salida de recursos de la entidad que conllevan beneficios económicos”* (p.470).

Se define a un pasivo como las cuentas actuales que la empresa posee a causa de transacciones realizadas en el pasado, entre estas pueden ser un préstamo bancario para la financiación de las actividades de la empresa, la adquisición de mercadería como son bienes o servicios para el consumo de la misma empresa, tales obligaciones como son sueldos y salarios a los trabajadores de la empresa.

#### **2.44. Patrimonio**

Rey Pombo (2014) menciona: *“Es el conjunto de bienes, derechos y obligaciones que pertenecen a una persona física o jurídica (empresa) en un momento dado”* (p.12).

Es aquel que pertenece a los socios de la empresa siendo el valor resultante de la diferencia entre el activo y el pasivo y simboliza el monto del que son dueño los dueños si se vendieran todas las acciones de la empresa y se pagaran todas las deudas. Incluye las aportaciones efectuadas ya sea en el instante de su constitución o en otros postreros.

## 2.45. Estado de Situación Financiera

Zapata Sánchez (2011) afirma: *“En un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado” (p.63)*

Es un instrumento contable que manifiesta la realidad financiera de un ente económico, ya sea de una empresa pública o privada, a una fecha definitiva y que permite formalizar un análisis comparativo. También denominado balance general, muestra la situación financiera, conformada por el activo y patrimonio o capital contable. La contabilidad ha utilizado este método para exponer el resultado recolectado de las operaciones que se han realizado anteriormente.

## 2.46. Estado de Resultados Integral

Estupiñan Gaitán (2012) explica:

*“El Estado de Resultados Integral de acuerdo con las NIC/NIIF, incluye todas las partidas de ingresos, costos y gastos reconocidas en el período, consideradas como operativas del ejercicio, que determinan la ganancia o la pérdida neta del mismo (NIC 1.81), excluyéndose aquellos ingresos o egresos que estaban en ejercicios anteriores, de carácter extraordinario (NIC 1.87) o algunas partidas generadas por estimaciones de cambios contables (NIC1.82), ajustes por determinación de valores razonables y otras no operativas, las cuales deben ser registradas directamente al patrimonio de manera prospectiva o retrospectivamente.” (p.51)*

Es un estado financiero también distinguido como estado de ganancias y pérdidas que indica ordenada y detalladamente la manera de cómo se logró el resultado mediante un periodo establecido mostrando los ingresos alcanzados, los consumos en el momento en que se producen y como resultado, el beneficio pérdida que ha generado la institución en dicho

tiempo. Este estado otorga un enfoque general de cuál ha sido el procedimiento de la institución.

#### **2.47. Estado de Evolución del Patrimonio**

Estupiñan Gaitán (2012) señala:

*“Los cambios en el patrimonio neto de la empresa entre dos balances consecutivos reflejan el incremento o disminución de sus activos versus sus pasivos, es decir su riqueza a favor de los propietarios generada en un período contándose dentro de ellas los superávit o déficit por revaluación o por diferencias de cambio, los aumentos y retiros de capital, dividendos o participaciones decretadas, cambios en políticas contables, corrección de errores, partidas extraordinarias no operacionales.” (p.61)*

Se define como el Estado que proporciona la información de la cantidad de patrimonio neto que una empresa posee, este patrimonio varía durante el transcurso de un tiempo determinado debido a transacciones realizadas por los propietarios de la empresa. Este Estado es de mucha importancia para la empresa ya que le mantiene informada de los movimientos de su patrimonio en el año.

#### **2.48. Estado de Flujo de Efectivo**

Bravo Valdivieso (2013) sostiene: *“Este estado financiero se elabora al término de un ejercicio económico o periodo contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de una empresa” (p.198).*

Se sabe que es un estado de cuanta que manifiesta cuánto dinero conserva alguien después de los gastos, los intereses y el pago de capital. Es un estado financiero básico que avisa sobre las variaciones y movimientos de efectivo y sus equivalentes en un lapso de tiempo. Puede determinarse por semana, mes o diferente tiempo convenido. Indica el efectivo logrado y

manejado en los movimientos de trabajo de inversión. Debe establecerse el cambio en todas las partidas del Estado de Situación Inicial.

#### **2.49. Notas aclaratorias a los Estados Financieros**

Gaitón Estupiñan (2012) explica:

*“Las notas a los estados financieros, como componentes del conjunto completo de los estados financieros, representan información referente a las bases de preparación, políticas contables aplicadas, sobre desglose de partidas del balance, cambios en el patrimonio, cuentas de los resultados y los flujos de efectivo, así como de información relevante adicional que se requiera de los estados financieros.” (p.85)*

Estas notas son obligatorias y son parte del análisis de los estados financieros debido a que ayudan a transmitir cierta información que no se presenta en dichos estados, aclarando algunos movimientos y transacciones en dichas cuentas, siendo de mucha importancia puesto a que brindan una mejor interpretación de los Estados Financieros.

#### **2.50. Valor Actual Neto (VAN)**

Sapag Chain (2011) expresa: *“El valor actual neto (VAN) es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión” (p.300).*

Es una forma que nos ayuda a la valoración de una determinada cantidad de flujos de caja, este puede detallarse como la diferencia que se da entre el costo renovado de los cobros y la de los pagos realizados por una inversión. Provee de un método de la rentabilidad del proyecto desarrollado en el costo absoluto, este enuncia la desigualdad entre el costo renovado de las unidades financieras recogidas y abonadas.

### 2.51. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Izar Landeta (2013) afirma:

*“Es la tasa de interés a la cual la sumatoria del valor presente de todos los flujos de un proyecto da un valor a cero. Se denomina tasa interna porque sólo depende de los propios flujos del proyecto y no de las tasas de interés comerciales. La ecuación matemática para obtener la TIR está en función de la inversión inicial, los flujos netos del proyecto y el número de períodos.” (p.123)*

Es la tasa de rendimiento que se maneja en el cálculo de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones, esta se compara con una utilidad mínima que se deseaba ganar. Puede ser el promedio de los rendimientos que se pueden dar por hacer dicha inversión, calculando la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados.

### 2.52. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Gil Estallo (2010) dice:

*“Se puede definir como el tiempo que tarda en recuperarse el desembolso inicial. Si suponemos una inversión inicial (A) y unos flujos netos de cada ( $Q_1, Q_2, \dots, Q_n$ ) donde los flujos de caja son los cobros menos los pagos en cada momento del tiempo, el período de recuperación es el tiempo que se tarda en recuperar la inversión inicial (A) mediante la obtención de los diferentes flujos de caja netos posteriores.” (p.36)*

El periodo de la recuperación de la inversión es una técnica que la compañía utiliza para calcular sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo es estimado como un indicador que deduce la liquidez del proyecto, además el peligro que puede correr ayudándonos a prevenir los sucesos en corto tiempo. Es un proceso fácil de realizarlo, se suma los flujos futuros de cada año hasta que se cubra la inversión.

### 2.53. Relación Costo-Beneficio (CB)

Baca Urbina (2013) explica:

*“Una forma alternativa de evaluar económicamente un proyecto, es mediante el método costo-beneficio, el cual consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se van a obtener. Si se quiere que el método tenga una base sólida, tanto costos como beneficios deberían estar expresados en valor presente. No se trata entonces de sumar algebraicamente todos los costos por un lado, y beneficios del proyecto por otro lado, sin considerar el cambio del valor del dinero a través del tiempo.”*

Es un término financiero que evalúa la relación entre costos y beneficios en la inversión de un proyecto con el fin de evaluar o ayudar a evaluar su rentabilidad, presentado todos los ingresos y egresos de cada dinero que se designa en el proyecto. Deduciéndose como proyecto de inversión no solo a la realización de un nuevo negocio sino como inversiones que se realizan en la empresa en inversión de nuevos productos.

### 2.54. Punto de Equilibrio

Meza Orozco (2013) revela:

*“El punto de equilibrio se define como aquel punto o nivel de venta en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales y, por lo tanto no se genera ni utilidad ni pérdida contable en la operación. Es un mecanismo para determinar el punto en que las ventas cubrirán exactamente los costos totales. El punto de equilibrio es también conocido como relación Costo-Volumen-Utilidad, y hace énfasis en los diferentes factores que afectan la utilidad. El punto de equilibrio permite determinar el número mínimo de unidades que deben ser vendidas o el valor mínimo de las ventas para operar sin pérdidas.” (p.123)*

Se conoce como un concepto en las finanzas al nivel en el cual los costos son iguales a los gastos. Entendiéndose que la compañía, en su punto de equilibrio, no obtiene utilidad ni pérdida siendo un beneficio igual a cero. Al mejorar sus ventas la compañía comenzará a situarse por encima del punto de equilibrio y logrará utilidades objetivas.

## **2.55. Estructura Organizativa**

Gil Estallo (2010) dice:

*“No se trata solo de saber el número de niveles organizativos que tiene la empresa o el número de personas controladas por un solo jefe, sino de conocer sus partes, su forma de coordinarse y su coordinación con las otras partes de la empresa, sus diferentes flujos entre las distintas partes de la organización, los factores externos que la influyen y, por consiguiente, qué tipo de estructura organizativa predomina y si su funcionamiento es el correcto o esperado.” (p138)*

Es la manera en la que una empresa se va a gestionar, de tal manera que el compromiso y la autoridad están distribuidos y el método de trabajo son realizados entre cada uno de los que conforman la organización, refiriéndose al marco en el cual el grupo se organiza con el fin de plasmar las metas propuestas y lograr los objetivos anhelados.

## **2.56. Misión**

Gallardo Hernández (2012) expresa:

*“Razón de ser de la empresa u organización, que enuncia a que cliente sirve, que necesidades satisface y que tipos de productos o servicios ofrece, estableciendo en general los límites o alcance de sus actividades; en un propósito que crea compromisos e induce comportamientos.” (p.62)*

La Misión es la razón de ser una institución enfocándose en la acción que justifica lo que se está realizando, siendo un elemento vital en la estructuración estratégica porque a partir de ahí se efectúan los objetivos, mismos que dirigirán a la empresa, por lo tanto es indispensable que

los trabajadores sepan cuál es el concepto de la misión para engrandecer el negocio en el cual se encuentra dicha empresa, satisfaciendo las necesidades del cliente.

### **2.57. Visión**

Galindo Ruíz (2011) dice: *“Es el conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a dónde quiere llegar la organización en un futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativas”* (p.17).

Hace referencia a lo que la empresa planea alcanzar con el paso del tiempo, una perspectiva de lo que anhela que suceda. Su función es encaminar a la organización con el trabajo. Tiene que ser entendible indicando lo que planea lograr a futuro tomando en cuenta que pueden existir en las nuevas tecnologías y cambios en la sociedad en las necesidades.

### **2.58. Impacto Social**

Hogg, Hogg Graha, Vaughan, & Haro Morado (2010) sostiene: *“Efecto que otras personas tienen sobre nuestras actitudes y nuestra conducta, en general como consecuencia de factores como el tamaño del grupo y la inmediatez temporal y física”* (p.236).

Se define a las consecuencias que la intervención realizada genera sobre la sociedad en general. Es el resultado dejado en alguien después de cualquier acción, ya sea beneficioso o perjudicial para el usuario directo o indirecto en el proceso de la ejecución o en los resultados finales de esta intervención.

### **2.59. Impacto Ambiental**

Gómez Orea & Gómez Villarino (2013) explican:

*“El término impacto se aplica a la alteración que introduce una actividad humana en su “entorno”, interpretada en términos de “salud y bienestar humano” o, más genéricamente, de calidad de vida*

*de la población; por entorno se entiende la parte del medio ambiente (en término de espacio y de factores) afectada por la actividad o, más ampliamente, que interacciona con ella. Por tanto el impacto ambiental se origina en una acción humana." (p.155)*

Es el resultado que produce las acciones humanas en el medio ambiente directa o indirectamente, ya que estas siempre causan efectos colaterales alterando el equilibrio natural, este puede ser efectivo o nocivo causando daños perjudiciales en la salud de los seres vivos, como por ejemplo la contaminación del aire o la tala de los bosques, afectando el hábitat de los animales. No se puede medir los daños ambientales debido a que es un sistema complicado.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Presentación**

En el presente estudio se busca determinar el segmento al que se venderán los acabados a base de yeso para la decoración de interiores y calcular la viabilidad de mercado a través de la administración y uso de la información que permitan tomar decisiones acerca del tamaño del mercado para los acabados en cuanto a la población interesada en adquirir los mismos y el valor de mercado, que son los ingresos esperados por la participación en el mismo. Es importante volver a mencionar que se trata de una microempresa.

En el estudio de mercado es importante no solo centrar la atención sobre los potenciales clientes y la cantidad del producto que estos demandarán, sino que a su vez es fundamental analizar los mercados de proveedores, competidores y distribuidores. Por lo tanto para conocer toda la información que existe en el mercado se aplicará dos tipos diferentes de fuentes de información, las fuentes primarias, que consisten en encuestas, entrevistas y observación directa, generando información relevante para el estudio en cuestión. Y las fuentes secundarias, en las que se recopilará toda la información existente sobre el tema.

La presente investigación pretende conocer la aceptación en el mercado de la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra, para lo cual se realizará observaciones de campo, encuestas y se revisará información existente. Las conclusiones de este estudio servirán como antecedentes necesarios para los análisis técnicos, financieros y económicos del proyecto, así como el resultado del mismo determinará si el proyecto es factible.

## **3.2. Objetivos del Estudio de Mercado**

### **3.2.1. Objetivo General.**

Realizar un estudio de mercado que permita conocer la oferta y demanda existente de acabados a base de yeso en la ciudad de Ibarra, y medir el grado de aceptación que tendrán los mismos con el fin de cubrir la demanda insatisfecha.

### **3.2.2 Objetivos Específicos.**

1. Identificar el producto que se está ofertando.
2. Analizar la oferta de acabados a base de yeso existente en de la ciudad de Ibarra.
3. Determinar la demanda potencial a satisfacer del producto.
4. Establecer el precio de los acabados que se maneja actualmente en el mercado.
5. Identificar la manera de promocionar los acabados.

## **3.3. Variables**

1. Producto.
2. Oferta.
3. Demanda.
4. Precio.
5. Promoción.

## **3.4. Indicadores**

**Variable 1:** Producto

**Indicadores:**

Calidad

Innovación

Diseño

Variedad

Color

Materiales

Durabilidad

Dimensiones

Características

**Variable 2:** Oferta

**Indicadores:**

Lugares de venta

Tipos de acabados existentes

Locales comerciales dedicados a los acabados

Capacidad de producción

**Variable 3:** Demanda

**Indicadores:**

Demanda potencial

Nivel de compra

Capacidad adquisitiva

Lugar de preferencia para adquirir

Nivel de aceptación

**Variable 4:** Precio

**Indicadores:**

Precio de venta

Determinación del precio

**Variable 5:** Promoción**Indicadores:**

Venta directa y personal

Publicidad

Medios sociales

### 3.5. Matriz de Relación de Estudio de Mercado

**Tabla N° 8. Matriz de Relación de Estudio de Mercado**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	INFORMACIÓN
Identificar el producto que se está ofertando.	Producto.	Calidad Innovación Diseño Variedad Color Materiales Durabilidad Dimensiones Características	Ficha de Observación	Productores y comercializadores de acabados a base de yeso.
Analizar la oferta de acabados a base de yeso que existente en de la ciudad de Ibarra.	Oferta.	Lugares de venta Tipos de acabados existentes Locales comerciales dedicados a los acabados Capacidad de producción	Ficha de Observación	Productores y comercializadores de acabados a base de yeso.
Determinar la demanda potencial a satisfacer del producto.	Demanda.	Demanda potencial Nivel de compra Capacidad adquisitiva Lugar de preferencia para adquirir Nivel de aceptación	Encuesta	Dueños de casa del sector urbano de Ibarra.
Establecer el precio de los acabados que se maneja actualmente en el mercado.	Precio.	Precio de venta Determinación del precio	Encuesta y Ficha de Observación	Dueños de casa del sector urbano de Ibarra y a los productores y comercializadores de acabados a base de yeso.
Identificar la manera de promocionar los acabados.	Promoción	Venta directa y personal Publicidad Medios sociales	Encuesta	Dueños de casa del sector urbano de Ibarra.

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

### 3.6. Mecánica Operativa

#### 3.6.1. Identificación de la Población.

En el desarrollo del presente estudio de mercado para la creación de una microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores, se tomará como universo a los dueños de casa del sector urbano de las parroquias Caranqui, El Sagrario y San Francisco del cantón Ibarra, se tomó en cuenta estas 3 parroquias porque se considera que pueden adquirir los acabados puesto que su nivel de vida es media y alta según datos proporcionados por el Ilustre Municipio de Ibarra (IMI, 2015).

**Tabla N° 9. Dueños de casa del sector urbano de la ciudad de Ibarra**

<b>Total viviendas</b>	<b>Parroquias</b>	<b>Distribución</b>
	Caranqui	6.615
	Alpachaca	5.038
38.600	El Sagrario	14.352
	San Francisco	10.201
	El Priorato	2.394
<b>Total viviendas</b>		<b>38.600</b>

**Fuente:** Ilustre Municipio de Ibarra  
**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

*Segmentación de la población desde el punto de vista (NSE)*

Desde el punto de vista del Nivel Socio Económico (NSE) la población del Cantón Ibarra está compuesta de la siguiente manera:

**Tabla N° 10. Distribución de Nivel Socio Económico del Cantón Ibarra**

NSE	Porcentaje
Alto	15%
Medio	37%
Bajo	48%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC 2010  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Tabla N° 11. Población Investigada**

Total Población	Parroquias	Nro. de Viviendas	Alto 15%	Medio 37%	Bajo 48%	Total Población
	Caranqui	6.615	992	2.448	3.175	6.615
31.168	El Sagrario	14.352	1.530	3.774	4.896	14.352
	San Francisco	10.201	2.153	5.310	6.889	10.201
<b>Total</b>			<b>4.675</b>	<b>11.532</b>	<b>14.961</b>	<b>31.168</b>

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

Este criterio de estructuración de la población se consideró en vista de que los acabados para la decoración de interiores, por no ser un producto de primera necesidad está dirigido al NSE alto y medio, por lo tanto la población objeto de estudio de mercado es la de NSE alto (4.675) y NSE medio (11.532) dando un total de 16.207 viviendas.

### 3.6.2. Determinación de la Muestra.

Para el presente estudio, la población o universo a considerar fueron los dueños de casa de las parroquias Caranqui, El Sagrario y San Francisco de la ciudad de Ibarra.

La fórmula para la determinación del tamaño es la siguiente:

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

#### Dónde:

**n**= Tamaño de la muestra

**N**= Tamaño de la población → 16.207

**p** = Valor de éxito → 50% = 0,5

**q**= Valor de fracaso → 50% = 0,5

**Z** = Z crítico o tipificado → 1,96

**Nc**= Nivel de confianza → 95%

**e**= Nivel de error → 5% = 0,05

**N-1** = Es una corrección que se usa para muestras mayores de 30

Aplicando la fórmula el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{(16.207)(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(0,05)^2(16.207 - 1) + (0,5)(0,5)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{(16.207)(0,5)(0,5)(3,8416)}{(0,0025)(16.207 - 1) + (0,5)(0,5)(3,8416)}$$

$$n = \frac{15.565,2028}{40,52 + 0,9604}$$

$$n = \frac{15.565,2028}{41.4804}$$

**n = 375 encuestas**

**Tabla N° 12. Número de encuestas a realizar en cada parroquia**

<b>Parroquias</b>	<b>Nro. de Viviendas</b>	<b>Porcentaje %</b>	<b>Total de Encuestas</b>
Caranqui	6.615	21,22%	79
El Sagrario	14.352	46,05%	173
San Francisco	10.201	32,73%	123
<b>Total</b>	<b>31.168</b>	<b>100%</b>	<b>375</b>

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

### **3.7. Diseño de Instrumentos de Investigación**

#### **3.7.1. Información Primaria.**

##### ***Encuesta***

La encuesta será dirigida a los dueños de casa del sector urbano de las parroquias Caranqui, El Sagrario y San Francisco y se aplicará para verificar la factibilidad de la creación de una microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Con el fin de determinar la demanda potencial, la forma y la disponibilidad del producto existente en el mercado, así como el nivel de aceptación. También obtendremos datos más reales y con estos se podrá generar un resultado más eficiente y certero sobre si conviene o no que esta microempresa entre en funcionamiento.

##### ***Observación***

La observación se realizará en lugares de producción y comercialización de acabados a base de yeso que es la competencia directa de la microempresa, con el fin de identificar a los principales oferentes de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra.

### **3.8. Tabulación y Análisis de la Información**

#### **3.8.1. Resultado de las encuestas dirigidas a los dueños de cada de la ciudad de Ibarra**

**Objetivo:** Verificar la factibilidad de poner en marcha la microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

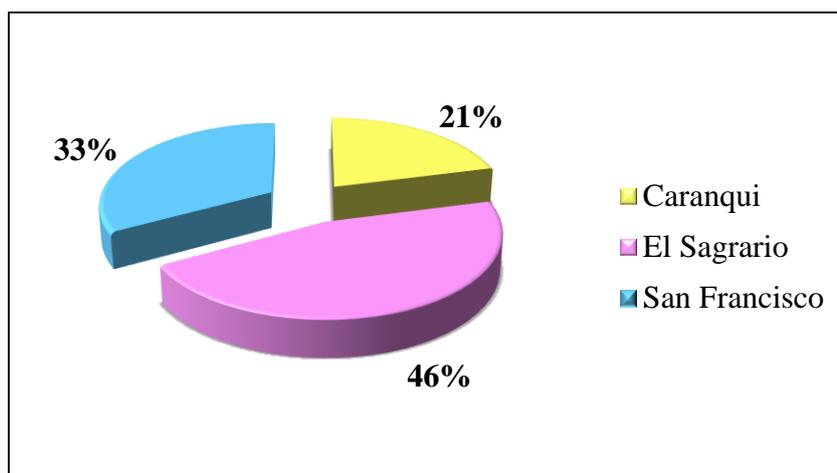
## 1. ¿Lugar de residencia de la persona encuestada?

**Tabla N° 13. Residencia**

Alternativa	Frecuencia	%
Caranqui	79	21%
El Sagrario	173	46%
San Francisco	123	33%
Total	375	100%

Fuente: Encuestas realizadas  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2015

**Gráfico N° 5. Residencia**



Fuente: Encuestas realizadas  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2015

### Análisis:

La parroquia donde hay mayor número de propietarios con un 46% es El Sagrario, sector donde estratégicamente se ubicará la microempresa, en un sector urbano para mayor cercanía de nuestros consumidores potenciales.

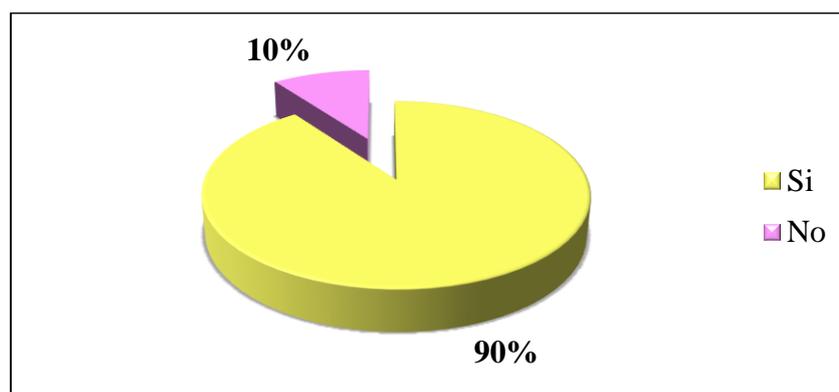
2. ¿Si usted hace alguna reforma en su vivienda, le gustaría contar con una microempresa donde encuentre todo lo que se necesita para los acabados?

**Tabla N° 14. Necesidad de adquirir acabados**

Alternativa	Frecuencia	%
Si	338	90%
No	37	10%
Total	375	100%

Fuente: Encuestas realizadas  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2015

**Gráfico N° 6. Necesidad de adquirir acabados**



Fuente: Encuestas realizadas  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2015

### **Análisis:**

El resultado que se obtuvo indica que la microempresa tiene un gran porcentaje de aceptación, puesto que a las personas si les gustaría contar con un lugar donde encuentren todo lo que se necesita para los acabados al hacer alguna obra en su vivienda. Esto quiere decir que los clientes potenciales muestran interés en la necesidad de adquirir acabados, de acuerdo al resultado obtenido podemos ver que existe un mínimo porcentaje que no les gustaría, debido a que no lo necesitan.

### 3. ¿Usted compraría acabados a base de yeso para proyectos de construcción?

**Tabla N° 15. Compra acabados para construcción**

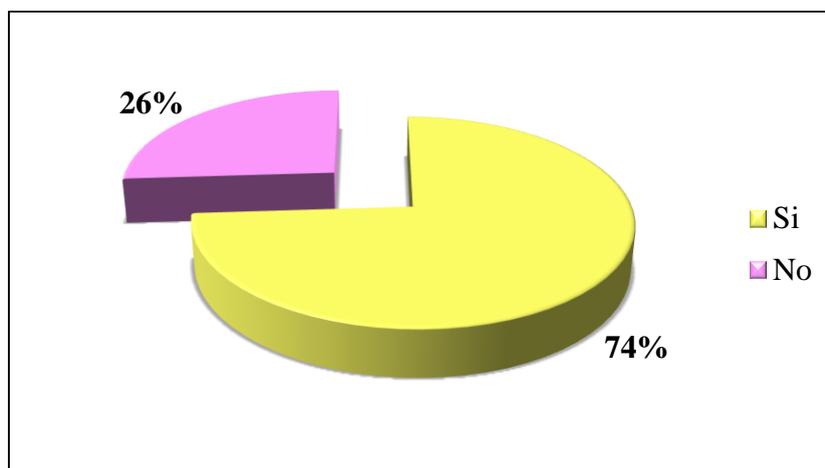
Alternativa	Frecuencia	%
Si	278	74%
No	97	26%
Total	375	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Gráfico N° 7. Compra acabados para construcción**



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: La autora

Año: 2015

#### **Análisis:**

Esta pregunta es de gran importancia, ya que es indispensable para el proyecto saber el nivel de aceptación del producto en la ciudad de Ibarra, después de haber aplicado la encuesta se ha logrado obtener un resultado positivo ya que un gran porcentaje de las personas encuestadas si les gustaría adquirir acabados a base de yeso por ser un producto para decoraciones, de acuerdo al cuadro podemos ver que existe un mínimo porcentaje que no les gustaría, debido a que sus viviendas ya están satisfactoriamente acabadas.

#### 4. ¿De qué forma le gustaría obtener los acabados a base de yeso para la construcción?

**Tabla N° 16. Forma de Adquisición**

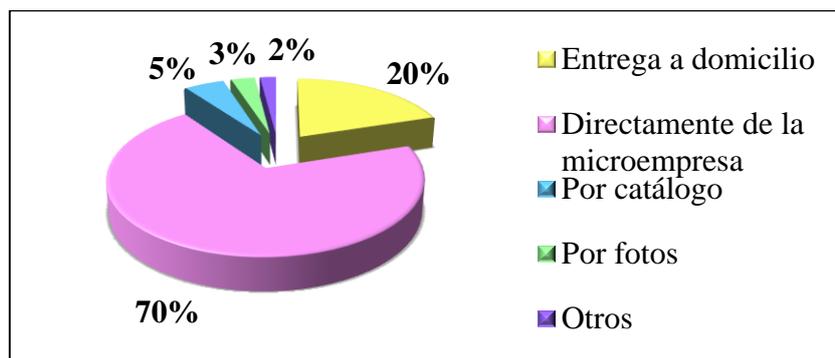
Alternativa	Frecuencia	%
Entrega a domicilio	74	20%
Directamente de la microempresa	263	70%
Por catálogo	18	5%
Por fotos	12	3%
Otros	8	2%
Total	375	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Gráfico N° 8. Forma de Adquisición**



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: La autora

Año: 2015

#### **Análisis:**

En relación a la pregunta las personas manifiestan que les gustaría obtener los servicios por otros medios, como por medio de fotos, por medio de un catálogo, por medio de visitas a su domicilio y a la mayoría le gustaría obtener los acabados a base de yeso directamente yendo a la microempresa para ver en vivo los trabajos que se están ofreciendo, palpar la calidad y ver como realmente va a quedar en su vivienda, por ello se tendrá que establecer un lugar de inicio para la microempresa y de este modo empezar a vender los productos.

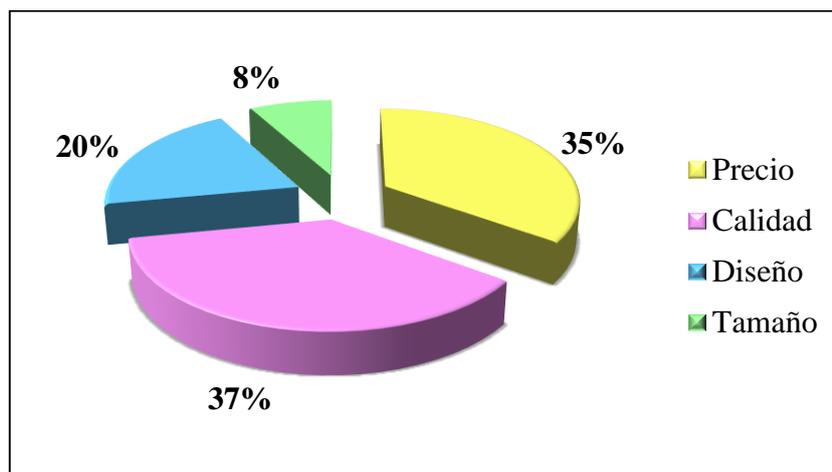
## 5. ¿A que le daría preferencia usted al momento de comprar un acabado a base de yeso?

**Tabla N° 17. Preferencia de compra**

Alternativa	Frecuencia	%
Precio	131	35%
Calidad	140	37%
Diseño	74	20%
Tamaño	30	8%
Total	375	100%

Fuente: Encuestas realizadas  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2015

**Gráfico N° 9. Preferencia de compra**



Fuente: Encuestas realizadas  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2015

### Análisis:

El análisis porcentual indica que las variables señaladas por el encuestado con mayor acogida son la calidad y el precio con una diferencia mínima, las personas señalan también el diseño, siendo el tamaño la variable que poco observan las personas antes de adquirir un acabado.

## 6. ¿Cuál sería su frecuencia de compra con respecto a los acabados a base de yeso?

**Tabla N° 18. Frecuencia de compra**

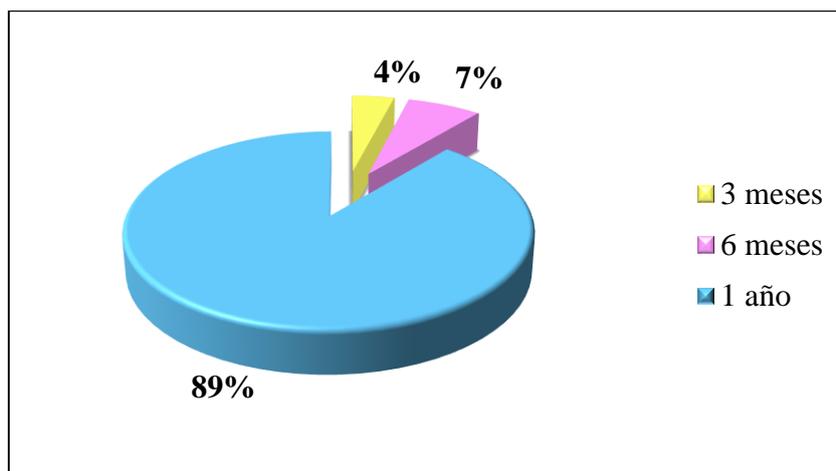
Alternativa	Frecuencia	%
3 meses	15	4%
6 meses	26	7%
1 año	334	89%
Total	375	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Gráfico N° 10. Frecuencia de compra**



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: La autora

Año: 2015

### Análisis:

Del estudio realizado a los posibles clientes en la ciudad de Ibarra se obtiene que el porcentaje mayor de encuestados preferirían adquirir acabados al año debido a que no se realizan reformas continuas en sus viviendas, seguido de un porcentaje mínimo que señalan que comprarían cada seis meses y por último cada tres meses.

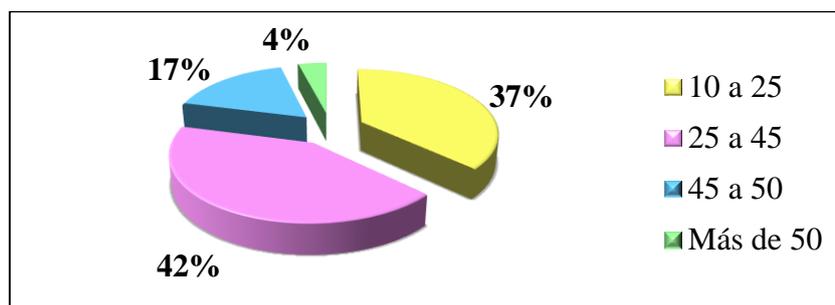
**7. ¿Al momento de adquirir acabados que valor está dispuesto a invertir en promedio por proyecto de construcción?**

**Tabla N° 19. Acabado tipo rosetón - valor dispuesto a invertir**

Alternativa	Frecuencia	%
10 a 25	139	37%
25 a 45	157	42%
45 a 50	64	17%
Más de 50	15	4%
Total	375	100%

Fuente: Encuestas realizadas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2015

**Gráfico N° 11. Acabado tipo rosetón - valor dispuesto a invertir**



Fuente: Encuestas realizadas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2015

**Análisis:**

Se ha aplicado esta pregunta con el objetivo de determinar la capacidad y disponibilidad de pago que van a tener los acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra. Del análisis realizado se obtiene que la mayor parte de personas están dispuestas a pagar de 25 a 45 dólares por un acabado tipo rosetón, seguido por otro grupo que está dispuesto a pagar de 10 a 25 dólares, el siguiente de 45 a 50 dólares, mientras que el último grupo pero no menos importante estaría dispuesto a pagar más de 50 dólares.

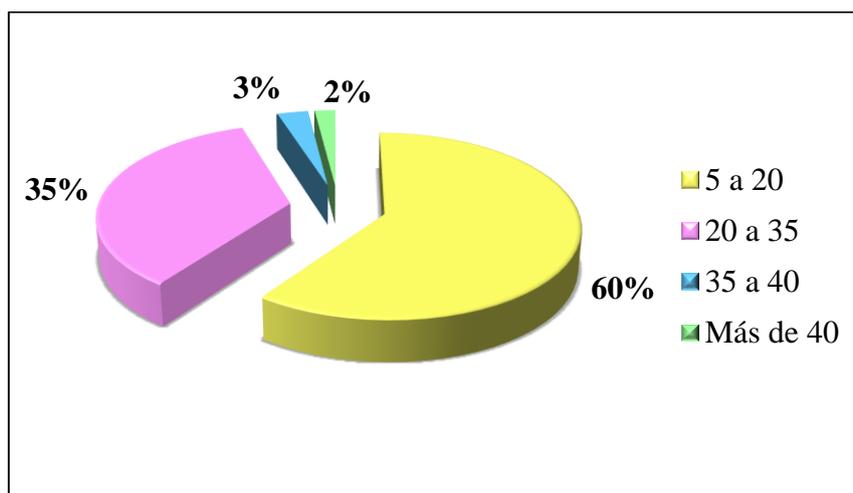
**Tabla N° 20. Cornisas (metro lineal) - valor dispuesto a invertir**

Alternativa	Frecuencia	%
5 a 20	226	60%
20 a 35	130	35%
35 a 40	12	3%
Más de 40	7	2%
Total	375	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Gráfico N° 12. Cornisas (metro lineal) - valor dispuesto a invertir**

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Análisis:**

Del análisis realizado se obtiene que la mayor parte de personas están dispuestas a pagar de 5 a 20 dólares por un acabado de cornisa (metro lineal), seguido por otro grupo que está dispuesto a pagar de 20 a 35 dólares, el siguiente de 35 a 40 dólares, mientras que el último grupo pero no menos importante estaría dispuesto a pagar más de 40 dólares.

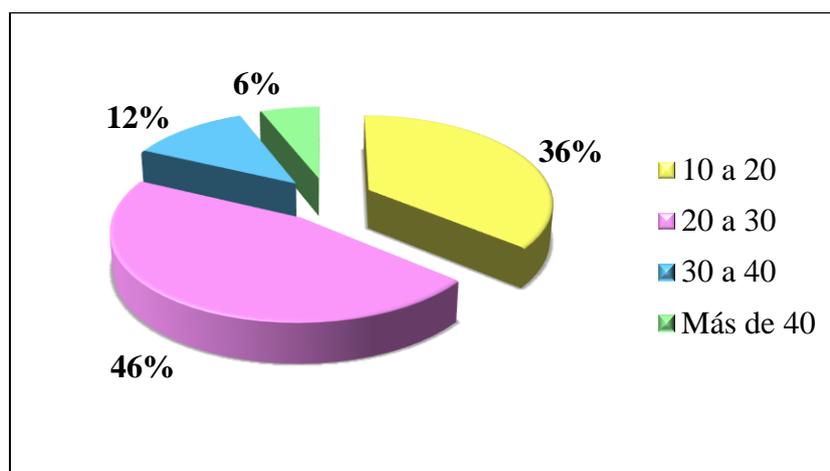
**Tabla N° 21. Marcos para espejos - valor dispuesto a invertir**

Alternativa	Frecuencia	%
10 a 20	173	46%
20 a 30	134	36%
30 a 40	45	12%
Más de 40	23	6%
Total	375	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Gráfico N° 13. Diseños varios - valor dispuesto a invertir**

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: La autora

Año: 2015

### Análisis:

Del análisis realizado se obtiene que la mayor parte de personas están dispuestas a pagar de 10 a 20 dólares por marcos para espejos, seguido por otro grupo que está dispuesto a pagar de 20 a 30 dólares, el siguiente de 30 a 40 dólares, mientras que el último grupo pero no menos importante estaría dispuesto a pagar más de 40 dólares.

## 8. ¿Qué medios le parecen adecuados para dar a conocer este tipo de microempresa?

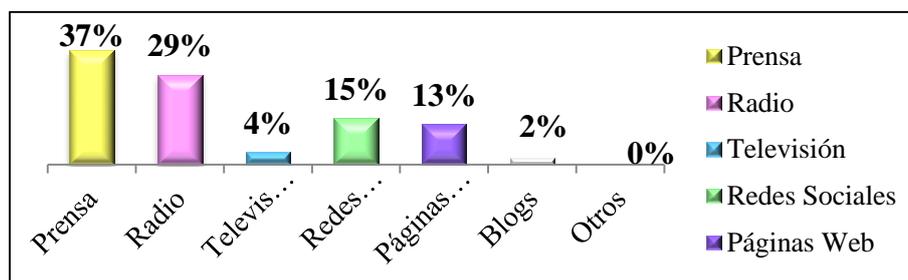
**Tabla N° 22. Medios para conocer la microempresa**

Alternativa	Frecuencia	%
Prensa	138	37%
Radio	109	29%
Televisión	15	4%
Redes Sociales	56	15%
Páginas Web	49	13%
Blogs	8	2%
Otros	0	0%
Total	375	100%

Fuente: Encuestas realizadas  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Gráfico N° 14. Medios para conocer la microempresa**



Fuente: Encuestas realizadas  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

### Análisis:

Según las opiniones del grupo de encuestados, se puede apreciar en el presente cuadro su intervención acerca del medio más apropiado para dar a conocer este tipo de microempresa. Los medios de mayor votación son la prensa y las redes sociales, seguido de las páginas web y la radio, en un menor porcentaje la televisión y blogs. Esta información es de gran utilidad para la microempresa ya que de acuerdo a las opiniones expresadas en esta variable de estudio se podrán diseñar estrategias de comunicación en torno a estas alternativas de publicidad.

### 3.8.2. Observación Directa y visita a locales comerciales de producción y comercialización de acabados a base de yeso.

**Tabla N° 23. Ficha de Observación (Cielos Rasos)**

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE				
<b>Empresa evaluada:</b> Cielos Rasos			<b>Evaluador(a):</b> Andrea Ortiz	
<b>Dirección:</b> Juan de Salinas 10-22 y Liborio Madera			<b>Fecha:</b> Lunes, 19 de enero de 2015	

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular
<b>Calidad</b>			X	
<b>Innovación</b>			X	
<b>Diseño</b>			X	

<b>Colores:</b>	Todo tipo de colores, blanco es el más común
<b>Materiales:</b>	Yeso, cemento, carrizo y cabuya
<b>Durabilidad:</b>	Más de 20 años.

Tipos de acabados	Dimensiones	Precio
<b>Rosetones</b>	Todo tamaño	\$25 - 45 - 50
<b>Cornisas</b>	Metro lineal (angostas y anchas)	\$ 10 - 14 a 40
<b>Nichos</b>	Todo tamaño	\$20 - 30
<b>Cielos rasos</b>	Metro cuadrado (3 planchas)	\$20
	1,20 x 60 cm	\$14
<b>Columnas</b>	No fabrica	

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2015

Tabla N° 24. Ficha de Observación (DecorArte's)

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Empresa evaluada: DecorArte's

Evaluador(a): Andrea Ortiz

Dirección: Colón 4-94 y Rocafuerte Esquina

Fecha: Lunes, 04 de mayo de 2015

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular
<b>Calidad</b>				X
<b>Innovación</b>			X	
<b>Diseño</b>			X	

<b>Colores:</b>	Blanco, plata, bronce
<b>Materiales:</b>	Yeso y pintura.
<b>Durabilidad:</b>	De 6 años en adelante.

Tipos de acabados	Dimensiones	Precio
<b>Rosetones</b>	Todo tamaño	\$10 hasta 240
<b>Cornisas</b>	2,40 de largo	\$ 4,80
<b>Nichos</b>	Todo tamaño	\$20 - 30
<b>Cielos rasos</b>	No fabrica	
<b>Columnas</b>	El metro	\$60 - 80 - 120

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

Tabla N° 25. Ficha de Observación (Decoraciones Narváez)

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****Empresa evaluada:** Decoraciones NARVÁEZ**Dirección:** Bartolomé García 3-70 y Teodoro Gómez**Evaluador(a):** Andrea Ortiz**Fecha:** Lunes, 04 de mayo de 2015

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular
<b>Calidad</b>		X		
<b>Innovación</b>		X		
<b>Diseño</b>		X		

<b>Colores:</b>	Blanco.
<b>Materiales:</b>	Yeso.
<b>Durabilidad:</b>	Más de 10 años.

Tipos de acabados	Dimensiones	Precio
<b>Rosetones</b>	Todo tamaño	\$20 a 40
<b>Cornisas</b>	Metro lineal	\$ 6 a 30
<b>Nichos</b>	No fabrica	
<b>Cielos rasos</b>	Metro	\$30
<b>Columnas</b>	El metro	\$50 a 150

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Tabla N° 26. Ficha de Observación (El Mundo del Yeso)

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**Empresa evaluada:** El Mundo del Yeso**Evaluador(a):** Andrea Ortiz**Dirección:** Av. Cristóbal de Troya, Redondel de Ajaví**Fecha:** Lunes, 04 de mayo de 2015

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular
<b>Calidad</b>			X	
<b>Innovación</b>			X	
<b>Diseño</b>			X	

<b>Colores:</b>	Blanco y cualquier color que pida el cliente.
<b>Materiales:</b>	Yeso, taladro, tornillos, cinta maya y romeral chileno.
<b>Durabilidad:</b>	Más de 10 años.

Tipos de acabados	Dimensiones	Precio
<b>Rosetones</b>	Todo tamaño	\$20 - 25 - 30
<b>Cornisas</b>	Metro lineal (delgadas y gruesas)	\$ 6 a 10
<b>Nichos</b>	No fabrica	
<b>Cielos rasos</b>	Metro	\$20
<b>Columnas</b>	No fabrica	

**Fuente:** Investigación Directa**Elaborado por:** La autora**Año:** 2015

### 3.9. Identificación del Producto

La finalidad de la microempresa es la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores, con el objetivo de brindar a los consumidores acabados que otorguen al ambiente un toque de distinción, y a la vez, sirvan para disimular defectos, o crear efectos visuales. Los acabados a base de yeso proporcionan la misma función de decoración y a precios más económicos, estos no requieren de herramientas especiales para su colocación.

Sus diseños con figuras le permitirán dar un toque de estilo y elegancia a sus espacios arquitectónicos. Sólo tiene que pegarlos a la pared y al techo, son un buen aislante del sonido y del fuego. Estos acabados a base de yeso pueden ser pintados a gusto y preferencia del consumidor.

### 3.10. Mercado Meta

Luego de haber obtenido y analizado la información se puede afirmar que el mercado meta al cual se pretende introducir los acabados a base de yeso son los dueños de casa que poseen capacidad económica media y alta de las parroquias Caranqui, El Sagrario y San Francisco del sector urbano de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

**Tabla N° 27. División del Mercado Meta**

<b>Parroquias</b>	<b>Total Población</b>	<b>Nro. de Viviendas</b>	<b>Alto 15%</b>	<b>Medio 37%</b>	<b>Total Mercado Meta</b>
Caranqui		6.615	992	2.448	3.440
El Sagrario	31.168	14.352	1.530	3.774	5.304
San Francisco		10.201	2.153	5.310	7.463
<b>Total Mercado Meta</b>					<b>16.207</b>

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

### **3.11. Segmento de Mercado**

Los dueños de casa de las parroquias Caranqui, El Sagrario y San Francisco de la ciudad de Ibarra son el mercado meta al cual el presente estudio se enfoca, siendo un total de 16.207 dueños de casa que comprenden las tres parroquias del sector urbano de la ciudad.

### **3.12. Análisis de la Demanda**

La demanda se basa en datos encontrados por la encuesta realizada a los futuros clientes de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, además también contamos con la información estadística que proporciona el Ilustre Municipio de Ibarra.

Para establecer la demanda del presente estudio se ha tomado en cuenta a los posibles clientes y compradores que son los dueños de casa del sector urbano de la ciudad de Ibarra, en donde se determinó a través de las encuestas efectuadas el nivel económico de compra que ellos tienen, teniendo en cuenta a la competencia y sus estrategias, con el objeto de estar un paso delante de la misma.

#### **3.12.1. Identificación de la demanda actual.**

Para determinar la demanda actual se tomó como referencia la investigación de campo realizada en la ciudad de Ibarra, especialmente en la pregunta N° 3, se determina que el 74% de la población encuestada le gustaría adquirir acabados a base de yeso relacionando con la pregunta N° 6 que indica la frecuencia de compra de acabados; se puede realizar el siguiente cuadro del comportamiento de la demanda actual:



$$D_n = D_0(1 + i)^n$$

$$D_n = 14.172 (1 + 0,0485)^1$$

$$D_n = 14.859$$

**Tabla N° 29. Demanda futura de acabados a base de yeso**

<b>Año</b>	<b>Demanda Proyectada</b>
2016	14.172
2017	14.859
2018	15.580
2019	16.336
2020	17.128

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

En el cuadro anterior, por medio de una investigación directa, realizada en el Ilustre Municipio de Ibarra, la demanda futura del primer año se puede identificar claramente, que para el primer año proyectado es de 14.172 posibles clientes con un incremento del 4,85% anual.

### **3.13. Análisis de la Oferta**

Para medir la oferta de los acabados a base de yeso utilizó dos técnicas: la observación y la entrevista a los 5 productores y comercializadores de acabados a base de yeso que existen en Ibarra.

### 3.13.1. Identificación de la oferta actual.

De acuerdo a los datos proporcionados por los productores y comercializadores de acabados a base de yeso de la ciudad de Ibarra, se pudo establecer la frecuencia de venta de los acabados que van a ser ofertados en el presente proyecto.

**Tabla N° 30. Oferta actual de acabados a base de yeso**

Total de locales comerciales de acabados de yeso usados con fines decorativos	Tipo de Acabados	Cantidad de Ventas Mensuales	Total Anual de la oferta de Acabados
5	Cornisas metro lineal	60	720
	Rosetones metro cuadrado	4	48
	Diseños Varios	2	24
	<b>Total</b>		<b>792</b>

Fuente: Entrevista a expertos

Elaborado por: La autora

Año: 2015

$$792 * 5 \text{ locales} = 3.960$$

Para realizar la proyección total de la oferta en la ciudad de Ibarra se ha multiplicado los 792 acabados por las 5 empresas que funcionan legalmente en la ciudad; dando un total de oferta de 3.960 acabados, referenciando este crecimiento con un porcentaje del 4,85% que representa la tasa de crecimiento habitacional del año 2015, dato que se está tomando como base para proyectar años futuros.

### 3.13.2. Proyección de la oferta

$$D_n = D_0 (1 + i)^n$$

**Dónde:****D<sub>n</sub>** = Demanda Futura**D<sub>o</sub>** = Demanda determinada en el comportamiento de la demanda (total)**i** = Tasa de crecimiento 4,85%**n** = Año Proyectado 1 Año

$$\mathbf{D_n} = \mathbf{D_o(1 + i)^n}$$

$$\mathbf{D_n} = 3.960 (1 + 0,0485)^1$$

$$\mathbf{D_n} = 4.152$$

**Tabla N° 31. Proyección de la oferta**

<b>Años</b>	<b>Oferta proyectada</b>
2016	3.960
2017	4.152
2018	4.353
2019	4.565
2020	4.786

**Fuente:** Entrevista expertos  
**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

### 3.14. Demanda Potencial a Satisfacer

**Demanda Potencial a Satisfacer** = Demanda - Oferta

**Tabla N° 32. Balance entre Oferta y Demanda**

<b>Año</b>	<b>Total Demanda</b>	<b>Total Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Demanda a Cubrir</b>
2016	14.172	3.960	10.212	5.184
2017	14.859	4.152	10.707	5.435
2018	15.580	4.353	11.227	5.699
2019	16.336	4.565	11.771	5.975
2020	17.128	4.786	12.342	6.265

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Para establecer la demanda insatisfecha que se puede cubrir, se consideró el número de acabados que se pueden producir en un día y con ello el número de personas con que se requiere contar, de acuerdo al análisis se puede cubrir con el 50,76% de la demanda insatisfecha.

### 3.15. Análisis de Precios

#### 3.15.1. Proyección de precios.

El precio se fijó en base a la competencia y al análisis de costos y gastos operativos, la proyección de los precios de los siguientes años se realizó utilizando un incremento del 3,67% tasa de inflación al 31 de diciembre de 2014 obtenida de la página del Banco Central del Ecuador.

**Tabla N° 33. Proyección de precios**

<b>Producto</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Cornisa metro lineal, ancho 8 cm	8,00	8,29	8,60	8,91	9,24
Cornisa metro lineal, ancho 10 cm	8,00	8,29	8,60	8,91	9,24
Cornisa metro lineal, ancho 12 cm	10,00	10,37	10,75	11,14	11,55
Cornisa metro lineal, ancho 14 cm	12,00	12,44	12,90	13,37	13,86
Rosetón de 40 cm de diámetro	25,00	25,92	26,87	27,85	28,88
Rosetón de 70 cm de diámetro	45,00	46,65	48,36	50,14	51,98
Marco 40 cm ancho x 54 cm largo	15,00	15,55	16,12	16,71	17,33
Marco 40 cm ancho x 64 cm largo	18,00	18,66	19,35	20,06	20,79

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

### **3.16. Comercialización del producto.**

Los clientes se acercarán a la microempresa para observar los diferentes diseños, mediante exposiciones de los diferentes diseños en el mismo local, este producto está destinado para los propietarios o dueños de casa de las viviendas de la ciudad de Ibarra. Una de las alternativas más eficaces para ganar mercado son las estrategias de comercialización que se pretende establecer para el proyecto, los cuales son los medios de comunicación por radio y redes sociales, a través de los cuales se pretende cumplir con los objetivos de mercadotecnia, también conseguir una ventaja sobre los competidores y atraer a los compradores.

### **3.17. Marketing Mix**

#### **3.17.1. Estrategias del producto.**

- ✓ Ofrecer a nuestros consumidores potenciales un producto de calidad, con materia prima de calidad, que se diferencie de la competencia.

- ✓ Lanzar un nuevo producto, por ejemplo los marcos para espejos a base de yeso que ofrecerá la microempresa no existen en ningún otro lugar según la observación directa que se realizó a la competencia.
- ✓ Adicionar a nuestros productos servicios complementarios, por ejemplo el asesoramiento de cómo colocar los acabados en paredes y techos, debido a que estos no requieren de herramientas especiales para su colocación.
- ✓ Satisfacer las necesidades y deseos del cliente, si desea con color los acabados se entregarán pintados a gusto y preferencia del consumidor.
- ✓ Se entregará en la fecha y hora exacta convenida con el cliente, para lograr su satisfacción total.

### **3.17.2. Estrategias del precio.**

- ✓ Lanzar al mercado el nuevo producto como son los marcos para espejos a base de yeso a un precio asequible, con el fin de aprovechar las compras hechas como un producto novedoso.
- ✓ Ofrecer descuentos por volumen de compra.
- ✓ Realizar convenios con los proveedores a fin de obtener precios preferenciales.
- ✓ Los precios tendrán un incremento del 3,67% anual en base a la inflación.

### **3.17.3. Estrategias de la plaza (distribución).**

- ✓ Crear una página en la red social más conocida que es Facebook para la compra online de nuestros productos.
- ✓ A través de llamadas telefónicas ofrecer o vender nuestros acabados.
- ✓ La microempresa estará ubicada estratégicamente en un sector urbano, para mayor cercanía de nuestros consumidores potenciales.

- ✓ Señalar las vías de acceso a la microempresa.
- ✓ Tener siempre disponible en las redes sociales un mapa de ubicación.

#### **3.17.4. Estrategias de la promoción (comunicación).**

- ✓ Brindar descuentos especiales por determinado monto de compra.
- ✓ Crear un sorteo o concurso entre nuestros clientes.
- ✓ Anunciar en los medios más votados que fueron la radio y redes sociales acerca de nuestros productos y promociones.
- ✓ Repartir tarjetas de presentación.
- ✓ Participar activamente en la radio y redes sociales en las que se encuentre nuestro público objetivo.

#### **3.18. Conclusiones del Estudio**

Una vez finalizada la aplicación de los instrumentos para recolección de la información, se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

Como resultado de las encuestas dirigidas a los dueños de casa de las parroquias Caranqui, El Sagrario y San Francisco se determinó que un 74% de un total de 16.207 viviendas estarían dispuestos a adquirir los acabados lo cual nos garantiza la factibilidad del presente estudio.

En relación al precio de los acabados, se considera la información que se detalla en la pregunta N° 7 de la encuesta, esto indica que el valor que están dispuestos a invertir por la compra de acabados tipo rosetón con un 42% mayoritario va en un rango de 25 a 45 dólares, cornisas en un 60% de 10 a 20 dólares y marcos para espejos en un 46% de 10 a 20 dólares. Los precios se fijaron en base a la competencia y al análisis de costos y gastos operativos.

Respecto a la proyección de la demanda y oferta se tomó como base la tasa obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) que nos dice que hubo un crecimiento habitacional del 4.85% en la ciudad de Ibarra para el año 2015.

Del estudio desarrollado se concluye que la demanda insatisfecha es de 10.212 viviendas y para saber el porcentaje que se va a cubrir se realizó un análisis de los acabados que se pueden producir en un día, de acuerdo a la ingeniería del proyecto, disponibilidad de capital, disponibilidad de materia prima y la disponibilidad de personas con que se requiere contar, se determinó que se cubrirá 5.184 viviendas, es decir, un 50,76% de la demanda insatisfecha.

Este estudio permitió diseñar un plan de marketing con el fin de dar a conocer el nuevo producto, para lograr mayor participación en el mercado mejorando de esta manera las ventas.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Presentación**

El presente estudio se basa en los resultados del estudio de mercado, busca precisar el proceso de producción óptima de los acabados a base de yeso, para así identificar el equipo de producción, las instalaciones necesarias para el proyecto, la distribución de la planta, herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto, mano de obra, recursos materiales, el tamaño óptimo del lugar de producción, localización más favorable, los costos de inversión y de operación, así como el capital de trabajo que se necesita.

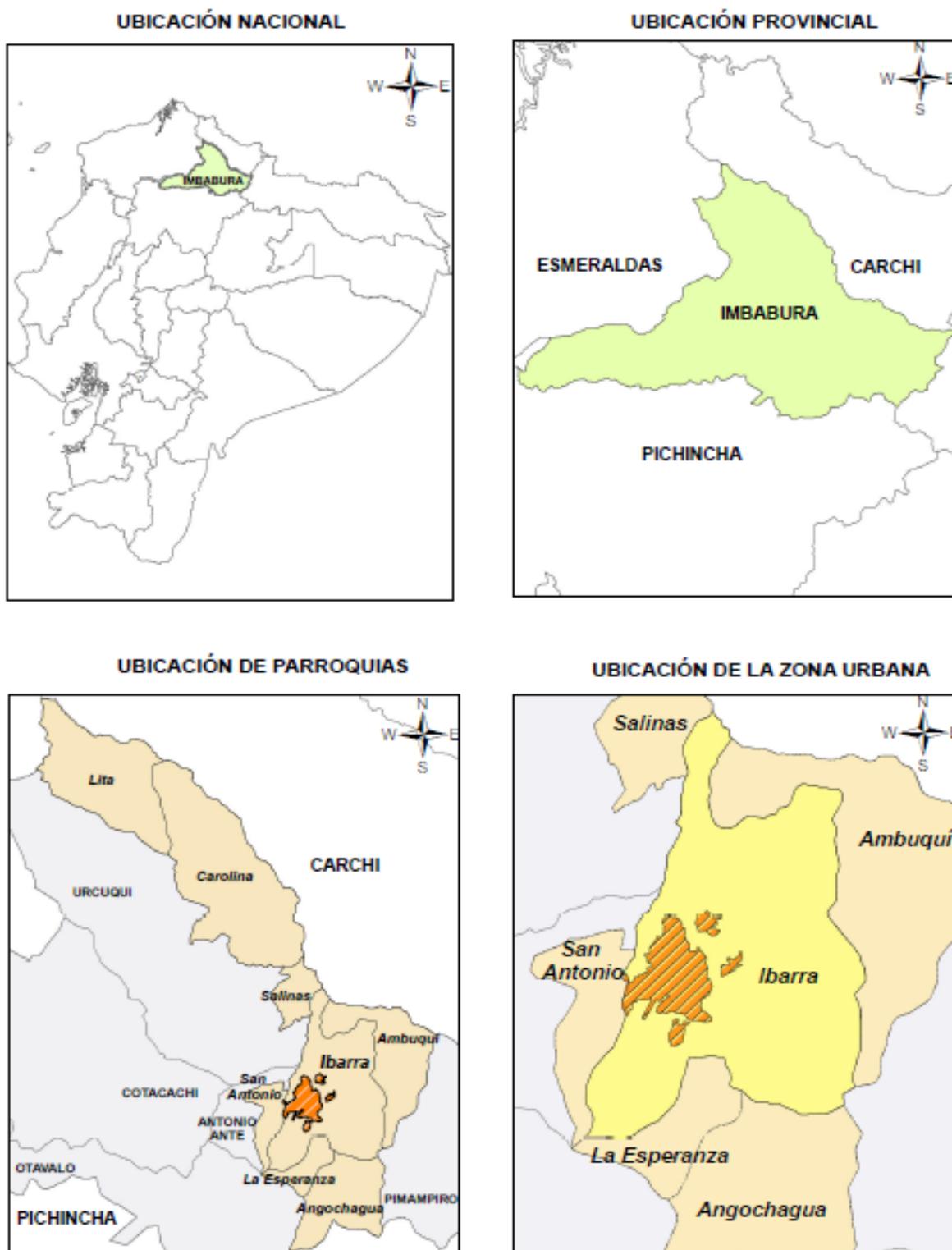
Para que el presente proyecto sea viable técnicamente los acabados a base de yeso deberán ser producidos y comercializados con los materiales disponibles y asequibles, en la cantidad y calidad proyectada en la localización seleccionada a un costo competitivo.

#### **4.2. Localización del Proyecto**

##### **4.2.1. Macro Localización.**

La microempresa de acabados a base de yeso se encontrará ubicada en la Región Sierra Norte del Ecuador, en la I Región Norte, en la provincia de Imbabura, en el cantón Ibarra, en una zona urbana, en la parroquia El Sagrario. Los límites del cantón Ibarra son; al norte: provincia del Carchi, al oeste: cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, este: cantón Pimampiro, sur: provincia de Pichincha. Su altitud es de 2.225m sobre el nivel del mar, cuenta con una población de 181.175 habitantes.

Gráfico N° 15. Macro localización del proyecto, ciudad de Ibarra

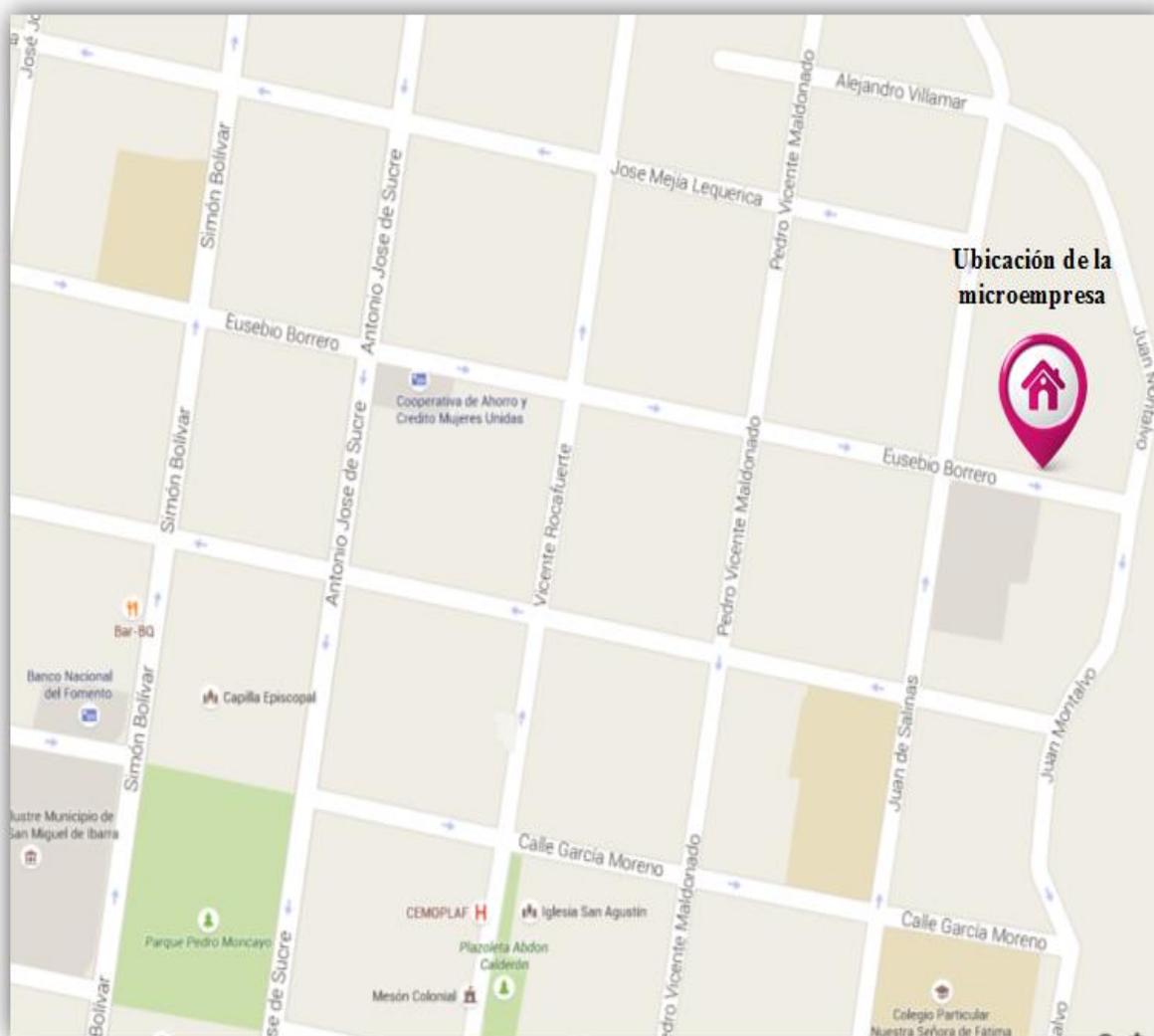


Fuente: Secretaría Nacional de Planificación, SENPLADES  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2015

#### 4.2.2. Micro Localización.

La ubicación de la microempresa de acabados a base de yeso será en un local de arriendo, en la zona urbana del cantón Ibarra en la parroquia El Sagrario, que comprende las calles Eusebio Borrero 1-24 y Juan de Salinas.

**Gráfico N° 16. Croquis de Micro localización**



**Fuente:** Google Maps  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2015

### 4.2.3. Matriz de factores.

La matriz de factores permite evaluar las alternativas del proyecto, para lo cual se tomará en cuenta una escala de evaluación del 1 al 10, después de priorizar según los porcentajes de asignación, para finalizar se tomará una decisión de localización.

#### *Escala de evaluación.*

**Tabla N° 34. Escala de evaluación**

<b>Parámetro cualitativo</b>	<b>Parámetro cuantitativo</b>
Excelente	10 alto
Muy bueno	9 alto
	8 bajo
Bueno	7 alto
	6 bajo
Regular	5 alto
	4 bajo
Malo	3 alto
	2 bajo
Pésimo	1
Indiferente	0

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La autora  
Año: 2015

#### *Alternativas de localización.*

- ✓ Alternativa A= Caranqui
- ✓ Alternativa B= El Sagrario
- ✓ Alternativa C= San Francisco

Tabla N° 35. Análisis de factores de Micro localización

Factores Micro localización	Peso	Caranqui		El Sagrario		San Francisco	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Afluencia de público	0,07	4	0,28	8	0,56	7	0,49
Visibilidad	0,07	5	0,35	9	0,63	7	0,49
Facilidad de vías de acceso	0,08	6	0,48	9	0,72	8	0,64
Fácil ubicación	0,10	6	0,60	9	0,90	7	0,70
Consumidores	0,08	8	0,64	8	0,64	8	0,64
Competidores	0,05	2	0,10	8	0,40	6	0,30
Ambiente de la zona	0,08	6	0,48	9	0,72	7	0,56
Cercanía de proveedores	0,08	4	0,32	8	0,64	8	0,64
Precio del alquiler del local	0,10	8	0,80	10	1,00	8	0,80
Infraestructura	0,07	6	0,42	8	0,56	7	0,49
Estacionamiento	0,08	6	0,48	9	0,72	7	0,56
Seguridad policial	0,08	7	0,56	10	0,80	7	0,56
Licencia y regulaciones	0,06	7	0,42	9	0,54	9	0,54
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>5,93</b>		<b><u>8,83</u></b>		<b>7,41</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Los resultados del análisis de puntos arrojan que la mejor alternativa de localización es la B que corresponde a la parroquia El Sagrario, misma que presentó ventajas en torno a la ubicación de la microempresa, es importante resaltar que estará ubicada en un sector urbano de la parroquia para mayor accesibilidad del público objetivo.

#### 4.3. Tamaño del Proyecto

El tamaño estará en función de su capacidad de producción durante un periodo de tiempo determinado, ya sea diaria, semanal, por mes o por año.

Para el presente proyecto se tomó en cuenta los siguientes factores que determinan el tamaño del mismo como son: demanda insatisfecha, disponibilidad de materia prima, mano de obra y capital.

**Tabla N° 36. Capacidad de Producción**

Tipo de Acabado	Capacidad de Producción		
	Semanal	Mensual	Anual
Cornisas	100	400	4.800
Rosetones	4	16	192
Marcos para espejos	4	16	192
<b>Total</b>	<b>108</b>	<b>432</b>	<b>5.184</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

#### 4.3.1. Mercado.

Como resultado del estudio de mercado realizado en el capítulo anterior, se detectó una demanda insatisfecha lo suficientemente amplia, ya que los consumidores requieren de acabados a base de yeso en sus hogares, que sean de calidad e innovadores y que les proporcione un ambiente agradable, así como también requieren que sus precios sean asequibles.

En base a los resultados del Estudio de Mercado el proyecto plantea cubrir el 50,76% de la Demanda Insatisfecha a continuación se muestra la Demanda Potencial a satisfacer en acabados.

**Tabla N° 37. Cobertura del proyecto**

<b>Año</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Demanda potencial a satisfacer en acabados</b>	<b>% Satisfacción</b>
2015	10.212	5.184	50,76%
2016	10.707	5.435	50,76%
2017	11.227	5.699	50,76%
2018	11.771	5.975	50,76%
2019	12.342	6.265	50,76%

**Fuente:** Tabla N° 32. Balance entre Oferta y Demanda

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

Para el primer año la microempresa productora y comercializadora de acabados a base de yeso producirá 5.184 acabados satisfaciendo el 50,76% del mercado insatisfecho.

#### **4.3.2. Materia prima e insumos.**

La compra de la materia prima principal e insumos, se la realizará en Pintulac por lo que tendremos disponibilidad inmediata debido a la cercanía de nuestro proveedor. Para aprovechar de mejor manera la materia prima y garantizar un producto final de buena calidad y a un costo razonable, la calidad y la eficiencia en los procesos de producción serán primordiales.

##### ***Materiales y herramientas para fabricar el molde.***

- ✓ Caucho Silicona C/Catal 50gr Alemán
- ✓ Resina Trnsp Env 1kg Sintapol
- ✓ Fibra de Vidrio 375gr Presentación: 10 metros
- ✓ Funda de Gasas
- ✓ Brocha BCA. 1" Liza (12)
- ✓ Mascarilla P' Polvo/Partículas 3m
- ✓ Guantes de goma

- ✓ Gafas de protección Gafa Transp c/ventilación directa
- ✓ Talco Industrial

***Materiales y herramientas para elaborar acabados de yeso.***

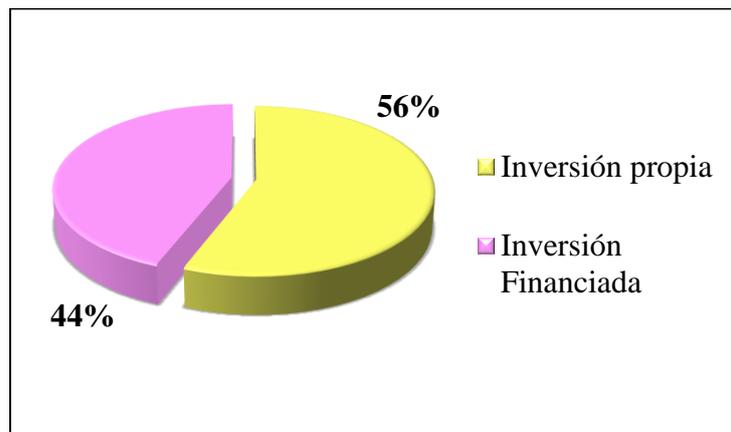
- ✓ Yeso
- ✓ Agua
- ✓ Molde
- ✓ Agente desmoldante (vaselina, manteca vegetal o aceite comestible)
- ✓ Cubetas plásticas
- ✓ Espátula 8 CM. 3"
- ✓ Mascarilla P' Polvo/Partículas 3m
- ✓ Guantes de goma
- ✓ Gafas de protección Gafa Transp c/ventilación directa
- ✓ Cinta métrica
- ✓ Alambre para aplique en Marcos N° 16
- ✓ Pintura Duratex 4lt Wesco

Para el proceso de producción no se utiliza tecnología sofisticada, la elaboración de acabados a base de yeso se lo hará de forma manual, utilizando herramientas manuales.

**4.3.3. Disponibilidad del capital.**

El capital que se requiere para la puesta en marcha del proyecto será cubierto de la siguiente manera:

La inversión inicial es de \$16.085,65 de los cuales el 56% corresponde a \$9.000 como inversión propia y el 44% que representa \$7.085,65 será financiado mediante un crédito en el Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 11,20% a 5 años plazo.

**Gráfico N° 17. Disponibilidad de Capital**

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

#### 4.3.4. Disponibilidad de mano de obra.

En la microempresa no existen problemas para la disponibilidad de mano de obra, puesto que se cuenta con mano de obra indirecta calificada en el área administrativa, quienes en función de su experiencia ayudarán a mejorar los procesos de producción, la información financiera y de investigación y desarrollo, con estas mejoras se crea una fuerte ventaja competitiva. Como mano de obra directa, en el área de producción se necesitará dos maestros que cumplan con la producción establecida para cubrir la demanda insatisfecha.

#### 4.4. Ingeniería del Proyecto

A continuación se definirán todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

##### 4.4.1. Requerimiento e infraestructura civil.

Representa las instalaciones físicas necesarias para que la microempresa pueda funcionar, sirviendo de soporte para la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores. La distribución de las áreas se detalla a continuación:

**Tabla N° 38. Distribución física de la microempresa**

<b>Descripción</b>	<b>Ext. m<sup>2</sup></b>
<b>Área administrativa</b>	
Departamento de ventas	22,00
Departamento de gerencia	7,50
Departamento de contabilidad	7,50
<b>Área productiva</b>	
Departamento de producción	56,40
Bodega de producto terminado	22,20
Baño	3,99
<b>Total</b>	<b>119,59</b>

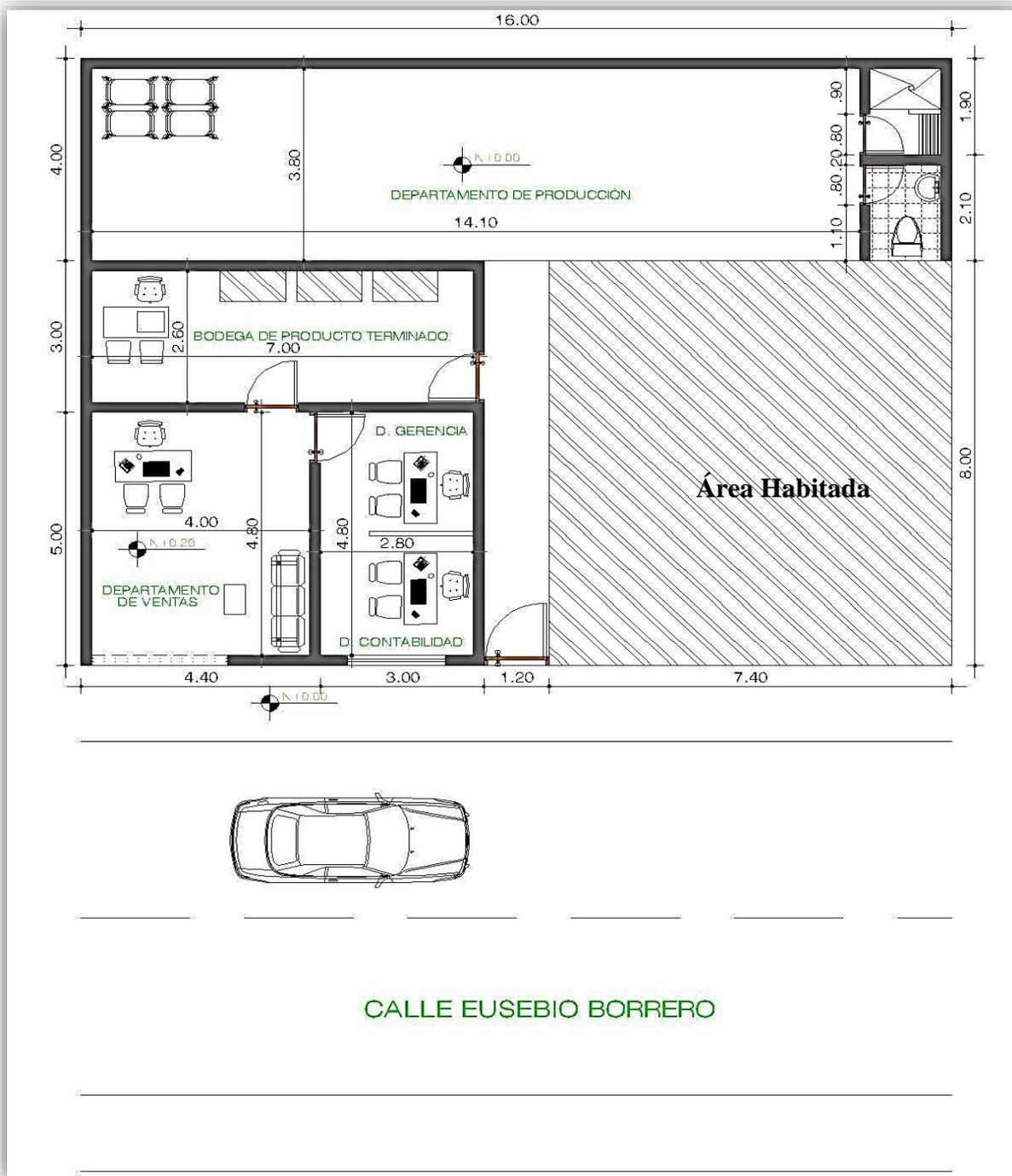
**Fuente:** Arquitecto Marcos Erazo

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

4.4.2. Diseño y distribución física de la planta.

Gráfico N° 18. Diseño de instalaciones



Fuente: Arquitecto Marcos Erazo  
 Elaborado por: La autora

Año: 2015

## **4.5. Proceso de Producción**

### **4.5.1. Proceso de producción para elaborar el molde para el acabado.**

1. Escogemos la escultura base o diseño original de la cual se realizará el molde para sacar los duplicados.

2. De acuerdo al tamaño del diseño original, buscamos una base donde colocamos el diseño, lo pegamos lo más cómodo posible observando que no se filtre mucho el caucho silicón que vamos a colocar a continuación.

3. Se prepara en un recipiente plástico la cantidad necesaria de caucho silicón con su respectivo catalizador, en las cantidades exactas para que no se seque rápidamente y tengamos tiempo necesario para cubrir el diseño.

4. Cuando este seca la primera capa se realiza la segunda, colocando trozos pequeños de gasa para lograr un molde más consistente y resistente.

5. Se coloca una última capa con el objeto de cubrir todo el diseño y que no quede ni un poco de gasa visible.

6. Una vez seco el molde, esperando mínimo unas 6 horas para su secado completo, procedemos a colocar un poco de aceite.

7. Nos colocamos los materiales de seguridad debido a que son productos fuertes, usamos guantes, gafas de protección y mascarillas.

8. En un recipiente plástico grueso, mezclamos la cantidad necesaria para una primera capa de resina con sus respectivos catalizadores y un poco de talco industrial, procedemos a colocar encima del molde de caucho rápidamente hasta cubrir todo.

9. Una vez seca la primera capa realizamos una segunda, colocando trozos pequeños de fibra de vidrio para que sea más resistente el contra molde, por último colocamos una tercera capa y esperamos que se seque.

10. Ya seco todo, procedemos a desmoldar y lijamos un poco el contra molde en los filos para no lastimarnos al momento de fundir los duplicados.

#### **4.5.2. Proceso de producción para elaborar acabados de yeso.**

##### ***1. Preparación del yeso.***

En el recipiente plástico se depositará primero el agua, colocar aproximadamente dos o cinco litros de agua limpia. Si desea puede usar recipientes plásticos con el volumen milimetrado. Nos ahorrará tiempo en hacer mediciones y podremos coger agua directamente del grifo.

Después se cogen puñados de yeso los cuales se van espolvoreando lentamente pero de manera uniforme por todo el recipiente hasta cubrir el agua. Si el yeso se espolvorea con mucha rapidez, se pueden formar grumos densos y secos que no desaparecerán durante el mezclado.



Siempre se añade el yeso al agua, nunca al revés, no se debe de mover ni agitar el recipiente, porque se va a secar y endurecer más rápido.

Cuando el agua se encuentre cubierta por completo y ya comience a grietar el yeso, se lo dejará reposar por unos minutos hasta que el yeso se humedezca completamente.

### ***2. Preparación del molde.***

Se escoge el molde fabricado con anterioridad que va utilizarse para formar el acabado. Se aplica el agente desmoldante (vaselina) a toda la superficie interior del molde para que no se pegue el acabado a la hora de despegarlo, es un tipo de desmoldante que puede hacer y colocar, algunas personas utilizan manteca vegetal o aceite comestible para que no se pegue.

### ***3. Preparación del acabado de yeso.***

Cuando esté lista la mezcla y empiece a tornarse densa se inicia el vaciado de la misma en la superficie interior del molde.

Mientras aún no haya endurecido el yeso que recién fue vaciado en el molde, se debe agitar este último muy ligeramente para ayudar a liberar las burbujas de aire que pudieran quedar atrapadas. El tiempo de espera para el desmolde oscila de 15 a 20 minutos.



### ***6. Producto terminado***

Siempre y cuando lo solicite el cliente solo se requiere un capa de pintura para el acabado final.



## 4.5.3. Flujograma de proceso.

Gráfico N° 19. Flujograma de proceso de producción (Cornisas)

N°	Descripción	Actividad	Tiempo
		○ → □ D ▽	
1	Recibir la materia prima.	○	1m
2	Revisar la materia prima.	→	1m
3	Colocar de 2 a 5 litros de agua en un recipiente plástico con el volumen milimetrado.	□	1m
4	Espolvorear el yeso hasta cubrir el agua.	D	1m
5	Dejar reposar por unos segundos hasta que el yeso se humedezca completamente.	▽	1m
6	Escoger el molde para la cornisa.	○	30s
7	Aplicar vaselina en toda la superficie del molde para que no se pegue el acabado.	→	1m
8	Vaciar la mezcla lista en la superficie interior del molde.	□	1m
9	Agitar ligeramente para liberar burbujas de aire que pudieran quedar atrapadas.	D	30s
10	Esperar unos minutos para desmoldar.	▽	15m
11	Transportar el acabado al departamento de bodega.	○	1m
12	Realizar el control de calidad.	→	1m
13	Transportar al departamento de ventas.	□	1m
14	Exhibir los acabados para la venta.	D	1m
<b>Total</b>			<b>27m</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Gráfico N° 20. Flujograma de proceso de producción (Rosetón)

N°	Descripción	Actividad					Tiempo
		○	⇒	□	D	▽	
1	Recibir la materia prima.	●					1m
2	Revisar la materia prima.		●				1m
3	Colocar de 2 a 5 litros de agua en un recipiente plástico con el volumen milimetrado.	●					1m
4	Espolvorear el yeso hasta cubrir el agua.	●					1m
5	Dejar reposar por unos minutos hasta que el yeso se humedezca completamente.		●				1m
6	Escoger el molde para el rosetón.	●					30s
7	Aplicar vaselina en toda la superficie del molde para que no se pegue el acabado.	●					1m
8	Vaciar la mezcla lista en la superficie interior del molde.	●					1m
9	Agitar ligeramente para liberar burbujas de aire que pudieran quedar atrapadas.	●					30s
10	Esperar unos minutos para desmoldar.		●				20m
11	Transportar el acabado al departamento de bodega.		●				1m
12	Realizar el control de calidad.		●				1m
13	Transportar al departamento de ventas.		●				1m
14	Exhibir los acabados para la venta.			●			1m
<b>Total</b>							<b>32m</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Gráfico N° 21. Flujograma de proceso de producción (Marco para espejos)

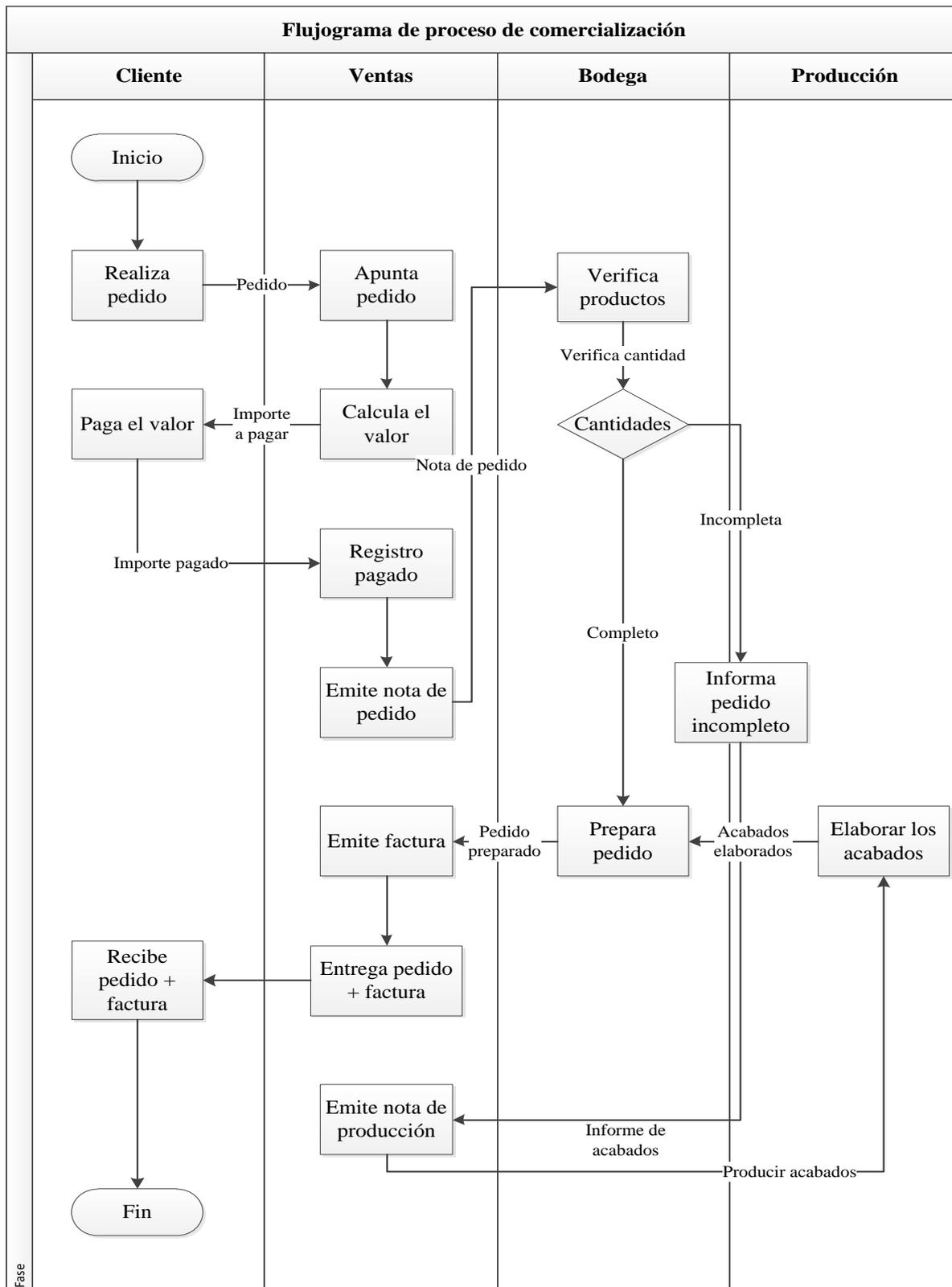
N°	Descripción	Actividad					Tiempo
		○	⇒	□	D	▽	
1	Recibir la materia prima.	●					1m
2	Revisar la materia prima.		●				1m
3	Colocar de 2 a 5 litros de agua en un recipiente plástico con el volumen milimetrado.	●					1m
4	Espolvorear el yeso hasta cubrir el agua.	●					1m
5	Dejar reposar por unos minutos hasta que el yeso se humedezca completamente.		●				1m
6	Escoger el molde para el marco.	●					30s
7	Aplicar vaselina en toda la superficie del molde para que no se pegue el acabado.	●					1m
8	Vaciar la mezcla lista en la superficie interior del molde.	●					1m
9	Agitar ligeramente para liberar burbujas de aire que pudieran quedar atrapadas.	●					30s
10	Esperar unos minutos para desmoldar.		●				20m
11	Transportar el acabado al departamento de bodega.		●				1m
12	Realizar el control de calidad.		●				1m
13	Transportar al departamento de ventas.		●				1m
14	Exhibir los acabados para la venta.		●				1m
<b>Total</b>							<b>32m</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Gráfico N° 22. Flujoograma de proceso de comercialización



Fuente: Investigación Directa  
 Elaborado por: La autora

Año: 2015

## 4.6. Presupuesto Técnico

### 4.6.1. Inversión en Activos Fijos.

Es la base para iniciar la producción para el mercado seleccionado, es decir estas inversiones forman parte de la infraestructura operativa de la microempresa.

#### *Muebles y Equipo de Oficina*

**Tabla N° 39. Muebles y enseres**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad (unidad)</b>	<b>Costo unitario (dólares)</b>	<b>Costo Total</b>
Escritorio de gerente	1	310,00	310,00
Silla de gerente	1	183,00	183,00
Escritorios	2	187,00	374,00
Sillas de oficina giratorias	2	95,00	190,00
Sillas de espera	6	42,00	252,00
Mesa para proceso de producción	2	100,00	200,00
Teléfonos	2	50,00	100,00
<b>Total</b>			<b>1.609,00</b>

**Fuente:** Línea Nueva mobiliario Cía Ltda, Almacenes JAPÓN  
**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

#### *Equipo de computación.*

Para la ejecución del proyecto también es necesaria la implementación de tecnología moderna que permitirá el procesamiento y almacenamiento de información de manera eficaz y eficiente, en cuanto a los requerimientos del equipo de computación es necesario que se adquiera lo siguiente: tres computadoras y tres impresoras.

**Tabla N° 40. Equipo de computación**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad (unidad)</b>	<b>Costo unitario (dólares)</b>	<b>Costo Total</b>
Computadora LG de mesa	3	850,00	2.550,00
Impresora Samsung Laser	3	100,00	300,00
<b>Total</b>			<b>2.850,00</b>

Fuente: Almacén World Computers

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Resumen de Inversión en Activos Fijos.****Tabla N° 41. Resumen de Inversión Fija**

<b>Descripción</b>	<b>Costo Total</b>
Muebles y Equipo de Oficina	1.609,00
Equipo de Computación	2.850,00
<b>Total</b>	<b>4.459,00</b>

Fuente: Tablas N° 39, 40

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**4.6.2. Inversión en Activos Diferidos.**

Su principal característica es que son intangibles, es un conjunto de bienes necesarios para el funcionamiento de la microempresa que generalmente se pagan por anticipado.

**Gastos de Constitución.**

Son un conjunto de gastos en los que hay que incurrir de forma obligatoria para crear una microempresa desde cero, son gastos de tipo jurídico.

**Tabla N° 42. Gastos de Constitución**

<b>Descripción</b>	<b>Costo total</b>
Patente Municipal	71,66
Permiso de Bomberos	20,00
Permiso de Funcionamiento	100,00
Gastos de Instalación	250,00
Estudio de Factibilidad	200,00
Otros trámites de constitución	100,00
<b>Total</b>	<b>741,66</b>

**Fuente:** Investigación Directa, Municipio de Ibarra, Cuerpo de Bomberos Ibarra  
**Elaborado por:** La autora

Año: 2015

#### 4.6.3. Capital de Trabajo.

El capital de trabajo está presupuestado para 3 meses, dinero que ayudará hasta que el proyecto adquiera independencia propia y se detalla a continuación:

**Tabla N° 43. Capital de Trabajo**

<b>Rubro</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cant. Mensual</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Materia Prima Directa	Yeso (Quintal 81,4 libras)	30	12,48	369,41
Mano de Obra Directa	Maestros	2	515,55	1.031,10
	Gerente	1	590,43	590,43
	Contadora	1	528,10	528,10
Gastos Administrativos	Suministros de Oficina	1	9,98	9,98
	Materiales de Aseo	1	8,64	8,64
	Servicios Básicos	1	60,08	60,08
	Gasto Manten. Equip. de Comp.	1	15,00	15,00
	Vendedora	1	482,32	482,32
	Gasto Publicidad	1	200,00	200,00
	Gasto Transporte	1	50,00	50,00
Gasto de Ventas	Gasto Arriendo	1	200,00	200,00
	Costos Indirectos	Costos indirectos de producción	1	83,29
<b>Total Capital de Trabajo Mensual</b>				<b>3.628,33</b>
<b>Capital de Trabajo para 3 meses</b>				<b>10.884,99</b>

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** La autora

Año: 2015

#### 4.6.4. Resumen de la Inversión.

**Tabla N° 44. Resumen de la Inversión**

<b>Descripción</b>	<b>Costo Total</b>
Inversión en Activos Fijos	4.459,00
Inversión en Activos Diferidos	741,66
Capital de Trabajo	10.884,99
<b>Total</b>	<b>16.085,65</b>

Fuente: Tabla N° 40, 41, 42

Elaborado por: La autora

Año: 2015

#### 4.6.5. Costos de Producción.

##### *Materia Prima Directa*

Para producir los acabados se utilizará como materia prima principal el yeso, adicionalmente se utilizará agua pero esto corre en los Gastos de servicios básicos ya que la cantidad que se utilizará no es grande y no supera el costo de la tarifa básica de consumo de agua.

**Tabla N° 45. Materia Prima Directa**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad (unidad)</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Yeso Andino 37kg (81,4 libras)	355	12,48	<b>4.430,40</b>
<b>Total</b>			

Fuente: Pintulac

Elaborado por: La autora

Año: 2015

##### *Mano de Obra Directa.*

La mano de obra directa está compuesta por 2 maestros quienes percibirán un salario básico establecido en la Tabla de remuneraciones mínimas sectoriales para el 2015 según el Ministerio de Relaciones Laborales de Ecuador (MRL).

Tabla N° 46. Mano de Obra Directa

Descripción	Mensual	Total	Aporte	13°	14°	Vacaciones	Total
		Anual	Patronal	Sueldo	Sueldo		
Maestro 1	389,93	4.679,16	568,52	389,93	354,00	194,97	6.186,57
Maestro 2	389,93	4.679,16	568,52	389,93	354,00	194,97	6.186,57
<b>Total</b>							<b>12.373,15</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales de Ecuador (MRL)

Elaborado por: La autora

Año: 2015

*Costos Indirectos de Fabricación.*

Tabla N° 47. Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo	Costo
			Unitario	Total
Caucho Silicona C/Catal 50gr Alemán	litro	20,00	30,29	605,80
Resina Trnsp Env 1kg Sintapol	litro	32,00	3,01	96,32
Fibra de Vidrio 375gr Presentación: 10 metros	metros	1,00	14,27	14,27
Alambre para aplique en Marcos N° 16	libra	3,00	1,80	5,40
Bondex Plus Pega Ceramicos 25kg Intaco	kg	3,00	7,42	22,26
Pintura Duratex 4lt Wesco	galones	12,00	12,66	151,92
Funda de Gasas (100 unidades)	unidades	1,00	6,20	6,20
Brocha BCA. 1" Liza (12)	unidad	6,00	0,99	5,94
Mascarilla P' Polvo/Partículas 3m	unidad	4,00	1,11	4,44
Guantes (caja de 50 unidades)	unidades	1,00	18,88	18,88
Gafas de protección Gafa Transp c/ventilación directa	unidad	6,00	0,42	2,52
Cubetas plásticas	unidad	8,00	3,00	24,00
Cinta métrica de 30 metros	unidad	2,00	6,00	12,00
Espátula 8 CM. 3"	unidad	2,00	14,78	29,56
<b>Total</b>				<b>999,51</b>

Fuente: Pintulac

Elaborado por: La autora

Año: 2015

#### 4.6.6. Gastos Administrativos.

##### *Sueldos Administrativos.*

El personal del área administrativa a excepción de las demás áreas, percibirá un sueldo superior al establecido en la Tabla de remuneraciones mínimas sectoriales para el 2015.

**Tabla N° 48. Remuneración al Personal Administrativo**

Descripción	Mensual	Total Anual	Aporte Patronal	13° Sueldo	14° Sueldo	Vacaciones	Total
Gerente	450,00	5.400,00	656,10	450,00	354,00	225,00	7.085,10
Contadora	400,00	4.800,00	583,20	400,00	354,00	200,00	6.337,20
<b>Total</b>							<b>13.422,30</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales de Ecuador (MRL)

Elaborado por: La autora

Año: 2015

##### *Suministros de Oficina.*

**Tabla N° 49. Suministros de Oficina**

Descripción	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Resma de papel bond	2	4,00	8,00
Esferos	12	0,30	3,60
Correctores	3	1,50	4,50
Lápices	6	1,30	7,80
Minas de lápiz	8	0,35	2,80
Borradores	6	0,30	1,80
Grapadoras	3	1,50	6,00
Grapas (caja)	3	1,50	4,50
Perforadoras	3	3,00	9,00
Clips (caja)	3	1,50	4,50
Calculadora Casio	3	12,00	36,00
Carpetas Archivadoras	4	1,90	7,60
Cuadernos	3	3,20	9,60
Facturero	2	7,00	14,00
<b>Total anual</b>			<b>119,70</b>

Fuente: Papelería Popular S.A

Elaborado por: La autora

Año: 2015

*Materiales de Aseo.***Tabla N° 50. Materiales de Aseo**

<b>Descripción</b>	<b>Unidades</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Escoba de cerdas súper tigre	4	3,38	13,52
Escoba plástica regina	4	2,23	8,92
Trapeador de algodón	4	2,26	9,04
Desinfectante (galón kalipto)	3	5,95	17,85
Recogedor	4	1,00	4,00
Tacho de basura oficinas	3	5,00	15,00
Basurero para producción	1	10,00	10,00
Papel Higiénico (paquete de 4 rollos)	9	2,20	19,80
Franela de lana	6	0,92	5,52
<b>Total anual</b>			<b>103,65</b>

Fuente: Súper Despensa AKÍ

Elaborado por: La autora

Año: 2015

*Servicios Básicos.*

Para fabricar un acabado de yeso se ocupa de 3 a 5 litros de agua, haciendo el cálculo: total acabados en el mes  $432 * 5$  litros (máximo) da un total de 2.160 litros en el mes. Según la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra (EMAPA-I) por los 10m<sup>3</sup> que contiene 10.000 litros la tarifa base es de \$3,08, entonces los 2.160 litros no sobrepasa la base que es 10.000 litros y el consumo de agua de los departamentos administrativo y de ventas no es excesivo, se establece que se debe pagar la tarifa base que es \$3,08 en el mes.

**Tabla N° 51. Servicios Básicos**

<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>
Agua Potable m <sup>3</sup>	3,08
Energía eléctrica kw/h	20,00
Servicio Telefónico	15,00
Servicio Internet	22,00
<b>Total mensual</b>	<b>60,08</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

***Mantenimiento Equipo de Computación.***

El costo de mantenimiento tiene un valor de \$30 según investigación directa, en el año se hará un total de 2 mantenimientos a cada uno de los 3 ordenadores que poseerá la microempresa.

**Tabla N° 52. Mantenimiento Equipo de Computación**

<b>Descripción</b>	<b>Valor Anual</b>
Mantenimiento	180,00
<b>Total anual</b>	<b>180,00</b>

**Fuente:** World Computers  
**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**4.6.7. Gasto de Ventas.*****Sueldos de Ventas.***

El personal del área de ventas percibirá un sueldo básico establecido en la Tabla de remuneraciones mínimas sectoriales para el 2015 según el Ministerio de Relaciones Laborales de Ecuador (MRL).

**Tabla N° 53. Remuneración al Personal de Ventas**

<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Total Anual</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>13° Sueldo</b>	<b>14° Sueldo</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Total</b>
Vendedora	363,27	4.359,24	529,65	363,27	354,00	181,64	<b>5.787,79</b>
<b>Total</b>							<b>5.787,79</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales de Ecuador (MRL)  
**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

***Otros Gastos de Ventas.***

Con respecto a la publicidad se pretende gastar un valor de \$200 mensuales, distribuidos de la siguiente manera, \$170 para cuñas publicitarias en una de las radios más conocidas del cantón Ibarra y \$30 para tarjetas de presentación. En movilidad y transporte se estima gastar un valor de \$50 mensuales.

**Tabla N° 54. Otros Gastos de Ventas**

<b>Descripción</b>	<b>Valor Anual</b>
Publicidad	2400,00
Movilidad y Transporte	600,00
<b>Total anual</b>	<b>3.000,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

***Arriendo del Local***

Cabe recalcar que se utilizará un local de arrendamiento, para esto se llegó a un acuerdo con un familiar de la autora, se proporcionará una dimensión de  $119,59m^2$  a un valor de \$200 mensuales de alquiler, en una zona urbana de la parroquia El Sagrario, que comprende las calles Eusebio Borrero y Juan de Salinas.

**Tabla N° 55. Arriendo del Local**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad (unidad)</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Total</b>
Local de arriendo	12	200,00	2.400,00
<b>Total</b>			<b>2.400,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

#### 4.6.8. Financiamiento.

Para efectuar el presente proyecto se realizará un crédito en el Banco Nacional de Fomento, siendo esta una institución financiera que brinda apoyo a emprendimientos productivos, la misma que financia el 44% del total de la inversión, y el 56% restante será cubierto con inversión propia.

**Tabla N° 56. Financiamiento del Proyecto**

<b>Descripción</b>	<b>Costo total</b>	<b>Porcentaje</b>
Inversión Propia	9.000,00	56%
Inversión Financiada	7.085,65	44%
<b>Total</b>	<b>16.085,65</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

Este estudio determina la factibilidad o viabilidad económica del proyecto y comprende el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación. Se debe llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto.

Para evaluar la rentabilidad del proyecto se utilizó los evaluadores financieros tales como: la Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Actual Neto (VAN), Relación Beneficio Costo (B/c) y el Periodo de Recuperación de la Inversión.

#### **5.1. Estado de Situación Financiera.**

Es un Estado vital al inicio del periodo económico, representa aquella inversión inicial indispensable para el funcionamiento de la microempresa y proporciona la información necesaria para tomar decisiones en las áreas de inversión y de financiamiento.

El presente proyecto de una microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso según los resultados iniciales establece el siguiente estado de situación inicial:



**Empresa "DcorIn" Cía. Ltda.**  
**Estado de Situación Financiera (año 0)**  
*(Expresado en USD dólares)*

<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
<b>Activo Corriente</b>		<b>Pasivo No Corriente</b>	
	<b>10.884,99</b>		<b>7.085,65</b>
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	10.884,99	Obligaciones con Instituciones Financieras	7.085,65
<b>Activo No Corriente</b>		<b>Patrimonio Neto</b>	
<b>Propiedad Planta y Equipo</b>	<b>4.459,00</b>	<b>Capital</b>	<b>9.000,00</b>
Muebles y Equip. de Oficina	1.609,00	Capital propio	9.000,00
Equipo de Computación	2.850,00		
<b>Activos Diferidos</b>	<b>741,66</b>		
Gastos de Constitución	741,66		
<b>Total</b>			
<b>Total Activos</b>	<b>16.085,65</b>	<b>Total Pasivo + Patri.</b>	<b>16.085,652</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** La autora

Año: 2015

## 5.2. Presupuesto de Ingresos

Para proyectar los ingresos por ventas, se tomó como datos referenciales los fundamentos del Estudio de Mercado, en donde se pretende cubrir el 50,76% de la demanda insatisfecha. Con respecto al volumen de producción se utilizará un incremento del 4,85% que corresponde a la proyección de la tasa de crecimiento de viviendas propias del sector urbano del cantón Ibarra en el año 2015, este criterio es válido, pues entre más viviendas propias aumentan los consumidores de acabados y este porcentaje está acorde a la capacidad de producción. El precio se fijó en base a la competencia y al análisis de costos y gastos operativos, la proyección de los

precios de los siguientes años se realizó utilizando un incremento del 3,67% tasa de inflación al 31 de diciembre de 2014 obtenida de la página del Banco Central del Ecuador (BCE).

**Tabla N° 57. Presupuesto de Ingresos**

<b>Producto</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>1. Cornisas</b>					
<b>Cornisa metro lineal, ancho 8 cm</b>					
Cantidad (Unidad)	1.200	1.258	1.319	1.383	1.450
Precio/m. lineal	8,00	8,29	8,60	8,91	9,24
Ventas anuales m. lineal	9.600,00	10.435,01	11.342,64	12.329,23	13.401,62
<b>Cornisa metro lineal, ancho 10 cm</b>					
Cantidad (Unidad)	1.200	1.258	1.319	1.383	1.450
Precio/m. lineal	8,00	8,29	8,60	8,91	9,24
Ventas anuales m. lineal	9.600,00	10.435,01	11.342,64	12.329,23	13.401,62
<b>Cornisa metro lineal, ancho 12 cm</b>					
Cantidad (Unidad)	1.200	1.258	1.319	1.383	1.450
Precio/m. lineal	10,00	10,37	10,75	11,14	11,55
Ventas anuales m. lineal	12.000,00	13.043,76	14.178,30	15.411,53	16.752,03
<b>Cornisa metro lineal, ancho 14 cm</b>					
Cantidad (Unidad)	1.200	1.258	1.319	1.383	1.450
Precio/m. lineal	12,00	12,44	12,90	13,37	13,86
Ventas anuales m. lineal	14.400	15.652,51	17.013,97	18.493,84	20.102,43
<b>Subtotal Ingresos Cornisas</b>	<b>45.600</b>	<b>49.566</b>	<b>53.878</b>	<b>58.564</b>	<b>63.658</b>
<b>2. Rosetones</b>					
<b>Rosetón de 40 cm de diámetro</b>					
Cantidad (Unidad)	96	101	106	111	116
Precio	25,00	25,92	26,87	27,85	28,88
Ventas anuales	2.400	2.608,75	2.835,66	3.082,31	3.350,41
<b>Rosetón de 70 cm de diámetro</b>					
Cantidad (Unidad)	96	101	106	111	116
Precio	45,00	46,65	48,36	50,14	51,98
Ventas anuales	4.320	4.695,75	5.104,19	5.548,15	6.030,73
<b>Subtotal Ingresos Rosetones</b>	<b>6.720</b>	<b>7.305</b>	<b>7.940</b>	<b>8.630</b>	<b>9.381</b>
<b>3. Marcos para espejos</b>					
<b>Marco 40 cm ancho x 54 cm largo</b>					
Cantidad (Unidad)	96	101	106	111	116
Precio	15,00	15,55	16,12	16,71	17,33
Ventas anuales	1.440	1.565,25	1.701,40	1.849,38	2.010,24
<b>Marco 40 cm ancho x 64 cm largo</b>					
Cantidad (Unidad)	96	101	106	111	116
Precio	18,00	18,66	19,35	20,06	20,79
Ventas anuales	1.728	1.878,30	2.041,68	2.219,26	2.412,29
<b>Subtotal Ingresos Marcos</b>	<b>3.168</b>	<b>3.444</b>	<b>3.743</b>	<b>4.069</b>	<b>4.423</b>
<b>Total Ingresos</b>	<b>55.488,00</b>	<b>60.314,34</b>	<b>65.560,48</b>	<b>71.262,93</b>	<b>77.461,38</b>

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

### 5.3. Presupuesto de Costos y Gastos

#### 5.3.1. Costos de Producción.

##### 5.3.1.1. Materia Prima Directa.

Para adquirir la materia prima, mediante investigación directa se obtuvo que el precio es de \$12,48 por cada quintal de yeso, la proyección de los precios de los siguientes años se realizó utilizando un incremento del 3,67% tasa de inflación al 31 de diciembre de 2014 obtenida de la página del Banco Central del Ecuador (BCE). Para saber cuántos acabados de yeso produce cada quintal se realizó regla de tres en base al siguiente cuadro.

<b>Cantidad Proyectada</b>			
Años	Total acabados	1 quintal	15 Cornisas
1	5.184	<b>X</b>	4.800
2	5.435		
3	5.699		
4	5.975	1 quintal	12 Rosetones
5	6.265		

<b>Descripción</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>1. Cornisas</b>	4.800	5.033	5.277	5.533	5.801
Yeso (Quintales)	320	336	352	369	387
<b>2. Rosetones</b>	192	201	211	221	232
Yeso (Quintales)	16	17	18	18	19
<b>3. Marcos para espejos</b>	192	201	211	221	232
Yeso (Quintales)	19	20	21	22	23
<b>Total acabados proyectados</b>	<b>5.184</b>	<b>5.435</b>	<b>5.699</b>	<b>5.975</b>	<b>6.265</b>
<b>Total quintales</b>	<b>355</b>	<b>372</b>	<b>390</b>	<b>409</b>	<b>429</b>

Tabla N° 58. Materia Prima Directa

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Yeso Andino 37kg (81,4 libras)	355	372	390	409	429
Precio	12,48	12,94	13,41	13,91	14,42
<b>Total</b>	<b>4.430,40</b>	<b>4.813,68</b>	<b>5.229,90</b>	<b>5.689,19</b>	<b>6.186,18</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

### 5.3.1.2. Mano de Obra Directa.

Está compuesta por mano de obra calificada para la producción de acabados a base de yeso, quienes percibirán un salario básico establecido en la Tabla de remuneraciones mínimas sectoriales para el 2015 según el Ministerio de Relaciones Laborales de Ecuador (MRL), que empezó a regir desde el 1 de enero de 2015. En el cálculo de las remuneraciones se consideró la obligación del aporte patronal 11,15% más 0,5% IECE y 0,50 SECAP, total 12,15%, los fondos de reserva, el 13° sueldo, 14° sueldo y las vacaciones en el caso de ser pagadas y no gozadas. Para la proyección de los salarios, se tomó en cuenta la tasa de crecimiento promedio de los últimos 5 años de los Sueldos Básicos Unificados. La cual representa el 7,64% y su cálculo se muestra a continuación mediante la siguiente fórmula:

$$TC = \left[ \left( \frac{AF}{AI} \right) - 1 \right] \times 100$$

#### Datos:

TC= Tasa de Crecimiento

AF= Año Final

AI= Año Inicial

$$TC = \left[ \left( \frac{292}{264} \right) - 1 \right] \times 100 = 10,61$$

30,55 / 4 años = **7,64%**

Tabla N° 59. Histórico de sueldos y tasa de crecimiento

Histórico Sueldo		Tasa de crecimiento
264	2011	
292	2012	10,61
318	2013	8,90
340	2014	6,92
354	2015	4,12
<b>7,64</b>	<b>Crecimiento</b>	<b>30,55</b>

Tabla N° 60. Mano de Obra Directa

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Maestro</b>					
Mensual	389,93	419,72	451,79	486,30	523,46
Anual	4.679,16	5.036,65	5.421,45	5.835,65	6.281,49
Aporte Patronal 12.15%	568,52	611,95	658,71	709,03	763,20
Fondos de Reserva	0,00	419,55	451,61	486,11	523,25
13° Sueldo	389,93	419,72	451,79	486,30	523,46
14° Sueldo	354,00	375,39	398,07	422,13	447,63
Vacaciones	194,97	209,86	225,89	243,15	261,73
<b>Total Maestro 1</b>	<b>6.186,57</b>	<b>7.073,12</b>	<b>7.607,51</b>	<b>8.182,37</b>	<b>8.800,76</b>
<b>Maestro</b>					
Mensual	389,93	419,72	451,79	486,30	523,46
Anual	4.679,16	5.036,65	5.421,45	5.835,65	6.281,49
Aporte Patronal 12.15%	568,52	611,95	658,71	709,03	763,20
Fondos de Reserva	0,00	419,55	451,61	486,11	523,25
13° Sueldo	389,93	419,72	451,79	486,30	523,46
14° Sueldo	354,00	375,39	398,07	422,13	447,63
Vacaciones	194,97	209,86	225,89	243,15	261,73
<b>Total Maestro 2</b>	<b>6.186,57</b>	<b>7.073,12</b>	<b>7.607,51</b>	<b>8.182,37</b>	<b>8.800,76</b>
<b>Costo Total de Mano de Obra Directa</b>	<b>12.373,15</b>	<b>14.146,25</b>	<b>15.215,03</b>	<b>16.364,74</b>	<b>17.601,52</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

### 5.3.1.3. Costos Indirectos de Fabricación.

Las cantidades de cada materia prima indirecta se proyectó con regla de tres para los siguientes años, dado que ya tenemos las cantidades proyectadas que se van a producir. La proyección de los precios para los siguientes años se realizó utilizando un incremento del 3,67% tasa de inflación al 31 de diciembre de 2014 obtenida de la página del Banco Central del Ecuador (BCE).

**Tabla N° 61. Costos Indirectos de Fabricación**

<b>Cantidades Proyectadas</b>	<b>5.184</b>	<b>5.435</b>	<b>5.699</b>	<b>5.975</b>	<b>6.265</b>
<b>Descripción</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Caucho Silicona C/Catal 50gr Alemán</b>					
Cantidad (litro)	20,00	20,97	21,99	23,05	24,17
Precio	30,29	31,40	32,55	33,75	34,99
<b>Subtotal</b>	<b>605,80</b>	<b>658,49</b>	<b>715,77</b>	<b>778,03</b>	<b>845,70</b>
<b>Resina Trnsp Env 1kg Sintapol</b>					
Cantidad (litro)	32,00	33,55	35,18	36,89	38,67
Precio	3,01	3,12	3,23	3,35	3,48
<b>Subtotal</b>	<b>96,32</b>	<b>104,70</b>	<b>113,80</b>	<b>123,70</b>	<b>134,46</b>
<b>Fibra de Vidrio 375gr Presentación: 10 metros</b>					
Cantidad (10 metros)	1,00	1,05	1,10	1,15	1,21
Precio	14,27	14,79	15,34	15,90	16,48
<b>Subtotal</b>	<b>14,27</b>	<b>15,51</b>	<b>16,86</b>	<b>18,33</b>	<b>19,92</b>
<b>Alambre para aplique en Marcos N° 16</b>					
Cantidad (libra)	3,00	3,15	3,30	3,46	3,63
Precio	1,80	1,87	1,93	2,01	2,08
<b>Subtotal</b>	<b>5,40</b>	<b>5,87</b>	<b>6,38</b>	<b>6,94</b>	<b>7,54</b>
<b>Bondex Plus Pega Ceramicos 25kg Intaco</b>					
Cantidad (25 kg)	3,00	3,15	3,30	3,46	3,63
Precio	7,42	7,69	7,97	8,27	8,57
<b>Subtotal</b>	<b>22,26</b>	<b>24,20</b>	<b>26,30</b>	<b>28,59</b>	<b>31,08</b>
<b>Pintura Duratex 4lt Wesco</b>					
Cantidad (galones)	12,00	12,58	13,19	13,83	14,50
Precio	12,66	13,12	13,61	14,11	14,62
<b>Subtotal</b>	<b>151,92</b>	<b>165,13</b>	<b>179,50</b>	<b>195,11</b>	<b>212,08</b>
<b>Funda de Gasas</b>					
Cantidad (100 unidades)	1,00	1,05	1,10	1,15	1,21

Precio	6,20	6,43	6,66	6,91	7,16
<b>Subtotal</b>	<b>6,20</b>	<b>6,74</b>	<b>7,33</b>	<b>7,96</b>	<b>8,66</b>
<b>Brocha BCA. 1" Liza (12)</b>					
Cantidad (unidad)	6,00	6,29	6,60	6,92	7,25
Precio	0,99	1,03	1,06	1,10	1,14
<b>Subtotal</b>	<b>5,94</b>	<b>6,46</b>	<b>7,02</b>	<b>7,63</b>	<b>8,29</b>
<b>Mascarilla P' Polvo/Partículas 3m</b>					
Cantidad (unidad)	4,00	4,19	4,40	4,61	4,83
Precio	1,11	1,15	1,19	1,24	1,28
<b>Subtotal</b>	<b>4,44</b>	<b>4,83</b>	<b>5,25</b>	<b>5,70</b>	<b>6,20</b>
<b>Guantes</b>					
Cantidad (caja 50 unidades)	1,00	1,05	1,10	1,15	1,21
Precio	18,88	19,57	20,29	21,04	21,81
<b>Subtotal</b>	<b>18,88</b>	<b>20,52</b>	<b>22,31</b>	<b>24,25</b>	<b>26,36</b>
<b>Gafas de protección Gafa Transp c/ventilación directa</b>					
Cantidad (unidad)	6,00	6,29	6,60	6,92	7,25
Precio	0,42	0,44	0,45	0,47	0,49
<b>Subtotal</b>	<b>2,52</b>	<b>2,74</b>	<b>2,98</b>	<b>3,24</b>	<b>3,52</b>
<b>Cubetas plásticas</b>					
Cantidad (unidad)	8,00	8,39	8,79	9,22	9,67
Precio	3,00	3,11	3,22	3,34	3,47
<b>Subtotal</b>	<b>24,00</b>	<b>26,09</b>	<b>28,36</b>	<b>30,82</b>	<b>33,50</b>
<b>Cinta métrica de 30 metros</b>					
Cantidad (unidad)	2,00	2,10	2,20	2,31	2,42
Precio	6,00	6,22	6,45	6,69	6,93
<b>Subtotal</b>	<b>12,00</b>	<b>13,04</b>	<b>14,18</b>	<b>15,41</b>	<b>16,75</b>
<b>Espátula 8 CM. 3"</b>					
Cantidad (unidad)	2,00	2,10	2,20	2,31	2,42
Precio	14,78	15,32	15,88	16,47	17,07
<b>Subtotal</b>	<b>29,56</b>	<b>32,13</b>	<b>34,93</b>	<b>37,96</b>	<b>41,27</b>
<b>Total MPI</b>	<b>999,51</b>	<b>1.086,45</b>	<b>1.180,95</b>	<b>1.283,67</b>	<b>1.395,32</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

### 5.3.1.4. Resumen de los Costos de Producción.

**Tabla N° 62. Resumen de los Costos de Producción**

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Mano de Obra Directa	12.373,15	14.146,25	15.215,03	16.364,74	17.601,52
Materia Prima Directa	4.430,40	4.813,68	5.229,90	5.689,19	6.186,18
Costos Indirectos de Fabricación	999,51	1.086,45	1.180,95	1.283,67	1.395,32
<b>Total Anual</b>	<b>17.803,06</b>	<b>20.046,38</b>	<b>21.625,88</b>	<b>23.337,59</b>	<b>25.183,02</b>

Fuente: Cuadros N° 57, 59, 60

Elaborado por: La autora

Año: 2015

### 5.3.2. Presupuesto de Gastos.

#### 5.3.2.1. Gastos Administrativos.

##### a) Sueldos Administrativos.

El personal del área administrativa a excepción de las demás áreas, percibirá un sueldo superior al establecido en la Tabla de remuneraciones mínimas sectoriales para el 2015 según el Ministerio de Relaciones Laborales de Ecuador (MRL). Para la proyección de los sueldos administrativos, se tomó en cuenta la tasa de crecimiento promedio de los últimos 5 años de los Sueldos Básicos Unificados, la cual representa el 7,64%.

**Tabla N° 63. Remuneración al Personal Administrativo**

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Gerente</b>					
Mensual	450,00	484,38	521,39	561,22	604,10
Anual	5.400,00	5.812,56	6.256,64	6.734,65	7.249,17
Aporte Patronal 12.15%	656,10	706,23	760,18	818,26	880,77
Fondos de Reserva	0,00	484,19	521,18	561,00	603,86
13° Sueldo	450,00	484,38	521,39	561,22	604,10

14° Sueldo	354,00	375,39	398,07	422,13	447,63
Vacaciones	225,00	242,19	260,69	280,61	302,05
<b>Total Gerente</b>	<b>7.085,10</b>	<b>8.104,93</b>	<b>8.718,15</b>	<b>9.377,86</b>	<b>10.087,59</b>
<b>Contadora</b>					
Mensual	400,00	430,56	463,45	498,86	536,98
Anual	4.800,00	5.166,72	5.561,46	5.986,35	6.443,71
Aporte Patronal 12.15%	583,20	627,76	675,72	727,34	782,91
Fondos de Reserva	0,00	430,39	463,27	498,66	536,76
13° Sueldo	400,00	430,56	463,45	498,86	536,98
14° Sueldo	354,00	375,39	398,07	422,13	447,63
Vacaciones	200,00	215,28	231,73	249,43	268,49
<b>Total Contadora</b>	<b>6.337,20</b>	<b>7.246,09</b>	<b>7.793,70</b>	<b>8.382,78</b>	<b>9.016,48</b>
<b>Costo Total de Gastos de Personal Administrativo</b>	<b>13.422,30</b>	<b>15.351,03</b>	<b>16.511,85</b>	<b>17.760,64</b>	<b>19.104,06</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

*b) Suministros de Oficina.*

**Tabla N° 64. Suministros de Oficina**

Descripción	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Resma de papel bond	2	4,00	8,00
Esferos	12	0,30	3,60
Correctores	3	1,50	4,50
Lápices	6	1,30	7,80
Minas de lápiz	8	0,35	2,80
Borradores	6	0,30	1,80
Grapadoras	3	1,50	6,00
Grapas (caja)	3	1,50	4,50
Perforadoras	3	3,00	9,00
Clips (caja)	3	1,50	4,50
Calculadora Casio	3	12,00	36,00
Carpetas Archivadoras	4	1,90	7,60
Cuadernos	3	3,20	9,60
Facturero	2	7,00	14,00
<b>Total anual</b>			<b>119,70</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

La proyección de los precios de los siguientes años se realizó utilizando un incremento del 3,67% tasa de inflación al 31 de diciembre de 2014 obtenida de la página del Banco Central del Ecuador (BCE).

<b>Descripción</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Suministros de Oficina	119,70	124,09	128,65	133,37	138,26
<b>Total anual</b>	<b>119,70</b>	<b>124,09</b>	<b>128,65</b>	<b>133,37</b>	<b>138,26</b>

**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

*c) Materiales de Aseo.*

**Tabla N° 65. Materiales de Aseo**

<b>Descripción</b>	<b>Unidades</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Escoba de cerdas súper tigre	4	3,38	13,52
Escoba plástica regina	4	2,23	8,92
Trapeador de algodón	4	2,26	9,04
Desinfectante (galón kalipto)	3	5,95	17,85
Recogedor	4	1,00	4,00
Tacho de basura oficinas	3	5,00	15,00
Basurero para producción	1	10,00	10,00
Papel Higiénico (paquete de 4 rollos)	9	2,20	19,80
Franela de lana	6	0,92	5,52
<b>Total anual</b>			<b>103,65</b>

**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

La proyección de los precios de los siguientes años se realizó utilizando un incremento del 3,67% tasa de inflación al 31 de diciembre de 2014 obtenida de la página del Banco Central del Ecuador (BCE).

<b>Descripción</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Materiales de aseo	103,65	107,45	111,40	115,49	119,72
<b>Total anual</b>	<b>103,65</b>	<b>107,45</b>	<b>111,40</b>	<b>115,49</b>	<b>119,72</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

*d) Servicios Básicos.*

**Tabla N° 66. Servicios Básicos**

<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>
Agua Potable m <sup>3</sup>	3,08
Energía eléctrica kw/h	20,00
Servicio Telefónico	15,00
Servicio Internet	22,00
<b>Total mensual</b>	<b>60,08</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

La proyección de los precios de los siguientes años se realizó utilizando un incremento del 3,67% tasa de inflación al 31 de diciembre de 2014 obtenida de la página del Banco Central del Ecuador (BCE).

<b>Descripción</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Servicios Básicos Mensual	60,08	62,28	64,57	66,94	69,40
<b>Total anual</b>	<b>720,96</b>	<b>747,42</b>	<b>774,85</b>	<b>803,29</b>	<b>832,77</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

*e) Mantenimiento Equipo de Computación.*

El costo de mantenimiento tiene un valor de \$25 según investigación directa, en el año se hará un total de 2 mantenimientos a cada uno de los 3 ordenadores de la microempresa. La proyección de los precios de los siguientes años se realizó utilizando un incremento del 3,67% tasa de inflación al 31 de diciembre de 2014 obtenida de la página del Banco Central del Ecuador (BCE).

**Tabla N° 67. Proyección de Mantenimiento Equipo de Computación**

<b>Descripción</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Mantenimiento	180,00	186,61	193,45	200,55	207,91
<b>Total anual</b>	<b>180,00</b>	<b>186,61</b>	<b>193,45</b>	<b>200,55</b>	<b>207,91</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

*f) Gastos de Constitución.*

**Tabla N° 68. Gastos de Constitución**

<b>Descripción</b>	<b>Costo total</b>
Patente Municipal	71,66
Permiso de Bomberos	20,00
Permiso de Funcionamiento	100,00
Gastos de Instalación	250,00
Estudio de Factibilidad	200,00
Otros trámites de constitución	100,00
<b>Total</b>	<b>741,66</b>

Fuente: Investigación Directa, Municipio de Ibarra, Cuerpo de Bomberos Ibarra  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Tabla N° 69. Gastos de Constitución**

Descripción	Valor Inicial
Gastos de Constitución	741,66

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**5.3.2.2. Gastos de Ventas.****a) Sueldos de Ventas.**

El personal del área de ventas percibirá un sueldo básico establecido en la Tabla de remuneraciones mínimas sectoriales para el 2015 según el Ministerio de Relaciones Laborales de Ecuador (MRL). Para la proyección de los sueldos de ventas, se tomó en cuenta la tasa de crecimiento promedio de los últimos 5 años de los Sueldos Básicos Unificados, la cual representa el 7,64%.

**Tabla N° 70. Remuneración al Personal de Ventas**

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Vendedora</b>					
Mensual	363,27	391,02	420,90	453,05	487,67
Anual	4.359,24	4.692,29	5.050,78	5.436,66	5.852,02
Aporte Patronal 12.15%	529,65	570,11	613,67	660,55	711,02
Fondos de Reserva	0,00	390,87	420,73	452,87	487,47
13° Sueldo	363,27	391,02	420,90	453,05	487,67
14° Sueldo	354,00	375,39	398,07	422,13	447,63
Vacaciones	181,64	195,51	210,45	226,53	243,83
<b>Total Vendedora</b>	<b>5.787,79</b>	<b>6.615,19</b>	<b>7.114,60</b>	<b>7.651,79</b>	<b>8.229,65</b>
<b>Costo Total Gasto de Personal de Ventas</b>	<b>5.787,79</b>	<b>6.615,19</b>	<b>7.114,60</b>	<b>7.651,79</b>	<b>8.229,65</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**b) Otros Gastos de Ventas.**

Con respecto a la publicidad se pretende gastar un valor de \$200 mensuales, distribuidos de la siguiente manera, \$170 para cuñas publicitarias en una de las radios más conocidas del cantón Ibarra y \$30 para tarjetas de presentación. En movilidad y transporte se estima gastar un valor de \$50 mensuales. Para la proyección el incremento se lo hará de acuerdo a la tasa de inflación obtenida del Banco Central del Ecuador (BCE) al 31 de diciembre de 2014 que representa el 3,67%.

**Tabla N° 71. Otros Gastos de Ventas**

<b>Descripción</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Publicidad	2.400,00	2.488,08	2.579,39	2.674,06	2.772,19
Movilidad y Transporte	600,00	622,02	644,85	668,51	693,05
<b>Total anual</b>	<b>3.000,00</b>	<b>3.110,10</b>	<b>3.224,24</b>	<b>3.342,57</b>	<b>3.465,24</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

**c) Arriendo del Local.**

El lugar donde se instalará la microempresa será arrendado, con un pago de \$200 mensuales, este valor se fijó en un acuerdo con la dueña de casa misma que es familiar de la autora, para la proyección el incremento se lo hará de acuerdo a la tasa de inflación obtenida del Banco Central del Ecuador (BCE) al 31 de diciembre de 2014 que representa el 3,67%.

**Tabla N° 72. Arriendo del Local**

<b>Descripción</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Cantidad arriendos	12	12	12	12	12
Valor mensual	200,00	207,34	214,95	222,84	231,02
<b>Total anual</b>	<b>2.400,00</b>	<b>2.488,08</b>	<b>2.579,39</b>	<b>2.674,06</b>	<b>2.772,19</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

### 5.3.2.3. Gastos Financieros.

El crédito en el Banco Nacional de Fomento es de \$ 7.085,65 a una tasa de interés del 11,20% a 5 años plazo con cuotas mensuales de \$ 1.926,82. (Ver anexo 6)

**Monto:** 7.085,65

**Tasa de Interés:** 11,20%

**Plazo:** 5 años (anuales)

**Tabla N° 73. Tabla de Amortización**

<b>Año</b>	<b>Cuota</b>	<b>Intereses</b>	<b>Abono Capital</b>	<b>Saldo Capital</b>
0	-	-	-	7.085,65
1	1.926,82	793,59	1.133,23	5.952,42
2	1.926,82	666,67	1.260,15	4.692,27
3	1.926,82	525,53	1.401,29	3.290,98
4	1.926,82	368,59	1.558,23	1.732,75
5	1.926,82	194,07	1.732,75	0,00
<b>Total</b>		<b>2.548,46</b>	<b>7.085,65</b>	

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Tabla N° 74. Proyección Gastos Financieros**

<b>Descripción</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Intereses</b>	793,59	666,67	525,53	368,59	194,07
<b>Abono Capital</b>	1.133,23	1.260,15	1.401,29	1.558,23	1.732,75

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaborado por: La autora

Año: 2015

#### 5.3.2.4. Depreciación de los Activos.

Los gastos de depreciación del presente proyecto se realizaron en base a los porcentajes que determina el Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario (LORTI), en el Art.

28.6 a) Depreciación de activos fijos los cuales se muestra a continuación:

(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.

(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20%.

(IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.

Cabe recalcar que en el Equipo de Computación después de los 3 de uso su Valor Residual será 0,00 puesto que no se venderá este bien después de que este obsoleto o fuera de uso. Por lo tanto el Valor a Depreciar es el total del valor actual.

**Tabla N° 75. Porcentajes de Depreciaciones**

<b>Descripción</b>	<b>Valor Actual</b>	<b>% Valor Residual</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>Valor a Depreciar</b>	<b>Vida Útil</b>
Muebles y Equip. de Oficina	1.609,00	10%	160,90	1.448,10	10
Equipo de Computación	2.850,00	33%	00,0	2.850,00	3

**Fuente:** Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

**Tabla N° 76. Proyección de Depreciaciones**

<b>Descripción</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Muebles y Equip. de Oficina	144,81	144,81	144,81	144,81	144,81
Equipo de Computación	950,00	950,00	950,00	-	-
<b>Total Costo Depreciaciones</b>	<b>1.094,81</b>	<b>1.094,81</b>	<b>1.094,81</b>	<b>144,81</b>	<b>144,81</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

## 5.4. Estados Financieros Proyectados

### 5.4.1. Capital de Trabajo.

El capital de trabajo está presupuestado para 3 meses, dinero que ayudará hasta que el proyecto adquiera independencia propia y se detalla a continuación:

**Tabla N° 77. Capital de Trabajo**

<b>Rubro</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cant. Mensual</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Materia Prima Directa	Yeso (Quintal 81,4 libras)	30	12,48	369,41
Mano de Obra Directa	Maestros	2	515,55	1.031,10
	Gerente	1	590,43	590,43
	Contadora	1	528,10	528,10
Gastos Administrativos	Suministros de Oficina	1	9,98	9,98
	Materiales de Aseo	1	8,64	8,64
	Servicios Básicos	1	60,08	60,08
	Gasto Manten. Equip. de Comp.	1	15,00	15,00
	Vendedora	1	482,32	482,32
Gasto de Ventas	Gasto Publicidad	1	200,00	200,00
	Gasto Transporte	1	50,00	50,00
	Gasto Arriendo	1	200,00	200,00
Costos Indirectos	Costos indirectos de producción	1	83,29	83,29
<b>Total Capital de Trabajo Mensual</b>				<b>3.628,33</b>
<b>Capital de Trabajo para 3 meses</b>				<b>10.884,9</b>
				<b>9</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

## 5.4.2. Estado de Resultados.

## Empresa "DcorIn" Cía. Ltda.

## Estado de Resultados

(Expresado en USD dólares)

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Ingresos</b>					
Ventas Totales	55.488,00	60.314,34	65.560,48	71.262,93	77.461,38
Total Ingresos Proyectados	55.488,00	60.314,34	65.560,48	71.262,93	77.461,38
<b>(-) Costos de Producción</b>					
Materia Prima Directa	4.430,40	4.813,68	5.229,90	5.689,19	6.186,18
Mano de Obra Directa	12.373,15	14.146,25	15.215,03	16.364,74	17.601,52
Costos Indirectos de Fabricación	999,51	1.086,45	1.180,95	1.283,67	1.395,32
Total Costos de Producción	17.803,06	20.046,38	21.625,88	23.337,59	25.183,02
<b>(=) Utilidad o pérdida bruta proyectada</b>	<b>37.684,94</b>	<b>40.267,97</b>	<b>43.934,61</b>	<b>47.925,34</b>	<b>52.278,36</b>
<b>(-) Gastos Operacionales</b>					
<b>(-) Gastos Administrativos</b>					
Gasto Sueldos	13.422,30	15.351,03	16.511,85	17.760,64	19.104,06
Gasto Suministros de Oficina	119,70	124,09	128,65	133,37	138,26
Gasto Materiales de Aseo	103,65	107,45	111,40	115,49	119,72
Gasto Servicios Básicos	720,96	747,42	774,85	803,29	832,77
Gasto Manten. Eq. de Comp.	180,00	186,61	193,45	200,55	207,91
Gasto Arriendo del Local	2.400,00	2.488,08	2.579,39	2.674,06	2.772,19
Total Gastos Administrativos	16.946,61	19.004,68	20.299,59	21.687,39	23.174,93
<b>(-) Gasto de Ventas</b>					
Gasto Sueldos	5.787,79	6.615,19	7.114,60	7.651,79	8.229,65
Publicidad	2.400,00	2.488,08	2.579,39	2.674,06	2.772,19
Mov. y Transporte	600,00	622,02	644,85	668,51	693,05
Total Gastos de Ventas	8.787,79	9.725,29	10.338,84	10.994,36	11.694,89
<b>(-) Otros Gastos</b>					
Gasto Depreciación:					
Depre. Muebles y Equip. de Oficina	144,81	144,81	144,81	144,81	144,81
Depre. Equipo de Computación	950,00	950,00	950,00	-	-
Amortización Gastos de Const.	741,66	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Otros Gastos	1.836,47	1.094,81	1.094,81	144,81	144,81
<b>(=) Utilidad o pérdida operacional proyectada</b>	<b>10.114,07</b>	<b>10.443,19</b>	<b>12.201,37</b>	<b>15.098,77</b>	<b>17.263,73</b>
<b>(-) Gastos Financieros</b>					
Intereses	793,59	666,67	525,53	368,59	194,07
Total Gastos Financieros	793,59	666,67	525,53	368,59	194,07
<b>(=) Utilidad o pérdida antes del 15% participación trabajadores</b>	<b>9.320,48</b>	<b>9.776,51</b>	<b>11.675,83</b>	<b>14.730,18</b>	<b>17.069,67</b>
<b>(-) 15% Participación Trabajadores</b>	<b>1.398,07</b>	<b>1.466,48</b>	<b>1.751,37</b>	<b>2.209,53</b>	<b>2.560,45</b>
<b>(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos</b>	<b>7.922,41</b>	<b>8.310,04</b>	<b>9.924,46</b>	<b>12.520,66</b>	<b>14.509,22</b>
<b>(-) Fracción Básica</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>10.800,00</b>	<b>13.770,00</b>
<b>(=) Fracción Excedente</b>	<b>7.922,41</b>	<b>8.310,04</b>	<b>9.924,46</b>	<b>1.720,66</b>	<b>739,22</b>
<b>(*) Impuesto fracción excedente</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>5%</b>	<b>10%</b>
<b>(=) Impuesto Causado</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>86,03</b>	<b>73,92</b>
<b>(+) Impuesto a la fracción básica</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>149,00</b>
<b>(=) Impuesto a la Renta a Pagar</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>86,03</b>	<b>222,92</b>
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>	<b>7.922,41</b>	<b>8.310,04</b>	<b>9.924,46</b>	<b>12.434,62</b>	<b>14.286,29</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Es importante tener en cuenta que para que una persona natural pague impuesto a la renta debe superar los 10.800 sobre la base imponible entendiéndose por tal, el monto de las rentas gravadas percibidas en el año menos los costos o gastos denominados deducciones, caso contrario existe una cantidad desgravada, que es la cantidad fijada por la Ley sobre la cual la tarifa del impuesto es de 0%.

El presente proyecto en los 3 primeros años está exento de pago al Impuesto a la Renta, ya que la Utilidad antes de impuestos no sobrepasa la fracción básica, para el año 4 y 5 se hizo el cálculo sobre el impuesto de la fracción básica, puesto que estos dos años superan la fracción básica de 10.800 y se debe pagar para el año 4 el 5%, para el año 5 el 10% de Impuesto.

#### 5.4.3. Estado de Flujo de Efectivo.

**Empresa "DcorIn" Cía. Ltda.**  
**Estado de Flujo de Caja con Financiamiento**  
*(Expresado en USD dólares)*

<b>Descripción</b>	<b>Año Base</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Utilidad antes Particip. Trab.	0,00	9.320,48	9.776,51	11.675,83	14.730,18	17.069,67
Capital de Trabajo	9.000,00					
Préstamo	7.085,65					
(+)Depreciaciones		1.094,81	1.094,81	1.094,81	144,81	144,81
(+)Amort. Gtos de Const.		741,66	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)15% Participación Trab.		-1.398,07	-1.466,48	-1.751,37	-2.209,53	-2.560,45
(-)Amortización Deuda		-1.133,23	-1.260,15	-1.401,29	-1.558,23	-1.732,75
Impuesto Recuperado						884,95
<b>Flujo Neto de Caja</b>	<b>16.085,65</b>	<b>8.625,65</b>	<b>8.144,70</b>	<b>9.617,98</b>	<b>11.107,24</b>	<b>13.806,22</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

## 5.5. Evaluación Financiera

### 5.5.1. Costo de Oportunidad.

La Tasa de Rendimiento Medio o Tasa de Redescuento, es una forma de expresar con base anual la utilidad neta que se obtiene de una inversión promedio. El objetivo es encontrar un rendimiento, expresado como porcentaje, que se pueda comparar con el costo de capital. Un proyecto debe ser aceptado si la Tasa de Rendimiento Promedio es mayor que el Costo de Capital (Ck) y debe rechazarse, si es menor.

**Tabla N° 78. Costo de Oportunidad**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje de Inversión</b>	<b>Tasa Ponderada</b>	<b>Valor Ponderado</b>
Inversión Propia	9.000,00	55,95%	6%	3,36%
Inversión Financiada	7.085,65	44,05%	11,20%	4,93%
	<b>16.085,65</b>			<b>8,29%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

$$Ck = \frac{\text{Valor Ponderado}}{100}$$

$$Ck = 0,0829$$

### 5.5.2. Tasa de Rendimiento Medio.

$$TRM = (1 + Ck) (1 + \text{Inflación}) - 1$$

$$TRM = (1 + 0,0829) (1 + 0,0367) - 1$$

$$TRM = 12,26\%$$

Con los cálculos anteriores se determina que la Tasa de Rendimiento Medio es del 12,26%; esta es la tasa de oportunidad que se utilizará para el cálculo de los siguientes indicadores de rentabilidad.

### 5.5.3. Valor Actual Neto.

Este indicador muestra el monto de los beneficios netos futuros que tendrá el proyecto ante la inversión. La tasa de rendimiento medio es el 12,26%, el VAN se realizara mediante la siguiente fórmula matemática para los 5 años proyectados.

#### *Criterios de decisión:*

VAN > 0; Viable

VAN = 0; Indiferente

VAN < 0; No Viable

$$VAN = (II) + \frac{FCN}{(1+i)^1} + \frac{FCN}{(1+i)^2} + \frac{FCN}{(1+i)^3} + \frac{FCN}{(1+i)^4} + \frac{FCN}{(1+i)^5}$$

#### **En Donde:**

**II** = Inversión Inicial

**FCN** = Flujo de Caja Neto

**i** = Tasa de Rendimiento Medio

$$VAN = (-16.085,65) + \frac{8.625,65}{(1 + 0.1226)^1} + \frac{8.144,70}{(1 + 0.1226)^2} + \frac{9.617,98}{(1 + 0.1226)^3} + \frac{11.107,24}{(1 + 0.1226)^4} + \frac{13.806,22}{(1 + 0.1226)^5}$$

**VAN = \$19.592,04**

**Análisis:**

El Valor Actual Neto es mayor a cero por lo tanto el proyecto es factible de realizar. Al invertir \$16.085,65 en 5 años se obtendrá \$19.592,04 después de obtener la rentabilidad deseada y después de recuperar toda la inversión.

**Tabla N° 79. Valor Actual Neto**

<b>Años</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>Tasa Redescuento 12,28%</b>	<b>Flujos Netos Actualizados</b>
0	16.085,65		
2016	8.625,65	1,12264838	7.683,30
2017	8.144,70	1,26033939	6.462,30
2018	9.617,98	1,41491798	6.797,55
2019	11.107,24	1,58845539	6.992,48
2020	13.806,22	1,78327687	7.742,05
$\Sigma$ FNA			<b>35.677,69</b>

Fuente: Flujo de Caja  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

**5.5.4. Tasa Interna de Retorno.**

Es la rentabilidad de un proyecto productivo que devuelve la inversión durante su vida útil; se trata, por lo tanto de una medida de rentabilidad de una inversión.

**Criterios de decisión:**

TIR=TMAR el proyecto no representa ningún beneficios o pérdida

TIR>TMAR el proyecto es rentable

TIR<TMAR el proyecto representa pérdida para el inversionista

$$\text{TIR} = 16.085,65 + \frac{8.625,65}{(1 + 0.1226)^1} + \frac{8.144,70}{(1 + 0.1226)^2} + \frac{9.617,98}{(1 + 0.1226)^3} + \frac{11.107,24}{(1 + 0.1226)^4} + \frac{13.806,22}{(1 + 0.1226)^5}$$

$$i = 50,56 \%$$

### *Análisis:*

La Tasa Interna de Retorno que se obtuvo indica que el 50,562% una cifra que supera a la Tasa de Rendimiento del 12,26% por lo tanto el proyecto se lo considera factible o viable.

### **5.5.5. Periodo de Recuperación de la Inversión.**

El plazo de recuperación real de una inversión es el tiempo en que la inversión va a ser recuperada, basándose en los flujos de caja que genera en cada periodo de su vida útil.

**Tabla N° 80. Periodo de Recuperación de la Inversión**

<b>Año</b>	<b>Flujos de Efectivo Actualizados</b>	<b>Flujos Netos Acumulados</b>	<b>Inversión</b>
<b>0</b>			16.085,65
2016	7.683,30	7.683,30	
2017	6.462,30	14.145,61	
2018	6.797,55	20.943,16	
2019	6.992,48	27.935,64	
2020	7.742,05	35.677,69	

Fuente: Flujo de Caja

Elaborado por: La autora

Año: 2015

$$16.085,65 - 14.145,61 = 1.940,04$$

$$1.940,04 / 6.797,55 = 0,29 \quad \text{Año}$$

$$0,29 * 12 = 3,42 \quad \text{Mes}$$

$$3,42 - 3 * 30 = 12,74 \quad \text{Días}$$

**Análisis:**

La recuperación de la inversión se la realiza en 2 años 3 meses y 13 días, dentro de los cinco años proyectados, es decir el proyecto es factible de realizarlo.

**5.5.6. Relación Costo – Beneficio.**

Es lo que refleja el valor que tiene el proyecto en cuanto a los beneficios y costos.

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\sum \text{FNE Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{35.677,69}{16.085,65}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \$ 2,22$$

El análisis de este indicador se efectúa en base a lo siguiente:

C/B > 1 Viable

C/B = 1 Indiferente

C/B < 1 No Viable

**Análisis:**

El Beneficio – Costo es mayor a uno, por tanto el proyecto si es aceptable. Por cada dólar invertido hay un ingreso de \$2,22, o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de \$1,22 centavos de dólar.

### 5.5.7. Relación Ingresos – Egresos.

**Tabla N° 81. Relación Ingresos – Egresos**

Años	Ingresos	Egresos	Tasa de Redescuento	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
2016	55.488,00	46.167,52	1,122648383	49.425,98	41.123,76
2017	60.314,34	50.537,83	1,260339393	47.855,64	40.098,59
2018	65.560,48	53.884,65	1,414917982	46.335,18	38.083,23
2019	71.262,93	56.532,75	1,588455385	44.863,03	35.589,76
2020	77.461,38	60.391,71	1,783276871	43.437,66	33.865,58
<b>∑Ingresos y Egresos Actualizados</b>				<b>231.917,50</b>	<b>188.760,92</b>

Fuente: Flujo de Caja  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

$$\text{CIB} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{CIB} = \frac{231.917,50}{188.760,92}$$

$$\text{CIB} = \$ 1,23$$

#### *Análisis:*

La relación Ingresos y Egresos es de \$1,23; por lo tanto por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de \$1,23 o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de \$0,23 centavos de dólar.

### 5.5.8. Punto de Equilibrio.

El Punto de Equilibrio es un indicador financiero que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán con exactitud los costos efectuados en la empresa, de tal manera que

esta no pierda ni gane, mostrando además la magnitud de las utilidades o pérdidas cuando las ventas exceden o decaen de este punto.

**Tabla N° 82. Punto de Equilibrio**

<b>Descripción</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Ingresos</b>	55.488,00	60.314,34	65.560,48	71.262,93	77.461,38
<b>Total Ingresos</b>	<b>55.488,00</b>	<b>60.314,34</b>	<b>65.560,48</b>	<b>71.262,93</b>	<b>77.461,38</b>
<b>Costos Fijos</b>					
Mano de Obra Directa	12.373,15	14.146,25	15.215,03	16.364,74	17.601,52
Gasto Sueldo Administrativo	13.422,30	15.351,03	16.511,85	17.760,64	19.104,06
Gasto Suministros de Oficina	119,70	124,09	128,65	133,37	138,26
Gasto Materiales de Aseo	103,65	107,45	111,40	115,49	119,72
Gasto Servicios Básicos	720,96	747,42	774,85	803,29	832,77
Gasto Manten. Eq. de Comp.	180,00	186,61	193,45	200,55	207,91
Gasto Arriendo del Local	2.400,00	2.488,08	2.579,39	2.674,06	2.772,19
Gasto Sueldo Ventas	5.787,79	6.615,19	7.114,60	7.651,79	8.229,65
Publicidad	2.400,00	2.488,08	2.579,39	2.674,06	2.772,19
Mov. y Transporte	600,00	622,02	644,85	668,51	693,05
Gastos financieros	793,59	666,67	525,53	368,59	194,07
Depreciación	1.094,81	1.094,81	1.094,81	144,81	144,81
Amort. Gastos de Const.	741,66	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>40.737,61</b>	<b>44.637,70</b>	<b>47.473,80</b>	<b>49.559,89</b>	<b>52.810,21</b>
<b>Costos Variables</b>					
Materia Prima Directa	4.430,40	4.813,68	5.229,90	5.689,19	6.186,18
Costos Indirectos de Fabricac.	999,51	1086,4473	1180,9465	1283,6651	1395,3183
<b>Total Costos Variables</b>	<b>5.429,91</b>	<b>5.900,13</b>	<b>6.410,85</b>	<b>6.972,86</b>	<b>7.581,50</b>
<b>Costo Total</b>	<b>46.167,52</b>	<b>50.537,83</b>	<b>53.884,65</b>	<b>56.532,75</b>	<b>60.391,71</b>
<b>Total acabados en c/año</b>	<b>5.184</b>	<b>5.435</b>	<b>5.699</b>	<b>5.975</b>	<b>6.265</b>
Total cornisas	4.800	5.033	5.277	5.533	5.801
Total rosetones	192	201	211	221	232
Total marcos para espejos	192	201	211	221	232

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Fórmulas Punto de Equilibrio.****a) Punto de Equilibrio en Dólares.**

$$\text{P. E. \$} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}\right)}$$

$$\text{P. E. \$} = 45.156,51$$

El análisis del cálculo anterior demuestra que la empresa necesita vender el valor de \$45.156,51 durante el primer año como mínimo para no generar utilidad ni pérdida, una vez puesto en marcha el proyecto.

**b) Punto de Equilibrio en Unidades.**

$$\text{P. E. Unid} = \frac{\text{Costos Fijos} * (\text{Producto})}{\text{Ventas} - \text{Costos Variables}}$$

$$\text{P. E. Unid} = 3.906 \text{ (Cornisas)}$$

$$\text{P. E. Unid} = 156 \text{ (Rosetones)}$$

$$\text{P. E. Unid} = 156 \text{ (Marcos para espejos)}$$

**Tabla N° 83. Punto de Equilibrio**

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Punto de Equilibrio (\$)</b>	45.156,5	49.477,7	52.619,1	54.935,1	58.539,7
	1	6	8	2	6
<b>P. E. de cornisas (Unidades)</b>	3.906	4.129	4.235	4.265	4.384
<b>P. E. de rosetones</b>					
<b>(Unidades)</b>	156	165	169	170	175
<b>P. E. de marcos (Unidades)</b>	156	165	169	170	175

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

## 5.6. Resumen de la Evaluación Financiera

**Tabla N° 84. Resumen de la Evaluación Financiera**

<b>Siglas</b>	<b>Indicador</b>	<b>Resultado</b>	<b>Viabilidad</b>
TRM	Tasa de Rendimiento Medio	12,26%	(+)
VAN	Valor Actual Neto	19.592,04	(+)
TIR	Tasa Interna de Retorno	50,56%	(+)
PRI	Periodo de Recuperación de la Inversión	2a, 3m, 13d	(+)
C/b	Costo Beneficio	2,22	(+)
CIB	Relación Ingresos – Egresos	1,23	(+)
PE	Punto de Equilibrio en Dólares	45.156,51	(+)

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

### *Análisis:*

El proyecto de la creación de una microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso en la ciudad de Ibarra, provincia Imbabura; es financieramente viable.

## 5.7. Análisis de Sensibilidad del Proyecto

**Tabla N° 85. Análisis de sensibilidad cuando el precio baja en un 5%**

<b>Siglas</b>	<b>Indicador</b>	<b>Resultado</b>	<b>Viabilidad</b>
TRM	Tasa de Rendimiento Medio	12,26%	(+)
VAN	Valor Actual Neto	9.735,55	(+)
TIR	Tasa Interna de Retorno	32,37%	(+)
PRI	Periodo de Recuperación de la Inversión	3a, 3m, 28d	(+)
C/b	Costo Beneficio	1,61	(+)
CIB	Relación Ingresos – Egresos	1,17	(+)
PE	Punto de Equilibrio en Dólares	45.415,79	(+)

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Tabla N° 86. Análisis de sensibilidad cuando el precio sube en un 5%**

<b>Siglas</b>	<b>Indicador</b>	<b>Resultado</b>	<b>Viabilidad</b>
TRM	Tasa de Rendimiento Medio	12,26%	(+)
VAN	Valor Actual Neto	29.448,54	(+)
TIR	Tasa Interna de Retorno	67,60%	(+)
PRI	Periodo de Recuperación de la Inversión	1a, 9m, 27d	(+)
C/b	Costo Beneficio	2,83	(+)
CIB	Relación Ingresos – Egresos	1,29	(+)
PE	Punto de Equilibrio en Dólares	44.924,46	(+)

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Tabla N° 87. Análisis de sensibilidad cuando el costo baja en un 5%**

<b>Siglas</b>	<b>Indicador</b>	<b>Resultado</b>	<b>Viabilidad</b>
TRM	Tasa de Rendimiento Medio	12,26%	(+)
VAN	Valor Actual Neto	22.223,64	(+)
TIR	Tasa Interna de Retorno	55,42%	(+)
PRI	Periodo de Recuperación de la Inversión	2a, 1m, 6d	(+)
C/b	Costo Beneficio	2,38	(+)
CIB	Relación Ingresos – Egresos	1,25	(+)
PE	Punto de Equilibrio en Dólares	44.229,31	(+)

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2015

**Análisis:**

Una vez realizadas las afectaciones del +5% y -5% al precio y del -5% a los costos, se determina que si existe rentabilidad y por lo tanto el proyecto es flexible a la disminución de una variable. Se determina que el proyecto es más sensible cuando baja o sube el precio de los acabados.

## **5.8. Conclusión del Estudio Económico - Financiero**

La elaboración del análisis financiero en la creación de este proyecto, ha sido el paso más importante para determinar la viabilidad del mismo y en sí de la inversión. Todos y cada uno de los indicadores financieros, acordes con las proyecciones realizadas reflejan resultados positivos los cuales son de gran importancia al momento de decidir el destino de la inversión; brindándole al proyecto la confiabilidad y viabilidad, que espera tener desde el inicio de su realización hasta su culminación.

## CAPÍTULO VI

### ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA

#### 6.1. Denominación de la microempresa

##### 6.1.1. Nombre de la Microempresa.

La denominación o razón social de la microempresa será:

“DecorIn”

Se ha escogido este nombre debido a que transmite el rol de la microempresa dedicada a la decoración de interiores con acabados a base de yeso, además de ser un nombre corto es fácil de recordar y pronunciar.

##### 6.1.2. Logotipo de la Microempresa.



##### 6.1.3. Eslogan.

El Eslogan de DecorIn es:

DecorIn.....”Lo que tu hogar necesita en decoración”

#### 6.1.4. Tipo de Microempresa.

De acuerdo al Clasificador Internacional Industrial Único (CIU) la microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores se ubica en el sector: Fabricación de otros artículos de yeso, incluso los usados con fines decorativos, datos obtenidos de la página del Servicio de Rentas Internas (SRI) y actualizados a partir del día lunes 29 de Junio de 2015, CIU a la versión 4.0 – sétimo nivel.

**Tabla N° 88. Tipo de microempresa - Sector Actividad**

<b>CIU 4.0</b>	
C2395	Fabricación de otros artículos de hormigón, yeso, cemento o piedra artificial,
.09	Incluso los usados con fines decorativos: estatuas, muebles, bajorrelieves y altorrelieves, jarrones, macetas, etcétera.
C2395	Fabricación de otros artículos de yeso, incluso los usados con fines decorativos:
.09.03	estatuas, muebles, bajorrelieves y altorrelieves, jarrones, macetas, etcétera.

Fuente: SRI, CIU versión 4.0

Elaborado por: La autora

Año: 2015

## 6.2. Filosofía Institucional

### 6.2.1. Misión.

Somos una microempresa que provee los mejores acabados para la decoración de interiores, que brinden un ambiente estéticamente más agradable para nuestros clientes, con acabados de calidad producidos y comercializados por excelente capital humano, competente, comprometido y honesto, al mejor costo y en el menor tiempo de entrega, garantizando con eficiencia su completa satisfacción.

### **6.2.2. Visión.**

Para el año 2020 ser líderes en la producción y comercialización de acabados para la decoración de interiores con importante presencia a nivel regional, y un amplio portafolio de productos en todo lo referente a decoración, con los más altos estándares de calidad, servicio y cumplimiento, en beneficio de la compañía, nuestros clientes, trabajadores y la sociedad.

### **6.2.3. Principios.**

#### **✓ *Orientación al cliente.***

El cliente es siempre lo más importante y el objetivo es conseguir en todo momento el 100% de su satisfacción. La rapidez en el servicio, el trato amable y personal y la constante adaptación a los gustos del cliente son los medios para conseguirlo.

#### **✓ *Trabajo en equipo.***

Cada uno aporta su experiencia y conocimiento para ofrecer los acabados de mejor calidad a los clientes y obtener el éxito en conjunto apoyándose de forma recíproca.

#### **✓ *Productividad.***

En cada uno de los procesos y en el empleo de los recursos materiales.

#### **✓ *Cuidado del medio ambiente.***

Ser ciudadanos responsables, capaces de desarrollar nuestro trabajo con la condición del máximo respeto al medio ambiente.

#### **✓ *Desarrollo y bienestar del recurso humano.***

Proporcionar una adecuada calidad de vida a nuestros trabajadores; velar por su seguridad física, social y emocional; brindarles los servicios que los valoren como personas; promover su crecimiento a través del entrenamiento y desarrollo profesional y social, estimular su autorrealización.

#### **6.2.4. Valores Corporativos.**

DecorIn basa su desempeño en sólidos valores que rigen el comportamiento y actuación de todos los colaboradores.

✓ ***Honestidad.***

Obrar con transparencia y clara orientación moral cumpliendo con las responsabilidades asignadas, ofreciendo precios justos de acuerdo a la calidad del producto. Mostrar una conducta ejemplar dentro y fuera de la compañía.

✓ ***Calidad.***

Perfeccionar los procesos en todos los acabados que realizamos, a través de una mejora continua, para lograr eficacia, eficiencia y productividad buscando alcanzar la excelencia, en beneficio y satisfacción de nuestro personal y clientes.

✓ ***Confianza.***

Entregar confianza de que haremos nuestra labor de la mejor manera, para así satisfacer a cada uno de nuestros clientes.

✓ ***Compromiso.***

Nos comprometemos a brindarles el mejor servicio a nuestros clientes, al brindarles productos de calidad; con la sociedad, al brindar estabilidad a las familias de nuestro personal.

✓ ***Puntualidad.***

Cumplir con los compromisos y obligaciones en el tiempo acordado, valorando y respetando el tiempo de los demás.

✓ ***Equidad.***

Otorgar a cada cual, dentro de la compañía lo que le corresponde según criterios ciertos y razonables.

✓ ***Solidaridad.***

Generar compañerismo y un clima de amistad, trabajando juntos para cumplir nuestra misión y encaminarnos hacia el logro de nuestra visión. Tener permanente disposición para ofrecer a los demás un trato amable y brindarles apoyo generoso, al tiempo que se cumplen las tareas con calidad, eficiencia y pertinencia.

✓ ***Responsabilidad.***

Asumir las consecuencias de lo que se hace o se deja de hacer en la compañía y su entorno. Tomar acción cuando sea necesario; obrar de manera que se contribuya al logro de los objetivos de la compañía.

✓ ***Respeto.***

Desarrollar una conducta que considere las opiniones de los trabajadores y los respetemos como personas. Asimismo aceptar y cumplir las leyes, las normas sociales y las de la naturaleza.

#### **6.2.5. Objetivos Organizacionales.**

- ✓ Instalar la microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.
- ✓ Cubrir la demanda insatisfecha existente en la ciudad de Ibarra, comercializando acabados de excelente calidad al mejor costo, que satisfaga las necesidades de los consumidores y superando sus expectativas.
- ✓ Formar un equipo de trabajo comprometido con el desarrollo y crecimiento de la microempresa, altamente calificado y capacitado para desarrollar sus funciones.
- ✓ Asegurar el posicionamiento de la microempresa en el mercado y fidelización de clientes.

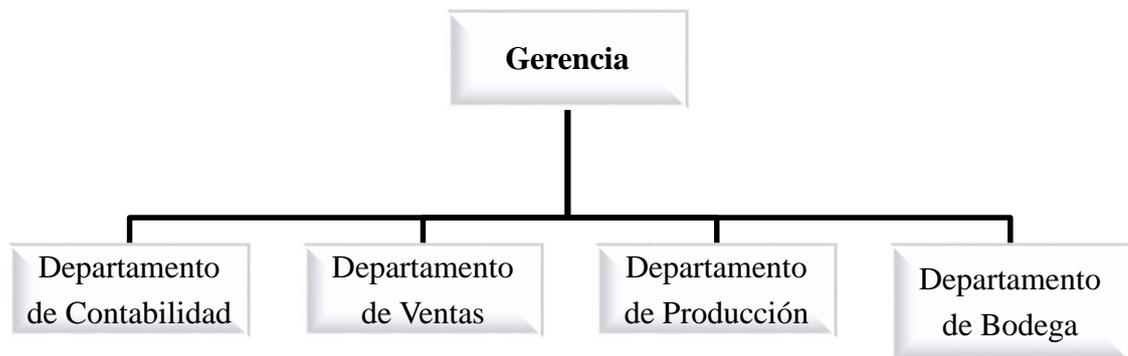
- ✓ Conseguir unos resultados de negocio aceptables, el reconocimiento de la sociedad y el liderazgo frente al sector.
- ✓ Realizar reuniones periódicas con los trabajadores para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades.
- ✓ Ofrecer la mejor atención a los clientes de forma atenta y confiable, pues de ellos depende el éxito de la microempresa.
- ✓ Prestar un servicio rápido y oportuno a los clientes aprovechando la ubicación estratégica que tendrá la microempresa en la ciudad.

#### **6.2.6. Políticas Organizacionales.**

Las políticas son criterios generales de ejecución que auxilian al logro de los objetivos y facilitan la implementación de las estrategias.

- ✓ Lograr la satisfacción permanente de las necesidades y expectativas de los clientes con estándares de competitividad, productividad y crecimiento. Esto se logra con una participación individual y de equipo de todo el personal, con un compromiso de mejora continua.
- ✓ Capacitar trimestralmente a todos los empleados para asegurar la calidad en los procesos y productos, orientándolo hacia la búsqueda permanente de la excelencia.
- ✓ Trabajar con estándares de calidad y bajo normas estrictas de seguridad.
- ✓ Proporcionar un lugar de trabajo seguro, sano y libre de potenciales daños que pueden generar deterioro en la salud de nuestro capital humano.
- ✓ El uso de materiales de seguridad personal será obligatorio para los trabajadores en todos los procesos que se realicen en el Departamento de Producción.

### 6.3. Organigrama Estructural.



**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

Se contratará tiempo completo a la contadora, por lo que no constará en el organigrama como nivel de apoyo.

### 6.4. Organigrama Funcional.

Los niveles estructurales y funcionales de la microempresa están organizados en tres niveles jerárquicos.

**Nivel Ejecutivo:** Departamento de Gerencia

**Nivel Administrativo:** Departamento de Contabilidad.

**Nivel Operativo:** Departamento de ventas y producción.

## 6.4.1. Manual de Funciones.

	<b>Definición del puesto: GERENTE PROPIETARIO</b>	
	<b>Misión del puesto:</b> Se encarga de que su compañía funcione por completo y de guiar a los demás, es responsable por la correcta dirección, organización, y control de los bienes y recursos que posee la microempresa.	
<b>Perfil:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Experiencia Mínima 2 años.</li> <li>✓ Educación superior en administración de empresas o carrera a fin a esta</li> <li>✓ Conocimiento en el manejo de administración de recursos humanos y materiales, Capacidad financiera, estratégica y tecnológica.</li> </ul>	<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Representar judicial y legalmente a la microempresa.</li> <li>✓ Planificar, organizar y mantener una positiva imagen de DecorIn ante sus stakeholders.</li> <li>✓ Conocer cada una de las áreas de la microempresa y el funcionamiento de éstas.</li> <li>✓ Conocer el mercado y tomar las medidas necesarias para que la microempresa se desarrolle y funcione con éxito.</li> <li>✓ Atender las quejas de sus stakeholders por más pequeñas que sean.</li> <li>✓ Reconocer e identificar los problemas de la microempresa y plantear soluciones.</li> <li>✓ Estudiar las mejores opciones de compra de la materia prima que necesita.</li> <li>✓ Asignar tareas al personal.</li> <li>✓ Tomar decisiones sobre la producción de acabados, compra de materiales, venta de productos así como la contratación o despido de personal.</li> <li>✓ Crear estímulos que motiven a su equipo de trabajo.</li> <li>✓ Revisar la contabilidad de cada mes para saber cuánto se está gastando.</li> <li>✓ Aprobar y modificar los reglamentos internos que requiera la microempresa.</li> <li>✓ Supervisar el funcionamiento de los departamentos y evaluar periódicamente su desempeño.</li> <li>✓ Aprobar y difundir los documentos normativos de la microempresa.</li> <li>✓ Aprobar presupuestos e inversiones de la microempresa.</li> </ul>	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Habilidad para negociar.</li> <li>✓ Capacidad de análisis y síntesis.</li> <li>✓ Actitud de un líder.</li> <li>✓ Toma de decisiones.</li> <li>✓ Iniciativa propia.</li> <li>✓ Tener don de mando.</li> <li>✓ Ética, integridad y moral profesional.</li> </ul>		
<b>Relación funcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Deberá reportar a los trabajadores la información de la microempresa con el debido sustento.</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

Fuente: Inversión Directa  
 Elaborado por: La autora

Año: 2015

	<b>Definición del puesto:</b> <b>CONTADORA/SECRETARIA</b>	
	<b>Misión del puesto:</b> Controlar el buen funcionamiento del manejo de los recursos económicos de la microempresa. Ser responsable de la documentación que ingresa y sale.	
<b>Perfil:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poseer título universitario en Contabilidad y Auditoría CPA.</li> <li>✓ Experiencia mínima de un año en el manejo contable y tributario.</li> <li>✓ Edad mínima 23 años.</li> <li>✓ Tolerancia al trabajo bajo presión.</li> </ul>	<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Efectuar reportes contables detallados.</li> <li>✓ Coordinar la correcta elaboración del presupuesto general y dar seguimiento al mismo.</li> <li>✓ Preparar y cumplir con todas las disposiciones que emite el SRI.</li> <li>✓ Revisar los gastos mensuales.</li> <li>✓ Clasificar, registrar, interpretar y analizar la información financiera de conformidad con lo que establece la ley.</li> <li>✓ Registro de los documentos de entrada y salida de la microempresa.</li> <li>✓ Realizar llamadas telefónicas a los proveedores de la materia prima principal.</li> </ul>	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacidad analítica.</li> <li>✓ Habilidad para negociar.</li> <li>✓ Ser objetiva.</li> <li>✓ Inteligencia para resolver problemas.</li> <li>✓ Alto sentido de honorabilidad y responsabilidad.</li> <li>✓ Experiencia en manejo de sistemas contables.</li> </ul>		
<b>Relación funcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Deberá reportar a gerencia la información financiera de la microempresa y obtener el visto bueno del gerente.</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

Fuente: Inversión Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

	<b>Definición del puesto: VENDEDORA</b>	
	<b>Misión del puesto:</b> Se encargará de implementar estrategias de marketing y objetivos de mercado.	
<b>Perfil:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ingeniera en mercadotecnia o carreras afines.</li> <li>✓ Edad hasta los 35 años.</li> <li>✓ Experiencia mínima de dos años en cargos similares.</li> </ul>	<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elaborar estrategias de marketing.</li> <li>✓ Cumplir con excelencia la atención al cliente.</li> <li>✓ Informar sobre las ventas al departamento de contabilidad.</li> <li>✓ Interactuar con los clientes.</li> <li>✓ Entregar puntualmente los pedidos solicitados por los clientes.</li> <li>✓ Realizar cierres de caja diarios.</li> <li>✓ Mejorar continuamente el servicio que ofrece la microempresa.</li> <li>✓ Asesorar las ventas y tomar el pedido del cliente.</li> </ul>	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Excelencia en atención al cliente.</li> <li>✓ Capacidad de comunicación.</li> <li>✓ Actitud positiva en las relaciones interpersonales.</li> <li>✓ Capacidad para negociar</li> <li>✓ Tener iniciativa en el trabajo.</li> <li>✓ Conocimientos básicos de marketing y ventas.</li> </ul>		
<b>Relación funcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Deberá reportar al departamento de contabilidad y si lo requiriera a gerencia la información acerca de las ventas e ingresos efectuados en el día.</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

Fuente: Inversión Directa  
 Elaborado por: La autora

Año: 2015

	<b>Definición del puesto: MAESTRO</b>	
	<b>Misión del puesto:</b> Realizar la producción de acabados a base de yeso.	
<b>Perfil:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Preparación nivel secundaria-bachiller.</li> <li>✓ Experiencia laboral.</li> </ul>	<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cumplir con los niveles de operación requeridos por la microempresa.</li> <li>✓ Solicitar los insumos, materiales y herramientas indispensables para la producción de acabados.</li> <li>✓ Cumplir con estándares y políticas de calidad.</li> <li>✓ Fomentar la eficiencia en las actividades y el trabajo en equipo.</li> <li>✓ Mantener estable y eficiente la producción.</li> <li>✓ Verificar que el trabajo se realice de acuerdo a los pedidos establecidos.</li> <li>✓ Entregar los acabados solicitados en el tiempo negociado con el cliente.</li> <li>✓ Registrar y presentar una lista diaria de los despachos realizados.</li> </ul>	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Creatividad.</li> <li>✓ Agilidad.</li> <li>✓ Trabajo en equipo.</li> <li>✓ Perseverancia y constancia.</li> <li>✓ Alto sentido de responsabilidad.</li> <li>✓ Puntualidad.</li> <li>✓ Buena actitud.</li> </ul>		
<b>Relación funcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Deberá reportar al departamento de contabilidad y si lo requiriera a gerencia la disponibilidad de materiales y el estado de las herramientas.</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

Fuente: Inversión Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

## 6.5. Aspectos legales de funcionamiento

### 6.5.1. Registro Único de Contribuyentes.

Se deberá inscribir dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas.

*Requisitos generales para la identificación del contribuyente (persona natural) o representante legal de la sociedad en inscripción o actualización del RUC.*

#### *Personas Naturales.*

- ✓ Documento de identificación: Presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- ✓ Documento de votación: Presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento de la Ley de Elecciones.
- ✓ Documento migratorio: Extranjeros presentarán el original y entregarán una copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.

*Requisitos generales para identificación de la ubicación del domicilio y establecimiento del contribuyente (persona natural o sociedad) en inscripción o actualización del RUC.*

En los procesos de inscripción o actualización del RUC, el servidor de ventanilla validará cualquiera de los siguientes documentos (vigencia de tres (3) meses desde la fecha de emisión, corte o pago) para verificar su dirección:

- ✓ Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro; o,
- ✓ Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente; o,

- ✓ Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o,
- ✓ Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

### **6.5.2. Patente Municipal.**

Según datos de la página web del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra, la actividad económica debe registrarse dentro de los treinta días siguientes al día final de mes en el que se inician las actividades, se cuenta la fecha que consta en el RUC como inicio de actividad.

De acuerdo al Art. 547 del COOTAD publicado en el suplemento del Registro Oficial Nro. 303 del 10 de octubre del 2010, deben declarar y pagar el impuesto a la patente municipal todas las personas y las empresas o sociedades domiciliadas o con establecimiento en el Cantón Ibarra que realicen permanentemente Actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Por tanto toda persona que realice actividades económicas que generen ingresos por su propia cuenta está obligada a pagar el impuesto de patente municipal.

#### ***Requisitos a presentar para la inscripción y pago de patente.***

- ✓ Copia del RUC o RISE actualizado.
- ✓ Copia de la cedula identidad y certificado de votación.
- ✓ Copia del comprobante de pago del impuesto predial donde funciona la actividad económica.
- ✓ Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos.

- ✓ En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cedula y certificado de votación.

**Artesanos.**

- ✓ Requisitos 1, 2, 3, 4, 5 y 6.
- ✓ Copia de la calificación artesanal.
- ✓ Tres declaraciones de IVA o dos semestrales.

Con el fin de identificar plenamente el lugar donde se realiza la actividad económica la municipalidad incorpora al registro de actividades económicas la clave catastral del predio para la cual podrán presentar uno de los siguientes requisitos.

- ✓ Copia de la carta de pago del impuesto predial del predio donde funciona la actividad económica del año en el que esté realizando el registro.

**Nota:** El trámite es personal en caso de caso fortuito, el encargado debe presentar la carta de autorización para que registre la actividad.

**6.5.3. Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.**

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento que se enmarca dentro de la actividad.

El presente proyecto se encuentra en categoría tipo C.

**Requisitos.**

- ✓ Solicitud de inspección del local.
- ✓ Informe favorable de la inspección.
- ✓ Copia del RUC; y,
- ✓ Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

- ✓ Copia de la cédula de identidad.
- ✓ Copia de la Patente Municipal.
- ✓ Su costo es de \$15.

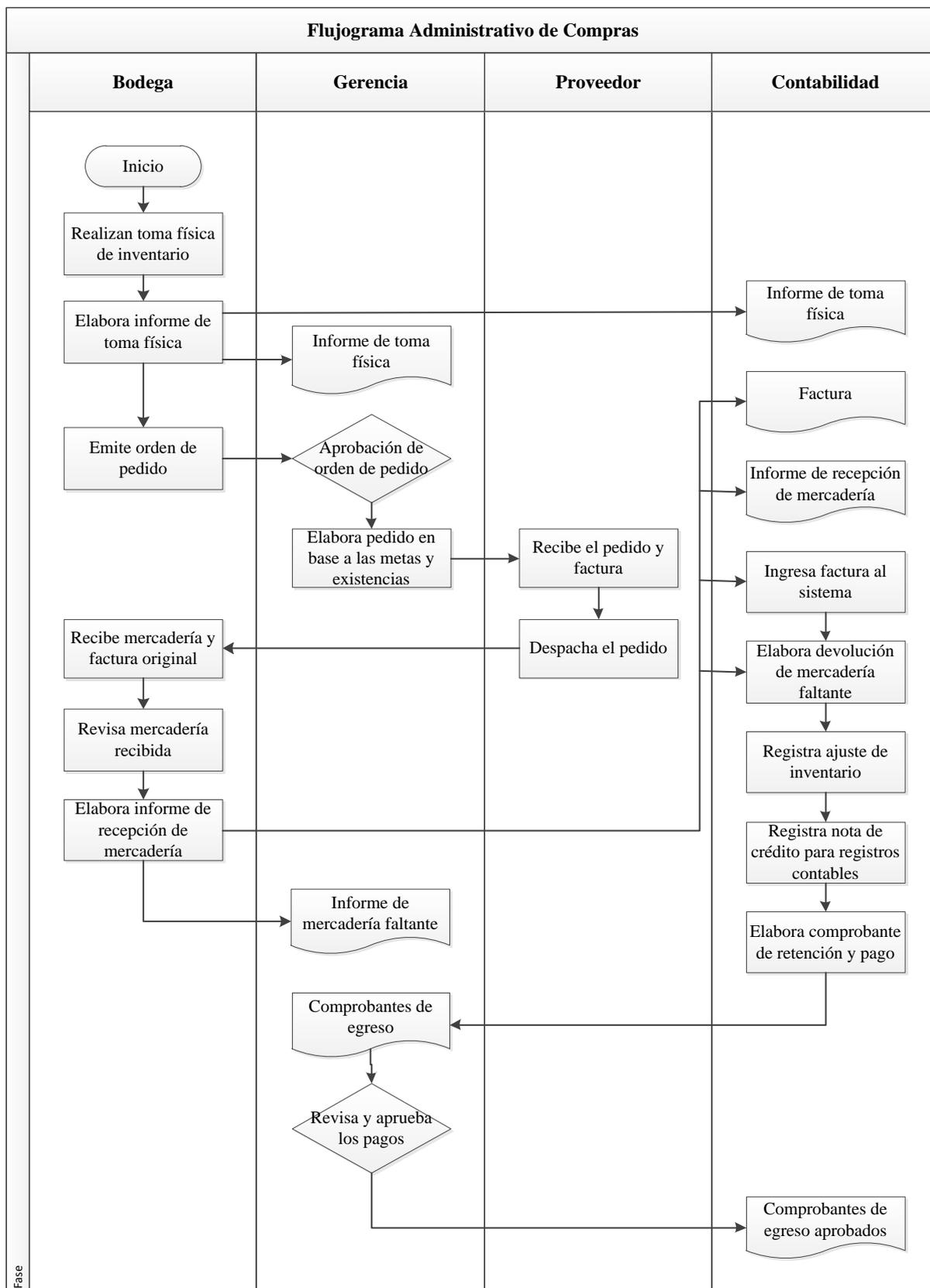
#### **6.5.4. Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública.**

Entre los establecimientos que deben obtener permiso de funcionamiento se encuentran los comerciales al cual se dedica el proyecto.

***Requisitos para obtener permiso de funcionamiento (Acuerdos Ministeriales 1712 y 4907).***

- ✓ Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- ✓ Registro único de contribuyentes (RUC).
- ✓ Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
- ✓ Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- ✓ Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- ✓ Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- ✓ Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

Gráfico N° 23. Flujograma Administrativo de Compras



## CAPÍTULO VII

### IMPACTOS DEL PROYECTO

#### 7.1. Análisis de Impactos

El impacto es el resultado de los efectos del proyecto. DecorIn tiene una obligación ética que busca identificar los impactos tanto positivos como negativos, con la finalidad de implementar mecanismos para minimizar los negativos y potenciar los positivos.

A través de una valoración cuantitativa y cualitativa que se presentan en la siguiente matriz, se analizarán los efectos y consecuencias positivas y negativas que generará la implantación del proyecto.

**Tabla N° 89. Matriz de Valoración de Impactos**

Impacto	Calificación	Nivel
	Cuantitativa	Cualitativo
Negativo	-3	Alto
	-2	Medio
	-1	Bajo
Nulo	0	No presenta impacto
Positivo	1	Bajo
	2	Medio
	3	Alto

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2015

Para elaborar la matriz de impactos se considerará los siguientes aspectos:

- ✓ Señalar el impacto a evaluarse.
- ✓ Establecer los indicadores que serán calificados en la matriz.
- ✓ Aplicar la fórmula para evaluar y analizar el impacto.
- ✓ Después de analizar individualmente cada impacto se concluirá con un análisis general.

Para la elaboración de la matriz se tomarán en cuenta los siguientes impactos:

- ✓ Impacto Social
- ✓ Impacto Ambiental
- ✓ Impacto Empresarial
- ✓ Impacto Económico.
- ✓ Impacto Educativo.

El resultado del nivel de cada impacto se hará mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

## 7.2. Impacto Social

**Tabla N° 90. Matriz de Impacto Social**

Indicador	Negativo			Nulo	Positivo			Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Fuentes de empleo							X	3
Calidad de vida							X	3
Estabilidad económica						X		2
Satisfacción Laboral						X		2
<b>Total</b>						4	6	<b>10</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{10}{4} = 2.5 = 3$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \text{Alto Positivo}$$

### Análisis:

El impacto social genera un nivel alto positivo puesto que la microempresa abarca consigo diversos beneficios para todos los involucrados, se favorecerán personas que tengan actitud emprendedora ya que podrán acceder a un puesto de trabajo para la producción y comercialización de acabados, también ayudará a especialistas en la instalación de acabados, generando empleo de manera indirecta a los mismos, con el afán de mejorar el bienestar y la calidad de vida de varias familias y ofrecerles estabilidad económica, buscando siempre que el grupo de personas que intervienen en el proyecto sean creativas para que la mejora sea continúa, logrando una satisfacción en su lugar de trabajo.

### 7.3. Impacto Ambiental

**Tabla N° 91. Matriz de Impacto Ambiental**

Indicador	Negativo			Nulo	Positivo			Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Conservación del medio ambiente	X							3
Salud Humana		X						2
Uso óptimo del agua	X							3
Reciclaje de residuos	X							3
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>2</b>						<b>11</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{11}{4} = 2.75 = 3$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \text{Impacto Alto Negativo}$$

#### Análisis:

El resultado del impacto ambiental es alto negativo, en el desarrollo del presente proyecto existe un correcto manejo de los desechos. Los trabajadores contarán con instrucciones para el proceso de producción, utilizarán la protección de seguridad como gafas, guantes y mascarillas al manejar los productos tóxicos que se utilizan solo al inicio al fabricar los moldes para los acabados. En la producción de acabados donde se utiliza solo yeso y agua se recomienda el uso de gafas, guantes y mascarillas estas últimas con el fin de evitar alergias al polvo o enfermedades respiratorias, este aspecto es un punto a nuestro favor puesto que el yeso es un producto no tóxico. El agua que se utiliza para los acabados tiene un consumo mínimo por lo cual este servicio básico no se malgasta. Los residuos de yeso se los recogen normalmente y se

lo desecha en la basura para que exista la recolección adecuada que realiza el Ilustre Municipio de Ibarra.

#### 7.4. Impacto Empresarial

**Tabla N° 92. Matriz de Impacto Empresarial**

Indicador	Negativo			Nulo	Positivo			Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Ubicación estratégica							X	3
Clima organizacional						X		2
Satisfacción de necesidades						X		2
Cumplir metas y objetivos						X		2
<b>Total</b>						6	3	<b>9</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{9}{4} = 2.2 = 2$$

**Nivel de Impacto** = Medio Positivo

#### **Análisis:**

El impacto es medio positivo, esto se debe a que la microempresa estará ubicada en un sector estratégico, su ubicación es muy importante porque se pretende cubrir la demanda insatisfecha local, además de que se tendrá fáciles vías de acceso, fácil ubicación así como también cercanía de los proveedores y consumidores. Existirá un buen clima laboral debido a que habrá buenas relaciones laborales entre todos quienes forman parte de la microempresa. Un aspecto clave a tener en cuenta es la atención al cliente y la calidad del servicio para llegar a obtener la

fidelización y satisfacción de los clientes. Con la implementación del manual de funciones se mejorará el desempeño de cada una de las áreas que conforman la microempresa y como resultado se logrará el cumplimiento de las metas y objetivos establecidos.

### 7.5. Impacto Económico

**Tabla N° 93. Matriz de Impacto Económico**

Indicador	Negativo			Nulo			Positivo			Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3			
Nivel de ingresos						X			2	
Generación de empleo							X		3	
Rentabilidad							X		3	
Incremento de la producción						X			2	
<b>Total</b>						4	6		<b>10</b>	

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La autora

Año: 2015

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{10}{4} = 2.5 = 3$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \text{Alto Positivo}$$

#### Análisis:

El impacto económico es alto positivo porque la producción de acabados a base de yeso requiere una inversión moderada, de la misma manera generará empleo dentro del sector. Después de haber analizado la evaluación financiera se obtuvo que la rentabilidad del proyecto es buena, lo que permitirá que la microempresa incremente su producción, se evalúa que el proyecto generará utilidades y el periodo de recuperación de la inversión es corto.

## 7.6. Impacto Educativo

**Tabla N° 94. Matriz de Impacto Educativo**

Indicador	Negativo			Nulo	Positivo			Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Investigación y conocimiento							X	3
Aplicación de conocimiento						X		2
Capacitación continua						X		2
Generación de conocimiento						X		2
<b>Total</b>						6	3	<b>9</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{9}{4} = 2.2 = 2$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \text{Medio Positivo}$$

### Análisis:

El nivel de impacto educativo es medio positivo debido a que para la creación del presente proyecto fue primordial e indispensable realizar varios tipos de investigaciones tanto en calidad como en cantidad, con esto se logrará obtener un alto grado de conocimiento en la producción de los acabados. Un aspecto importante es poner en práctica todos los conocimientos prácticos adquiridos para que todo el capital humano de la microempresa mejore el rendimiento de sus actividades. A través de capacitaciones continuas al personal se generará conocimientos en los mismos debido a que tendrán la oportunidad de conocer paso a paso en cuanto a la fabricación de acabados a base de yeso, así como también recibirán dichas capacitaciones el personal de administración y ventas logrando de esta manera mejorar la calidad del producto y del servicio.

## 7.7. Resumen de Impactos

**Tabla N° 95. Matriz General de Impactos**

Impactos	Negativo			Nulo	Positivo			Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Social							X	3
Ambiental	X							3
Empresarial						X		2
Económico							X	3
Educativo						X		2
<b>Total</b>						4	9	<b>13</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Año: 2015

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{13}{5} = 2.6 = 3$$

**Nivel de Impacto** = Alto Positivo

### Análisis:

Con el análisis de todos los impactos planteados en este proyecto, se puede determinar que causará un impacto alto positivo, puesto que con la creación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso se generará cambios positivos como por ejemplo la generación de empleo, mejoramiento de la calidad de vida y las partes involucradas, generación de conocimientos, la conservación del medio ambiente entre otros aspectos positivos que pueden ser potencializados.

## CONCLUSIONES

Al haber concluido el presente estudio de la creación de una microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra, se llegó a determinar las siguientes conclusiones:

Se entregó información importante la cual permitió identificar condiciones óptimas para la creación de la microempresa, y a la vez establecer importantes aliados y oportunidades que permitirán la creación y desarrollo de la misma, así como los oponentes y riesgos a los cuales se enfrentará una vez que la microempresa este establecida.

La teoría fue fundamental para el desarrollo del proyecto, debido a que proporcionó sustento a los temas de los diferentes capítulos que se trataron en el presente proyecto. Se aplicó información actualizada de interés para el proyecto.

Se pudo conocer que en Ibarra existen solo 5 establecimientos legalmente constituidos que se dedican a producir y comercializar los acabados a base de yeso y que existe una gran demanda insatisfecha a satisfacer, permitiendo la cabida para la creación de la microempresa. Este estudio también ha permitido conocer que hay aceptación de los acabados a base de yeso por ser un producto de calidad que brinda un ambiente estéticamente más agradable a la vista y sustituye acabados con costos elevados de comercialización.

Se logró determinar la ubicación estratégica de la microempresa, así como los factores que determinan la factibilidad del proyecto entre ellos la disponibilidad de vías de acceso, capital

humano, proveedores, materia prima, capacidad del proyecto, inversión propia y financiada, entre otros que una vez analizados hacen que el proyecto se factible.

Se pudo visualizar de una manera clara la factibilidad y rentabilidad existente con referencia a los años proyectados, brindándole seguridad a la inversión, por cuanto la TRM, el VAN, la TIR, el PRI, el B/c y el PE son positivos, lo que hace viable y sostenible el proyecto.

Se obtuvo que la microempresa *DecorIn* en el marco del diseño organizacional, por su tamaño se clasifica como pequeña empresa, por su tipo se distingue como persona natural no obligada a llevar contabilidad y por su propiedad como privada. El cumplimiento con su filosofía institucional permitirá que el capital humano desarrolle sus actividades de manera eficaz lo cual llevará a la microempresa al éxito en sus actividades.

Los resultados obtenidos son muy favorables tanto en el ámbito social, ambiental, empresarial, económico y educativo, con un nivel de impacto alto positivo. Lo que significa que se puede concretar la inversión propuesta y el funcionamiento de la microempresa en la ciudad de Ibarra.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se deben aplicar de acuerdo a las conclusiones son:

Se recomienda aprovechar al máximo los aliados y oportunidades que se han determinado, a fin de contrarrestar de la manera más correcta a los oponentes y riesgos establecidos durante la realización del presente proyecto. Otro aspecto que se recomienda es que en un futuro se estudie la posibilidad de hacer una ampliación al catálogo de acabados a fin de incluir nuevos mercados, como aquellos compuestos por personas con nivel socio económico medio bajo.

En cuanto a la información se recomienda actualizarse permanentemente para lograr mejorar cualquier aspecto relevante para el proyecto. Al tener información actualizada se puede conocer y utilizar nuevas técnicas de producción y mejoramiento en los acabados para satisfacer las expectativas del cliente.

Se recomienda invertir en el proyecto, puesto que se pudo observar en el estudio de mercado que existe una oferta mínima de acabados, por lo tanto es necesario cubrir esta demanda insatisfecha. También se debe efectuar estudios de mercado permanentes, con la finalidad de conocer la demanda real, para poder ofertar al consumidor.

Aprovechar la localización estratégica del proyecto para incrementar el área de producción y poder conseguir mayor cobertura en el mercado, así poner en práctica este proyecto que es una idea transformadora en la economía de la ciudad.

Realizar en forma regular evaluaciones económicas y financieras, con el fin de observar los niveles de rendimiento que servirán para la toma de decisiones y ayudarán a mejorar la

productividad, también es importante vigilar los ingresos del proyecto y mantener una política de gastos moderada, para guardar la relación de utilidad presentada.

Es recomendable establecer una adecuada estructura organizacional y funcional, para manejar de forma correcta la administración de los recursos y de manera especial los recursos humanos, asignando trabajos para alcanzar los objetivos trazados. Además se debe establecer mejores estrategias de marketing, que agraden a los posibles consumidores.

Para el análisis de impactos es recomendable reforzar y ampliar los efectos positivos que tendría el proyecto. Si queremos lograr y mantener impactos favorables, es importante que se realicen los respectivos estudios principalmente manejándose el aspecto ambiental y el cuidado de la salud del ser humano.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Araujo Arévalo, D. (2012). *Proyectos de Inversión: Análisis, formulación y evaluación práctica* (Primera ed.). México: Trillas, S.A. de C.V.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7ma ed.). México: Mc Graw Hill.
- Bastos Boubeta, A. I. (2010). *Promoción y Publicidad en el Punto de Venta*. (1era ed.). España: Ideaspropias.
- Bravo Valdivieso, M. (2013). *Contabilidad General*. (Décima primera ed.). Quito, Ecuador: Escobar Impresores.
- Casado Díaz, A. B., & Sellers Rubio, R. (2010). *Introducción al Marketing*. Alicante, España: Editorial Club Universitario ECU.
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. (2da ed.). Colombia: Ecoe Ediciones.
- Crespo Escobar, S. (2010). *Materiales de construcción para edificación y obra civil*. España: Club Universitario.
- Escribano Ruiz, G., Alcaraz Criado, J. I., & Fuentes Merino, M. (2014). *Políticas de MARKETING*. (2da ed.). Madrid, España: Paraninfo, S.A.
- Escudero Serrano, M. (2014). *Gestión de compras: comercio y marketing*. (1era ed.). Madrid, España: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Estupiñan Gaitán, R. (2012). *Estados financieros básicos bajo NIC/NIIF* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

- Fernández Luna, G., Mayagoitia Barragan, V., & Quintero Miranda, A. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Instituto Politécnico Nacional.
- Fernandez Ortega, L. (2010). *Manual Práctico de la Construcción: Etapas Constructivas*. Argentina: Nobuko Sa.
- Gaitón Estupiñan, R. (2012). *Estados financieros básicos bajo NIC/NIF*. (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Galindo Ruíz, C. (2011). *Formulación y evaluación de Planes de Negocio*. (Primera ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Gallardo Hernández, J. R. (2012). *Administración estratégica: de la visión a la ejecución*. México D.F: Alfaomega Grupo Editor.
- García Segura, V. (2013). *Ejecución de fábricas para revestir*. (1era ed.). Antequera, Málaga: IC Editorial.
- Gil Estallo, M. (2010). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa* (8va ed.). Madrid, España: ESIC.
- Gómez Orea, D., & Gómez Villarino, M. T. (2013). *Evaluación de Impacto Ambiental* (3ra ed.). Madrid, España: Ediciones Mundi-Prensa.
- Guajardo Cantú, G., & Andrade, N. E. (2014). *Contabilidad Financiera* (6ta ed.). México: McGraw Hill Interamericana Editores.
- Hogg, M. A., Hogg Graha, M., Vaughan, G. M., & Haro Morado, M. (2010). *Psicología Social* (5ta ed.). Madrid, España: Médica Panamericana.

- Izar Landeta, J. M. (2013). *Ingeniería económica y financiera*. (1era ed.). México: Trillas S.A de C.V.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Fundamentos del Marketing* (Décima cuarta ed.). México: Perason Education, INC.
- Lira Briceño, P. (2014). *Evaluación de proyectos de inversión: Herrramientas financieras para analizar la creación de valor*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Lizarazo Beltrán, M. O. (2010). *Jóvenes emprendedores*. Quito, Ecuador.
- Machuca Sánchez, D. I., & Hervás Torres, M. (2014). *Configuración de moldes, matrices y cabezales de equipos para la transformación de polímeros*. IC Editorial.
- Mantilla Blanco, S. A. (2013). *Estándares/Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS/NIIF)*. (Cuarta ed.). Bogotá, Colombia: ECOE EDICIONES.
- Meza Orozco, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos: 10 casos prácticos resueltos en Excel*. (3era ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Montoño Hormigo, F. J. (2014). *Análisis de productos y servicios de inversión: Financiación de Empresas*. Colombia: IC Editorial.
- Pontón, E. (2013). *Microeconomía*. Quito: Killari Ediciones.
- Prieto Herera, J. E. (2013). *Investigación de mercados* (2da ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Rey Pombo, J. (2014). *Contabilidad General: Curso práctico* (1era ed.). Madrid, España: Ediciones Paraninfo, S.A.

Rincón Soto, C. A., Lasso Marmolejo, G., & Parrado Bolaños, Á. (2012). *Contabilidad siglo XXI*. (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversión: Formulación y evaluación* (Segunda ed.). Chile: Pearson Educación.

Zapata Sánchez, P. (2011). *Contabilidad General: Con base en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIFF)* (Séptima ed.). Bogotá, Colombia: McGraw Hill Interamericana.

## LINKOGRAFÍA

Brnich, C. (2013). *Las características básicas de la microempresa*. Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Las-Caracteristicas-B%C3%A1sicas-De-La-Microempresa/24187551.html>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). (2013). Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-1.pdf>

Ecostravel. (2015). Obtenido de <http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/ibarra.php>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra. (2014). *Registro de actividades económicas*. Obtenido de <http://www.ibarraecuador.gob.ec/index.php/servicios-00/descargas/824-registro-de-actividades-economicas-2014>

Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC. (2010). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, SENPLADES. (2013). Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-1.pdf>

Servicio de Rentas Internas SRI. (2015). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/999a7120-c2f6-498f->

beee-ea395d46df3f/RUC-

FICHA+REQUISITOS+IDENTIFICACI%D3N+Y+UBICACI%D3N.pdf.

## WEBGRAFÍA

Climate. (2015). *Climate-Data*. Obtenido de <http://es.climate-data.org/location/2964/>

Equipo Técnico UTN. (2013). *Perfil Territorial cantón San Miguel de Ibarra*. Obtenido de <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/848/1/Perfil%20territorial%20IBARRA.pdf>

Jefatura de Bomberos Ibarra . (2015). Obtenido de <http://bomberosibarra.gob.ec/?p=1353#!/>

Mata, L. (2012). *Diseñador vs decorador: descubre las diferencias entre estas dos profesiones*. Obtenido de <http://decoracion.about.com/od/Comoconvertirseenundisenador/a/Diseñador-Vs-Decorador.htm>

Perfil Territorial Cantón San Miguel de Ibarra. (2013). Obtenido de <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/848/1/Perfil%20territorial%20IBARRA.pdf>

Plan Nacional Buen Vivir. (2013). Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

**REFERENCIAS LEGALES**

Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario

Ley de Régimen Tributario Interno

Ministerio de Relaciones Laborales

Código de Comercio

Guía política de Gobierno Buen Vivir Plan Nacional

Asociación de Municipalidades Ecuatorianas AME

Ilustre Municipio de Ibarra

# ANEXOS

## Anexo N° 1

## Ficha de Observación

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Empresa evaluada:

Evaluador(a):

Dirección:

Fecha:

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular
<b>Calidad</b>				
<b>Innovación</b>				
<b>Diseño</b>				

<b>Colores:</b>	
<b>Materiales:</b>	
<b>Durabilidad:</b>	

Tipos de acabados	Dimensiones	Precio
<b>Rosetones</b>		
<b>Cornisas</b>		

## Anexo N° 2



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

## CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Encuesta dirigida a los dueños de cada de la ciudad de Ibarra**

**Objetivo:** Verificar la factibilidad de poner en marcha la microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

**Preguntas:****1. ¿Lugar de residencia de la persona encuestada?**

Caranqui ( )

El Sagrario ( )

San Francisco ( )

**2. ¿Si usted hace alguna reforma en su vivienda, le gustaría contar con una microempresa donde encuentre todo lo que se necesita para los acabados?**

Si ( )

No ( )

**3. ¿Usted compraría acabados a base de yeso para proyectos de construcción?**

Si ( )

No ( )

**4. ¿De qué forma le gustaría obtener los acabados a base de yeso para la construcción?**

Entrega a domicilio ( )

Directamente de la microempresa ( )

Por catálogo ( )

Por fotos ( )

Otros ( )

**5. ¿A que le daría preferencia usted al momento de comprar un acabado a base de yeso?**

Precio ( )

Calidad ( )

Diseño ( )

Tamaño ( )

**6. ¿Cuál sería su frecuencia de compra con respecto a los acabados a base de yeso?**

3 meses ( )

6 meses ( )

1 año ( )

**7. ¿Al momento de adquirir acabados que valor está dispuesto a invertir en promedio por proyecto de construcción?**

Acabado tipo rosetón - valor dispuesto a invertir

10 a 25 ( )

25 a 45 ( )

45 a 50 ( )

Más de 50 ( )

Cornisas (metro lineal) - valor dispuesto a invertir

5 a 20 ( )

20 a 35 ( )

35 a 40 ( )

Más de 40 ( )

Diseños varios - valor dispuesto a invertir

10 a 20 ( )

20 a 30 ( )

30 a 40 ( )

Más de 40 ( )

**8. ¿Qué medios le parecen adecuados para dar a conocer este tipo de microempresa?**

Prensa ( )

Radio ( )

Televisión ( )

Redes Sociales ( )

Páginas Web ( )

Blogs ( )

Otros ( )

**Gracias por su colaboración!**

**Anexo N° 3****UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA****Entrevista dirigida al maestro Ángel Bayas Pérez experto en acabados de yeso**

La presente entrevista es para realizar el diagnostico situacional el cual permitirá determinar la situación actual de la microempresa, dedicada a la producción y comercialización de acabados a base de yeso para la decoración de interiores en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura

**Datos Técnicos:**

Edad:

Ocupación:

Sexo:

Razón Social:

1. ¿Usted considera que el diseño y la planificación son elementos fundamentales para realizar un acabado? ¿Por qué?
2. ¿Cuáles son las herramientas e insumos que se utiliza para realizar acabados?
3. ¿Cómo se logra obtener los conocimientos, capacitaciones y experiencia necesaria para desarrollar este tipo de acabados?
4. ¿Qué tiempo se demora elaborar acabados a base de yeso?

5. ¿Qué variedad existe en cuanto a diseños de acabados a base de yeso y cuáles son los diseños que más le solicitan?
6. ¿En base a que parámetros usted determina los precios?

## Anexo N° 4

## Proforma Pintulac

Código	Cant.	Producto	P.U.	Z	Z	Z	Subtotal	
YA-37X	960	YESO ANDINO 37KG.	12.48		5		11,381.76	
W12-6L	26	DURATEX TURQUESA 4LT WESCO	12.66	6	5		293.94	
CS-1K	20	CAUCHO SILICONA C/CATAL 50GR ALEMAN	30.29		5		575.51	
RPSE-1K	32	RESINA TRNSP ENV 1KG SINTAPOL	3.01		5		91.50	
CB500	1	COBALTO 12% 500 CC.	10.02		5		9.52	
MP-1K	1	MECK PEROXIDO KG. (900CC.)	6.52		5		6.19	
D375-10M	1	FIBRA VIDRIO 375X10LX1.2A DUTRAN	14.27		5		13.56	
ESM-1K	4	ESTIRENO MONOMERO ENV 1KG	2.50		5		9.50	
EP-6L	1	ENVASE PLAST NUEVO 3.78LT	0.52		5		0.49	
BLB1	6	BROCHA BCA. 1" LIZA [12]	0.99		5		5.64	
3M8210	6	MASCARILLA P' POLVO/PARTICULAS 3M	1.11		5		6.33	
610AZ/M	2	CJA GUANTE P' EXAMINACION G10 AZUL TALLA M KLEENGUARD	18.88		5		35.87	
Su Cambio :		0.00	CON ESTE DOCUMENTO		Total:	13,103.77	Subtot.:	\$12,429.81
Forma de Pago		Valor	Vence	NO DESPACHAR			I.V.A. 12%:	\$1,491.58
Efectivo		13,921.39	29/06/2015	En esta compra su ahorro es:		673.96	Interés:	\$0.00
				Sin valor tributario		Válido por 24 horas	A Pagar:	\$13,921.39
<p>Estimado Cliente el Doc. Electrónico N° 517-344-517344 de : trecc.e-custodia.com.ec</p> <p>Acepto que he sido informado con claridad y que entiendo sobre el uso, manejo, aplicación de los productos que se indican en esta factura, así como las políticas de garantía en maquinaria y herramientas. No se aceptan devoluciones ni cambio de colores en productos preparados, ni en cualquier otro producto después que recibí conforme la mercadería.</p> <p>Firma Cliente <span style="float: right;">Fue un placer atenderle</span></p>								

Código	Cant.	Producto	P.U.	Z	Z	Z	Subtotal	
2012-25K	50	BONDEX PLUS PEGA CERAMICOS 25KG INTACO	7.42	5	5		334.83	
6006	6	BAFA TRNSP C/VENTILACION DIRECTA	0.42		5		2.39	
Su Cambio :		0.00	CON ESTE DOCUMENTO		Total:	373.52	Subtot.:	\$337.22
Forma de Pago		Valor	Vence	NO DESPACHAR			I.V.A. 12%:	\$40.47
Efectivo		377.69	29/06/2015	En esta compra su ahorro es:		36.30	Interés:	\$0.00
				Sin valor tributario		Válido por 24 horas	A Pagar:	\$377.69
<p>Estimado Cliente el Doc. Electrónico N° 517-345-517345 de : trecc.e-custodia.com.ec</p> <p>Acepto que he sido informado con claridad y que entiendo sobre el uso, manejo, aplicación de los productos que se indican en esta factura, así como las políticas de garantía en maquinaria y herramientas. No se aceptan devoluciones ni cambio de colores en productos preparados, ni en cualquier otro producto después que recibí conforme la mercadería.</p> <p>Firma Cliente <span style="float: right;">Fue un placer atenderle</span></p>								

Proforma Línea Nueva Mobiliario



PROFORMA 0000356

Nuevo Local y Fábrica: Juan Montalvo 6-59 y Pedro Moncayo Telf.: 261 2791 / 260 9094  
 Almacén: Pedro Moncayo y Olmedo (Esquina) Telf.: 295 3400 / Fax: 261 1107  
 E-mail: lineanuevamobiliario@gmail.com Ibarra - Ecuador

Cliente: ANOREA ORTIZ Ibarra, a 01 de JULIO de 2011  
 Dirección: VERASCO 869 Y SANCHEZ RUC: 1007476378  
 Email: \_\_\_\_\_ Telf: 26

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	V. TOTAL
1	ESTACION DE TRABAJO EFECTIVA EN "L" TAMAÑO 1.50x150 CON ACCESORIOS HERRMIOS		310
1	SILLON Presidente 6037 BASE CROMADO		183
2	ESCRITORIOS DE DOS PUERTOS TAMAÑO 1.20x60 CON CORTINAS TRIPLES EN MELAMINICO CON BORDADO	187	374
2	SILLAS SECRETARIAS "RELLA" CON BRAS - DOS TAPIZ CUBIERTA NEGRA	95	190
6	SILLA VISITA "CENSA" CUBIERTA NEGRA.	42	252
2	MESA DE 2.40x1.10 con ROSA ELABORADA EN MELAMINICO. SOPORTES BTFC	310	620

Observaciones: LOS PRECIOS YA INCLUYEN IVA  
  
 RUC: 1091734547001

SUBTOTAL	
IVA 0 %	
IVA 12 %	
TOTAL USD.	<u>1429</u>

Firma y Sello: \_\_\_\_\_ Cliente: ANOREA ORTIZ  
 Tiempo de Entrega: \_\_\_\_\_  
 Forma de Pago: \_\_\_\_\_

## Proforma Papelería Popular S.A

Sari Papelería Popular S.A.

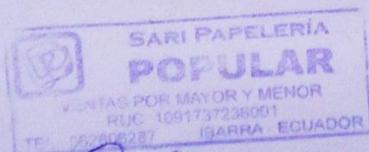
**Proforma**

No. 000001049

Cliente: **ANDREA ORTIZ**  
 Dirección: **VELASCO 869 Y SANCHEZ**  
 Referencia:  
 Ciudad: **IBARRA**      Teléfono:

Fecha: **2015/06/29**  
 Vendedor: **01 RODRIGUEZ CHACON SARA ALICIA**  
 Observacion:

Codigo	Descripcion	UM	Cantidad	Bonif.	Precio U.	%	Dscto.	Total
PA10020044	PAPEL BON RESMA X500 REPROPAL	UN	2.00	0	3.4000	0.00	0.000	6.8000
PA10070018	B BIC PUNTA MEDIANA	UN	6.00	0	0.2679	0.00	0.000	1.6000 *
PA10330003	CORRECTOR PEN ARTESCO	UN	3.00	0	0.7589	0.00	0.000	2.2700 *
PA10430037	PORTAMINAS 05 STAEDTLER 777	UN	6.00	0	1.7411	0.00	0.000	10.4400 *
PA10370026	MICROMINA STAEDTLER 05 HB POLO	UN	8.00	0	0.8929	0.00	0.000	7.1400 *
PA10150053	BORRADOR PELIKAN PZ20	UN	6.00	0	0.1786	0.00	0.000	1.0700 *
SU40030014	GRAPADORA ARTESCO MINI 513	UN	3.00	0	1.1607	0.00	0.000	3.4800 *
SU40040124	PERFORADORA ARTESCO M208 VERDE	UN	3.00	0	2.0982	0.00	0.000	6.2900 *
PA10170026	CLIP CROMADO ARTESCO X100	UN	3.00	0	0.3125	0.00	0.000	0.9300 *
SU40020015	CALCULADORA CASIO CIENTF FX-82 MS	UN	3.00	0	12.0487	0.00	0.000	36.1400 *
PA10050004	CARP ANILLO OFICIO LLANA	UN	3.00	0	1.9196	0.00	0.000	5.7500 *
PA10010110	CUAD ESPIRAL AC 200H C ESCRIBE	UN	3.00	0	2.6339	0.00	0.000	7.9000 *
PA10190014	DC FACTURA 1/2 OFICIO BOND	UN	2.00	0	0.6250	0.00	0.000	1.2500 *



<b>Total Imponible (*) :</b>	84.32	<b>Descuentos:</b>	.00	<b>Recargos:</b>	.00
<b>Total No Imponible:</b>	6.80	<b>Valor del IVA.:</b>	10.12	<b>Total General:</b>	101.24

Son: CIENTO UN , 24/100

## Anexo N° 5

## Simulador de Crédito


Simulador de crédito

\* **Tipo de Crédito:**

\* **Destino:**

\* **Forma de Pago:**

**Monto Desde:** \$100.00  
**Monto Hasta:** \$20000.00  
**Taza:** 11.20%  
**Taza Efectiva:** 11.2%  
**Plazo Hasta:** 5 años

\* **Monto Deseado:**  Ej: 1234.20

\* **Plazo:**  años

\* **Sistema de Amortización:**

---

\*Todos los campos con (\*)asterisco son obligatorios



Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	7,085.65	1,133.23	793.59	24.58	1,951.40
2	5,952.42	1,260.15	666.67	20.65	1,947.47
3	4,692.27	1,401.29	525.53	16.28	1,943.10
4	3,290.98	1,558.23	368.59	11.42	1,938.24
5	1,732.75	1,732.75	194.07	6.01	1,932.83

\*Nota: Los montos reflejados en la tabla, son referenciales y se ajustan a las condiciones y capacidad de pago de cada ciudadano.